

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

#### 4.1 ระบบการตลาดพริกชี้หนูที่ผ่านมาตรฐานการรับรอง GAP ในเขตอำเภอฝาง

ช่องทางในการจัดจำหน่ายพริกชี้หนูที่ผ่านมาตรฐานการรับรอง GAP ในเขตอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มจากเกษตรกรปลูกพริกชี้หนู และเก็บเกี่ยวผลผลิต จะมีพ่อค้ารวบรวมเข้ามารับซื้อผลผลิตในพื้นที่โดยอาจจะมีการตั้งจุดรับซื้อหรือเข้าไปรับซื้อถึงไร่-นา เกษตรกร พ่อค้ารวบรวมจะต้องมีความรวดเร็วในเรื่องข้อมูลด้านราคาพริกชี้หนู ซึ่งมีการสอบถามราคาจากพ่อค้าส่งในช่วงเช้า กลางวัน และเย็น เนื่องจากเกษตรกรจะทำการเก็บพริกในช่วงเช้า เพื่อความถูกต้องในการระบุรับซื้อที่แน่นอนเมื่อเข้าไปรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ปกติแล้วพ่อค้ารวบรวมจะมีการเพิ่มค่าการตลาดเข้าไป การกำหนดราคารับซื้อพ่อค้ารวบรวมพิจารณาจากราคาจากพ่อค้าขายส่ง และคู่แข่งในหมู่บ้านที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมผลผลิต บางครั้งพ่อค้ารวบรวมทำการปรับปรุงคุณภาพเบื้องต้นก่อนนำไปขาย เช่น การคัดแยกผลผลิตที่ไม่มีคุณภาพออก หรือคัดแยกสิ่งเจือปนออก เพื่อทำการบรรจุพลาสติกขนาดถุงละ 10 กิโลกรัม ตะกร้าขนาด 10 กิโลกรัม ข่งขนาด 30 กิโลกรัม และข่งขนาด 10 กิโลกรัม เพื่อทำการกระจายผลผลิตไปยังตลาดอื่นต่อไป

ผลผลิตพริกชี้หนูที่ทำการบรรจุทำการส่งต่อให้พ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น พ่อค้ารวบรวมมักเป็นบุคคลที่มีคนรู้จักมาก โดยพ่อค้ารวบรวมทำหน้าที่เป็นทั้งนายหน้าให้แก่พ่อค้าส่งตลาดกรุงเทพ และทำหน้าที่เป็นทั้งพ่อค้าปลีกและพ่อค้าส่งเพื่อนำผลผลิตจำหน่ายตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะตลาดเมืองใหม่ นอกจากพ่อค้ารวบรวมในพื้นที่ทำการรับซื้อผลผลิต ยังมีพ่อค้าขายส่งนอกพื้นที่ซึ่งอาจจะเป็นพ่อค้าส่งจากจังหวัดอื่นๆ เข้ามารับซื้อผลผลิตพริกชี้หนูจากเกษตรกร เพื่อทำการจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าขายส่งที่มีการตั้งจุดรับซื้อในพื้นที่

ปริมาณผลผลิตที่พ่อค้ารวบรวมทำการรับซื้อโดยตรงจากเกษตรกรในพื้นที่ประมาณ 40-60 ราย มีความต้องการผลผลิตเพื่อส่งจำหน่ายต่อวันอยู่ที่ 2,000-5,000 กิโลกรัม โดยผลผลิตที่ได้ไม่มีการนำไปแปรรูป เพื่อจำหน่ายยังพ่อค้าขายส่งตลาดภายในประเทศ และตลาดส่งออก โดยตลาดขายส่งภายในประเทศ ได้แก่ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง และปากคลองตลาด นอกจากนี้ผลผลิตยังมีการจำหน่ายไปยังตลาดในท้องถิ่น และตลาดเมืองใหม่

การจำหน่ายผลผลิตพริกชี้หนูระดับขายส่งไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง ใช้การบรรจุลงในตะกร้าหวาย ขนาดบรรจุ 10 กิโลกรัม รองด้วยฟาง และห่อด้วยหนังสือพิมพ์ มีต้นทุนประมาณ 7 บาท/ตะกร้า จำหน่ายสู่ตลาดพ่อค้าส่งในกรุงเทพฯและตลาดในตัวเมืองเชียงใหม่

