

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจค้าส่ง
กระเทียมในจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่ ด้วยตัวแบบห่วงโซ่แห่งคุณค่า โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี
คือ แนวคิดของการค้าส่ง แนวคิดด้านการจัดการ ได้แก่ การจัดการ การผลิต การตลาด และการเงิน
และแนวคิดห่วงโซ่แห่งคุณค่า ระเบียบวิธีการศึกษา ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบ
เชิงลึก โดยสอบถามจากผู้ประกอบการค้าส่งกระเทียมในจังหวัดลำพูน 4 ราย และจังหวัดเชียงใหม่
3 ราย ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ได้ผลการศึกษา ดังนี้

การจัดการธุรกิจค้าส่งกระเทียม มีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก และเป็นเจ้าของคน
เดียว ทุนหมุนเวียนไม่เกิน 25 ล้านบาท เป็นพนักงานประจำไม่เกิน 40 คน และมีการจ้างพนักงาน
ชั่วคราว จ่ายค่าแรงในอัตราขั้นต่ำตามกฎหมาย และมีการให้ที่พัก โบนัส และประกันสังคม ด้าน
การผลิต พบว่า โกดังมีพื้นที่กว้าง สูง และตั้งอยู่ห่างไกลชุมชน เป็นที่เก็บกระเทียม ผึ่งกระเทียมให้
แห้ง แปรรูป แยกขนาด บรรจุหีบห่อ และขนส่ง มีการเก็บกระเทียมในโกดังให้เพียงพอต่อการ
รับคำสั่งซื้อตลอดปี มีการผลิตเป็นกระเทียมมัดजूก กระเทียมหัวเดี่ยว และกระเทียมแกะกลีบ และมี
การแบ่งเกรด และการบรรจุหีบห่อตามความต้องการของลูกค้า ในการผลิตใช้เครื่องกะเทาะเปลือก
และเครื่องแบ่งเกรด และใช้แรงงานที่ไม่ต้องมีทักษะ ด้านการตลาด พบว่าการขายในประเทศ ขาย
ไปยังโรงงานอาหารและยาโดยผ่านนายหน้า และขายไปยังผู้บริโภคโดยพ่อค้าส่งในกรุงเทพและ

พ่อค้าส่งอื่นๆ การส่งออกกระเทียมจำหน่ายไปยังพ่อค้าส่งที่ เป็นผู้ส่งออก ราคากระเทียมขึ้นอยู่กับ
ฤดูกาล ความต้องการ และปริมาณกระเทียมในตลาด การส่งเสริมการขาย มีการลดราคาให้ลูกค้า
เมื่อกระเทียมไม่ได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ ด้านการเงิน การลงทุนในด้านสินทรัพย์ไม่สูง แต่
ต้องมีเงินทุนหมุนเวียนในการบริหารวัตถุดิบคงคลัง แหล่งของเงินทุนมีส่วนของเจ้าของ และกู้ยืม
เงินจากธนาคารพาณิชย์ทั่วไป มีเครดิตการชำระเงินแก่ลูกค้าไม่เกิน 15 วัน จึงมีเงินทุนหมุนเวียนที่
สามารถชำระเงินกู้ได้

จากการศึกษาห่วงโซ่แห่งคุณค่าของกิจการค้าส่งกระเทียม พบว่า กิจการมีการจัดซื้อ
กระเทียมไทยในภาคเหนือของประเทศ ทั้งจากเกษตรกร พ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น พ่อค้าส่ง และ
สหกรณ์ สำหรับกระเทียมจีนจัดซื้อจากผู้นำเข้า หลังจากการรับเข้ากระเทียม มีการนำไปจัดเก็บ ทำ
ความสะอาด แปรรูป คัดเกรด และบรรจุ โดยมีการเพิ่มคุณค่าของกระเทียมจากการจัดการวัตถุดิบ
คงคลัง และการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า หลังจากนั้นมีการขนส่งและจำหน่าย
กระเทียมไปยังโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร และตลาดค้าส่งทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด
รวมถึงส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

The purpose of this study was to analyze the garlic wholesalers business management in Lamphun and Chiang Mai provinces using value chain model. The adopted concepts and theories included (1) wholesaling, (2) management which covered the aspect of management, production, marketing, and finance, as well as (3) value chain model. In term of methodology, the data was collected by an in-depth interviewing from four garlic wholesaler entrepreneurs in Lamphun province and three entrepreneurs in Chiang Mai province. The collected data was analyzed qualitatively which yielded the following result;

In term of garlic wholesales business management, the characteristic of this business was small with a single ownership. The working capital did not exceed 25 million baht with no more than 40 permanent employees. The temporary employees were also hired. The minimum wage was paid according to law with provided accommodation, bonus, and social security. In term of production factor, the warehouses were relatively wide, high and were located at distance from community area. These warehouses were used for storage, drying, processing, grading, to food and medicine industries through brokers. The sales to customers were done by wholesalers in Bangkok and other wholesalers. The garlic export sales were distributed to wholesalers who were exporters. The price of garlic depended on season, demand, and supply of garlic in the market. The selling promotion included discount for customers in the situation where quality of garlic did not reach the desired level. In term of financial factor, the assets investment was relatively low but required circulating working capital to manage materials inventory. The funding sources included those from the owners and loans from general commercial banks. The payments were credited to the customers for no more than 15 days in order to ensure the possibility of working capital loan payback with circulating funds.

From the study of garlic wholesales business value chain model, it was found that the businesses ordered Thai garlic from the northern part of Thailand from farmers, local merchants, wholesalers, and cooperatives. The Chinese garlic was procured from importers. After receiving of garlic products, they were passed through storage, cleaning, processing, grading, and packing. Garlic valorization was done using raw material inventory management and production process in accordance with the requirement of customers. Afterwards, garlic was transported and distributed to food industries as well as wholesale markets in Bangkok and other provinces which included exportation to oversea markets.