และเชิงราย ราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับตลาดพ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ ไม่มีการจัดเก็บสินค้า โดยจะมีแค่กระบวนการพักสินค้าไว้ในโกดังเพื่อส่งจำหน่ายในวันถัดไป การขนส่งจากคลังสินค้าไปผู้ตลาดพ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ จะขนส่งโดยรถบรรทุกสิบล้อของบริษัท ธนาธร และนี่มีสี่เส็ง โดยค่าใช้จ่ายจะคิดเงินปลายทางและหักจากผลตอบแทนที่ได้รับ ซึ่งรายได้จากการนำผลผลิตไปขายต่อประมาณปีละ 100,000-150,000 บาท

ส่วนเรื่องการตลาดมีค่าเท่ากับ 20 บาท โดยเกิดจากความแตกต่างของราคาขายปลีกพริกชี้หนูกับราคาที่เกษตรกรได้รับในระดับ 34 บาท/กก. และ 14 บาท/กก. ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดขึ้น ได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าแรงงาน เป็นต้น โดยค่าแรงงานลูกจ้างในกระบวนการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว โดยลูกจ้างในเขตอำเภอฝางจะมีอัตราจ้างรายวันอยู่ที่ 180-200 บาทต่อคน และมีค่าขนส่งเป็นค่าน้ำมันในการส่งสินค้าสู่พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ประมาณ 100 บาทต่อรอบ ส่วนของต้นทุนคงที่ที่ไม่มีในเรื่องของการเช่าโกดังหรือค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้า เนื่องจากสินค้าต้องการความสด ใหม่ จึงมีการจำหน่ายสินค้าภายในวันเดียวหลังการเก็บเกี่ยวและจะมีการเพื่อนำหนักในการขายยกตะกร้าไปอีก 2 กิโลกรัมเป็นน้ำหนักของตะกร้า

ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดของพริกชี้หนูโดยสรุป แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของเกษตรกร การปลูกพริกชี้หนูเกษตรกรได้รับรายได้เฉลี่ย 10,637 บาท/ไร่ โดยราคาขายผลผลิตพริกชี้หนูอยู่ที่กิโลกรัมละ 14 บาท ซึ่งถือว่าเป็นระดับราคาที่อยู่ในเกณฑ์สูง แสดงให้เห็นว่าราคาพริกชี้หนูในปี 2555 ที่เกษตรกรจำหน่ายได้อยู่ในเกณฑ์สูง เนื่องจากผลผลิตเกิดความขาดแคลน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากอุทกภัยเมื่อปี 2554 และสภาพดินฟ้าอากาศไม่ถูกต้องตามฤดูกาล (รายงานประจำปี 2555, 2555) อีกทั้งปี 2554 ราคาพริกตกต่ำ ผลผลิตได้ไม่เต็มที่ ทำให้เกษตรกรบางรายในพื้นที่หันไปปลูกข้าวโพดเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้ในปี 2555 พ่อค้าคนกลางทั้งในระดับท้องถิ่น ตลาดกลางระดับท้องถิ่น รวมทั้งพ่อค้าคนกลางตลาดขายส่ง คาดการณ์ว่าผลผลิตที่รับซื้อจากเกษตรกรในปี 2555 จะน้อยลง อีกทั้งปัญหาโรคของพริกชี้หนูที่เริ่มระบาดแรงขึ้นทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพที่ตลาดต้องการ

ดังนั้น เกษตรกรจึงมีความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในการเข้ามาให้ความรู้ในการเพาะปลูกที่ถูกต้องสำหรับการป้องกันและจำกัดวงจรระบาดโรคที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพผลผลิตของเกษตรกรเป็นอย่างมาก สำหรับพ่อค้าคนกลางปริมาณผลผลิตที่น้อยลงทำให้เกิดความเสี่ยงในการต่อรองผลผลิตกับตลาดปลายทาง และผลประกอบการเกิดความผันผวน อย่างไรก็ตามพ่อค้าคนกลางได้มีการป้องกันความเสี่ยงสำหรับการรับซื้อผลผลิตพริก โดยการรับซื้อผลผลิตเกษตรกรประเภทอื่นมาช่วยเสริมด้วย โดยเฉพาะผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจของพื้นที่การศึกษา เนื่องจากเกษตรกรในพื้นที่มีการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตามส่วนต่างราคาของพริกชี้หนูสามารถสร้างกำไรให้กับพ่อค้าคนกลางได้ไม่น้อยกว่าสินค้าเกษตรประเภทอื่นในพื้นที่อีกด้วย เนื่องจากพริกชี้หนูมีมูลค่าทางการตลาด ที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นพริกแห้งเพื่อเพิ่มมูลค่า และเป็นผลผลิตที่ตลาดระดับขายส่งในกรุงเทพฯ มีความต้องการสูง ซึ่งเหมือนกันกับหอมหัวใหญ่ พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนของการดำเนินการบรรจุภัณฑ์และค่าขนส่ง โดยพ่อค้าคนกลางอาจจะมีการบวกกำไรมาสูงถึงกิโลกรัมละ 4-6 บาท

การดำเนินธุรกิจการรับซื้อผลผลิตพริกชี้หนู ในพื้นที่การศึกษาเป็นลักษณะการเป็นเจ้าของคนเดียวในลักษณะต่างคนต่างรับซื้อ ที่ไม่มีกรรวมกลุ่มกันการซื้อการขายเหมือนกับสหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ฝั่ง ส่งผลให้พ่อค้าคนกลางที่ทำการรับซื้อพริกชี้หนูขาดอำนาจการต่อรองราคากับตลาดขายส่งได้ อีกทั้งการรับซื้อผลผลิตพริกชี้หนู โดยการรับซื้อของพ่อค้าผู้รวบรวมในพื้นที่ศึกษา โดยต้องทำการจำหน่ายผลผลิตส่งอีกต่อหนึ่งให้กับพ่อค้าคนกลางอีกรายเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการจัดจำหน่ายแก่ตลาดค้าส่งในกรุงเทพฯ เนื่องจากพ่อค้าส่งอีกรายมีความคุ้นเคยกับตลาด และสามารถติดต่อสื่อสารกับพ่อค้าในตลาดส่งได้เป็นอย่างดี ทำให้พ่อค้ารวบรวมและพ่อค้าคนกลางในพื้นที่อาจสูญเสียโอกาสทางการตลาด เพราะสาเหตุทั้งหมดนี้ พ่อค้าคนกลางพริกชี้หนูมีความต้องการให้ทางรัฐบาลเข้ามามีส่วนช่วยเหลือในระบบการตลาดในเรื่องของการกำหนดราคา และการสร้างอำนาจต่อรองการซื้อขายผลผลิตเพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบจากตลาดปลายทาง ซึ่งพ่อค้าคนกลางบางรายในอดีตเกิดความพลาดพลั้งกับการค้าขายกับตลาดค้าส่งในกรุงเทพฯ ที่ไม่จ่ายผลตอบแทนให้จนต้องเลิกสัมกิจการ

#### 4.2 ระบบการตลาดหอมหัวใหญ่ที่ผ่านมาตรฐานการรับรอง GAP ในเขตอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

หอมหัวใหญ่เป็นพืชผักที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ มีการใช้บริโภคสดกับผักสลัดประกอบอาหาร และใช้แปรรูปในโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ อบแห้ง คองน้ำส้ม และใช้เป็น ส่วนประกอบในปลากระป๋อง เป็นต้น สำหรับประเทศไทยมีการปลูกหอมหัวใหญ่และให้ผลผลิตได้เพียง 1 ครั้ง ในรอบปี โดยจะเริ่มมีการเก็บเกี่ยวผลผลิต ตั้งแต่เดือนธันวาคม-เมษายน หลังจากนั้นจะเก็บรักษาผลผลิตตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงตุลาคมไว้ใช้บริโภคจนถึงฤดูกาลปลูกใหม่ อย่างไรก็ตามถ้าหากหอมหัวใหญ่ภายนอกมีต้นทุนต่ำจะเกิดการลักลอบนำเมล็ดพันธุ์มาปลูกทำให้มีปริมาณหอมหัวใหญ่ในท้องตลาดมาก ก็จะเกิดภาวะราคาต่ำก่อนความเดือดร้อนให้แก่เกษตรกร ซึ่งในปัจจุบันได้มีการทำเป้าหมายการผลิตรายปี เพื่อให้พื้นที่ปลูกมีปริมาณเหมาะสมและสามารถควบคุมคุณภาพผลผลิตให้มีความสอดคล้องกับความต้องการบริโภคและเกษตรกรขาย ([www.eto.ku.ac.th/neweto/e-book/plant/herb\\_gar/hom\\_hua.pdf](http://www.eto.ku.ac.th/neweto/e-book/plant/herb_gar/hom_hua.pdf))

แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะอำเภอฝาง เป็นพื้นที่ในการศึกษา เนื่องจากมีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกมาก (สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 1, 2555) ผลผลิตหอมหัวใหญ่ที่ผลิตในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากผลผลิตมีการเก็บรักษาในห้องเย็น เป็นหอมแห้งที่ตัดใบแล้วเดือนพฤษภาคม หลังจากเก็บหอมสดรวมใบแขวนไว้ ([www.eto.ku.ac.th/neweto/e-book/plant/herb\\_gar/hom\\_hua.pdf](http://www.eto.ku.ac.th/neweto/e-book/plant/herb_gar/hom_hua.pdf))

ช่องทางการจัดจำหน่ายของหอมหัวใหญ่มี 3 ช่องทาง

- (1) ช่องทางที่ 1 จำหน่ายผ่านสหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ฝาง ซึ่งเป็นหอมหัวใหญ่ที่ถูกเก็บเข้าห้องเย็นหรือ โกดังในสหกรณ์เพื่อนำออกจำหน่ายเป็นหอมแห้งในราคาที่สูงขึ้นในช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยว
- (2) ช่องทางที่ 2 ขายผลผลิตผ่านนายหน้าซึ่งเป็นของพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ เพื่อจำหน่ายผลผลิตไปยังสหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ฝาง
- (3) ช่องทางที่ 3 พ่อค้าปลีกในพื้นที่จำหน่ายผลผลิตให้แก่ผู้บริโภค

ผลผลิตหอมหัวใหญ่ในช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 1 และ 2 มีการจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าส่งในตลาดกรุงเทพฯ เพื่อส่งต่อไปยังพ่อค้าปลีกตลาดในกรุงเทพฯ และตลาดต่างจังหวัด เพื่อขายให้กับผู้บริโภค อีกทั้งยังจำหน่ายผลผลิตต่อไปยังพ่อค้าส่งตลาดนอกพื้นที่ เพื่อจำหน่ายไปยังพ่อค้าปลีกตลาดนอกพื้นที่ และขายให้กับผู้บริโภค

ช่องทางการจัดจำหน่ายของหอมหัวใหญ่แห้งที่ทำการเก็บไว้ในห้องเย็นของสหกรณ์ ทั้งผลผลิตที่เป็นของสหกรณ์ฯ และผลผลิตที่พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ให้บริการห้องเย็นของสหกรณ์ โดยสหกรณ์ฯ มีการคิดอัตราค่าเช่ากิโลกรัมละ 20 สตางค์ ซึ่งผลผลิตที่พ่อค้าคนกลางในพื้นที่รับซื้อนั้น ทำการจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่าย 3 ช่องทาง

- (1) ช่องทางที่ 1 นายหน้าของพ่อค้าส่งตลาดในกรุงเทพฯรับซื้อสินค้าจากสหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ฝาง เพื่อจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกตลาดกรุงเทพฯ เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค
- (2) ช่องทางที่ 2 พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ จำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าส่งตลาดกรุงเทพฯ และตลาดนอกพื้นที่ เพื่อจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าปลีกนอกพื้นที่ และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค
- (3) ช่องทางที่ 3 พ่อค้าปลีกในพื้นที่จำหน่ายผลผลิตให้แก่ผู้บริโภค

ผลผลิตหอมหัวใหญ่ของเกษตรกรในพื้นที่ที่มีการจำหน่ายผ่านนายหน้าซึ่งเป็นของพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ มีจำนวนเกษตรกรประมาณ 40-60 ราย โดยพ่อค้าคนกลางในพื้นที่มี

ความต้องการผลผลิตเพื่อจำหน่ายต่อวันอยู่ที่ 8,000 กิโลกรัม โดยผลผลิตที่ได้ไม่มีการนำไปแปรรูป ผลผลิตที่รวบรวมทำการต่อไปยังตลาดขายส่งกรุงเทพฯ ได้แก่ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง และปากคลองตลาด ตลาดขายส่งภายในพื้นที่ ได้แก่ ตลาดในท้องถื่น และตลาดเมืองใหม่ พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ไม่มีตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นของตนเอง การบรรจุผลผลิตอยู่ในลักษณะถุงคาข่ายสีแดงจากที่มีการซื้อจากบริษัทหนึ่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีต้นทุนถุงละประมาณ 3 บาท เพื่อจำหน่ายต่อไปยังตลาดพ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ และตลาดในตัวเมืองเชียงใหม่และเชียงราย ราคาของผลผลิตขึ้นอยู่กับความต้องการของพ่อค้าตลาดขายส่งในกรุงเทพฯ

สำหรับการจัดเก็บผลผลิตหอมหัวใหญ่เพื่อรอการจำหน่าย มีการจัดเก็บใน 2 ลักษณะ ได้แก่

(1) นำผลผลิตหอมหัวใหญ่ตากไว้ในโกดังของพ่อค้าคนกลาง โดยมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าแรงเพื่อการขนย้ายผลผลิตรายวันคนละ 200 บาท และหากต้องการเช่าโกดังสหกรณ์ สหกรณ์ จะมีการคิดค่าเช่ากิโลกรัมละ 20 สตางค์ตลอดฤดูกาล

(2) นำผลผลิตหอมหัวใหญ่เก็บไว้ในห้องเย็นของสหกรณ์ โดยสหกรณ์คิดค่าเช่าเป็นกิโลกรัมๆ ละ 1 บาท กรณีที่พ่อค้าคนกลางต้องการขอใช้บริการห้องเย็นจากสหกรณ์

การขนส่งในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียงจะขนส่งโดยใช้รถกระบะสี่ล้อหรือรถบรรทุกหกล้อ โดยคิดค่าขนส่งเป็นกิโลกรัมๆ ละ 10 สตางค์ ในส่วนของการขนส่งจากคลังสินค้า ทั้งของพ่อค้าคนกลางและสหกรณ์ ไปสู่ตลาดพ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ จะทำการขนส่งโดยรถบรรทุกสิบล้อของบริษัท ธนาธร และนิ่มชีเส็ง โดยมีต้นทุนการขนส่งเป็นถุงละ 25 บาท ซึ่งการจำหน่ายผลผลิตหอมหัวใหญ่ในพื้นที่มีรายได้ต่อปีประมาณ 200,000 บาท

ด้านต้นทุนทางการตลาด และส่วนเหลือมทางการตลาด ส่วนเหลือมการตลาดมีค่าเท่ากับ 14.25 บาท โดยเกิดจากความแตกต่างของราคาขายปลีกหอมหัวใหญ่กับราคาที่เกษตรกรได้รับในระดับ 20 บาท/กก. และ 5.75 บาท/กก. ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดขึ้น ได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าแรงงาน เป็นต้น ซึ่งค่าแรงงานจ้างในกระบวนการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว ในพื้นที่จะมีอัตราจ้างรายวันอยู่ที่ 180-200 บาท/คน/วัน และเกษตรกรไม่มีภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลผลิต เนื่องจากพ่อค้าคนกลางจะมีรถมารับผลผลิตถึงสวนของเกษตรกร โดยพ่อค้าคนกลางจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งเป็นกิโลกรัมๆ ละ 10 สตางค์ ในส่วนของการขนส่งจากคลังสินค้าทั้งของพ่อค้าคนกลางและสหกรณ์ ไปสู่ตลาดพ่อค้าส่งในกรุงเทพฯ จะทำการขนส่งโดยรถบรรทุกสิบล้อของบริษัท ธนาธร และนิ่มชีเส็ง โดยมีต้นทุนการขนส่งเป็นถุงละ 25

บาท สำหรับต้นทุนคงที่จะมีในเรื่องของการเช่าโกดังของสหกรณ์คิดเป็น กิโลกรัมละ 20 สตางค์ ตลอดฤดูปลูก และการเช่าห้องเย็นคิดเป็น กิโลกรัมละ 1 บาทต่อเดือน

กรณีการรับซื้อผลผลิตหอมหัวใหญ่ของพ่อค้าคนกลาง มีการมอบหมายให้นายหน้าเข้าไปติดต่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ซึ่งนายหน้าต้องรับภาระด้านต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องกับค่าแรงงานตามอัตราค่าจ้างรายวันในพื้นที่ ที่ต้องไปไร่ซื้อหอมกับรถขนส่ง โดยคิดค่านายหน้า กิโลกรัมละ 10 สตางค์ หรือถ้าใช้รถส่วนตัวในการขนส่งก็จะได้อีกค่าขนส่งอีก ซึ่งต้นทุนการขนส่ง กิโลกรัมละ 10 สตางค์ และค่าแรงงานจ้างสำหรับกระบวนการนำหอมขึ้นตากในโกดังหรือเช่าห้องเย็น 200 บาทต่อคนต่อวัน และค่าบรรจุภัณฑ์ ถุงละ 3 บาท สำหรับต้นทุนคงที่พ่อค้าคนกลางต้องรับผิดชอบค่าเช่าห้องเย็นของสหกรณ์ในกิโลกรัมละ 1 บาท

กรณีการรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์ จะมีต้นทุนผันแปรในส่วนของค่าขนส่งที่ต้องจ่ายให้กับพ่อค้าคนกลางที่มาติดต่อซื้อหอม โดยคิดเป็นกิโลกรัมละ 1 บาท และสหกรณ์มีค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน 200 บาทต่อคนต่อวัน และในส่วนของกระบวนการนำผลผลิตเก็บรักษาในห้องเย็นจะคิดค่าใช้จ่ายในลักษณะของน้ำหนักสูญหายร้อยละ 30

การกำหนดราคาซื้อผลผลิตหอมหัวใหญ่ของพ่อค้าคนกลาง จากนายหน้าและการรับซื้อโดยตรงจากเกษตรกร โดยมีการกำหนดราคารับซื้อ ดังนี้

- (1) เบอร์โอ-เบอร์ 1 (ใหญ่สุด) ราคา 8 บาท
- (2) เบอร์ 2 ราคา 7 บาท
- (3) เบอร์ 3 (เล็กสุด) ราคา 4 บาท

การบรรจุผลผลิตอยู่ในลักษณะถุงตาข่ายสีแดงน้ำหนักถุงละ 25 กิโลกรัม ซึ่งวิธีการจัดจำหน่ายจะมีอยู่ 2 แบบคือ แบบหอมสด โดยพ่อค้าคนกลางจะมีโกดังเป็นของตัวเองซึ่งหลังจากได้หอมที่เก็บเกี่ยวเสร็จแล้วก็จะนำมาตากให้แห้งน้ำก่อน และทำการจำหน่ายต่อไปยังตลาด ซึ่งทำการขนส่งโดยรถบรรทุกสิบล้อที่คิดค่าขนส่งคือ ถุงละ 25 บาท และอีกแบบหนึ่ง คือ แบบหอมแห้ง โดยจะนำผลผลิตหอมหัวใหญ่ไปเก็บไว้ในห้องเย็นของสหกรณ์เพื่อนำออกจำหน่ายในช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยว ซึ่งมีตลาดขายส่งจัดจำหน่ายอยู่ในกรุงเทพฯ คือ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง และปากคลองตลาด รวมถึงตลาดขายส่งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ตลาดเมืองใหม่ และตลาดต่างๆ ในจังหวัดเชียงราย โดยพ่อค้าขายส่งจะมีการรับซื้อผลผลิตจากคลังสินค้าพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ โดย ณ วันสำรวจ พ่อค้าคนกลางจำหน่ายผลผลิตหอมหัวใหญ่อยู่ที่ราคา 9-10 บาท/กิโลกรัม (เบอร์โอ)

การจัดจำหน่ายผลผลิตหอมหัวใหญ่ผ่านสหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ฝาง โดยสหกรณ์ทำหน้าที่รับฝากผลผลิตจากพ่อค้าคนกลางในพื้นที่โดยคิดค่าเช่ากิโกรัมละ 20 สตางค์ และรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกเพื่อการจำหน่าย ช่วงปี 2552-2554 สหกรณ์ไม่มีหน้าที่ในการรับซื้อผลผลิตหอมหัวใหญ่จากเกษตรกร มีแค่เพียงการรับฝากสินค้าในลักษณะตากผลผลิตไว้ในโกดังของสหกรณ์ ซึ่งโกดังของสหกรณ์มีขนาดบรรจุ 400,000 กิโลกรัม โดยคิดค่าเช่ากิโกรัมละ 20 สตางค์ และอีกลักษณะหนึ่งคือ เก็บผลผลิตไว้ในห้องเย็น ที่มีขนาดบรรจุถึง 1,200,000 กิโลกรัม โดยคิดค่าเช่าเป็นกิโกรัมละ 1 บาท โดยห้องเย็นได้รับการสนับสนุนการก่อสร้างจากรัฐบาล โดยสหกรณ์รับผิดชอบเพียงค่าใช้จ่ายค่าน้ำไฟฟ้าของห้องเย็น โดยการจัดจำหน่ายสินค้าในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวจะมีเพียงผลผลิตหอมหัวใหญ่ที่เก็บรักษาในโกดังของสหกรณ์ที่เกษตรกรนำมาฝากขายเท่านั้น ซึ่ง ณ วันสำรวจ สหกรณ์ขายในราคาริโกรัมละ 9 บาท (เบอร์โอ) แต่ในช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยว สหกรณ์จะขายในราคาสูงขึ้น โดยสหกรณ์คาดว่าจะสูงกว่าราคาหอมสดประมาณ 1-2 บาทในปี 2555 โดยการขนส่งใช้พาหนะเป็นรถบรรทุก โดยคิดค่าขนส่งถ่วงละ 25 บาท สำหรับการจำหน่ายต่อไปยังตลาดในกรุงเทพ คือ ตลาดไทย ตลาดสี่มุมเมืองและปากคลองตลาด

สหกรณ์มีการจ่ายค่าผลผลิตให้แก่เกษตรกร จากระบบการฝากขาย เกษตรกรที่นำผลผลิตมาฝากขายจะได้ค่าผลผลิต ก็คือเมื่อผลผลิตของตัวเองถูกขายไปแล้ว โดยสหกรณ์จะให้เกษตรกรเขียนชื่อและเบอร์โทรติดคอไว้ที่ถุง ก่อนเก็บเข้าคลังสินค้าของสหกรณ์เพื่อที่หลังจากจำหน่ายผลผลิตไปแล้วสหกรณ์ จะสามารถเรียกมารับเงิน และหักค่าเช่าโกดังหรือห้องเย็นอย่างเป็นระบบ

ข้อมูลด้านปัญหาอุปสรรคทางการตลาดของหอมหัวใหญ่โดยสรุป แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

(1) ส่วนของเกษตรกร มีปัญหาด้านผลผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากปี 2555 ด้วยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม เช่น ปริมาณฝน ทำให้น้ำหนักหอมหัวใหญ่ไม่ได้ตามมาตรฐานที่ต้องการ

(2) ปัญหาด้านทุนในการปลูกหอมหัวใหญ่ที่สูงขึ้น ทั้งในเรื่องของค่าจ้างแรงงานที่รัฐบาลปรับขึ้น และราคาปัจจัยการผลิตที่ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ทั้งราคาปุ๋ย และสารกำจัดศัตรูพืชที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้เกษตรกรประสบปัญหากำไรน้อยถึงขั้นขาดทุนในบางราย อีกทั้งเกษตรกรยังเชื่อว่ารัฐบาลนำเข้าหอมหัวใหญ่จากจีนทำให้ราคาหอมภายในประเทศไทยตกต่ำลง อย่างไรก็ตามเกษตรกรไม่มีภาระต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านบรรจุภัณฑ์พ่อค้าคนกลางรับผิดชอบโดยการนำถุงบรรจุมาให้เกษตรกร

(3) ความผันผวนของความเคลื่อนไหวของราคาหอมหัวใหญ่ อย่างไรก็ตาม ในช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยว ราคาหอมหัวใหญ่แห่งมีระดับราคาที่สูงกว่าการจำหน่ายในรูปแบบหอมสด เมื่อนำออกจากจากห้องเย็น แต่การจำหน่ายหอมหัวใหญ่แห่งต้องใช้เวลานานกว่าจะได้ผลตอบแทนซึ่งทำให้เกษตรกรมีต้นทุนค่าเสียโอกาสค่าดอกเบี้ยเงินกู้ เนื่องจากเกษตรกรมีการกู้ยืมเงินมาลงทุน

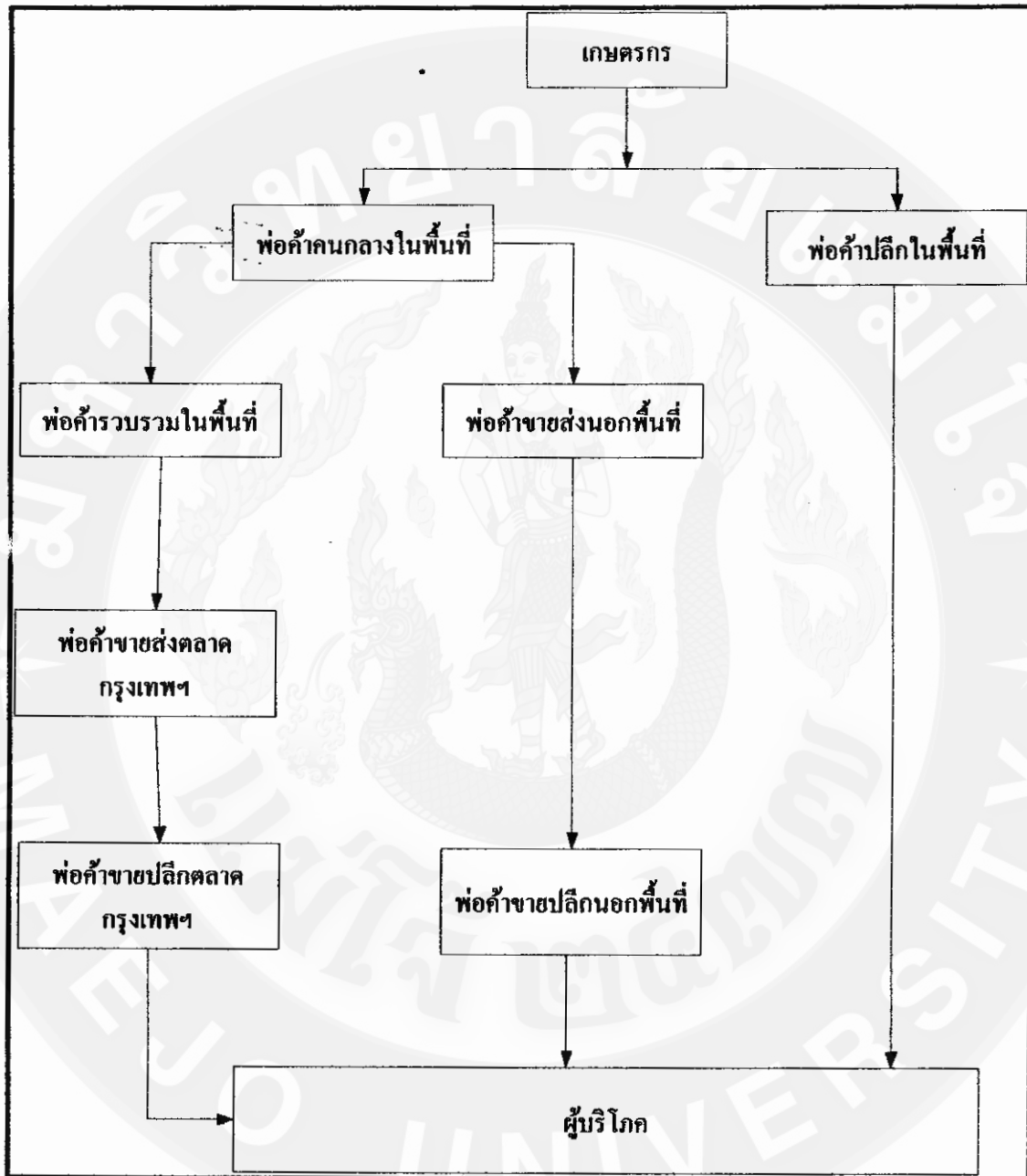
(4) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตเกษตรกรในพื้นที่ สามารถจำหน่ายผ่านคนกลางได้หลายระดับและมีจำนวนพ่อค้าคนกลางในพื้นที่จำนวนมากหลาย อีกทั้งมีการรวมตัวกันเป็นสมาชิกรวมชื่อ “สหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ฝาง จำกัด” เพื่อรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิก และทำการจำหน่าย เพื่อสามารถสร้างอำนาจในการต่อรองกับตลาด และอีกช่องทางหนึ่งในการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจำหน่ายผ่านนายหน้าของพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อหอมจากเกษตรกรในพื้นที่ อย่างไรก็ตามเกษตรกรต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการเข้ามาให้ความรู้การส่งเสริมด้านการตลาด และช่วยเหลือในเรื่องของระบบการตลาดอย่างต่อเนื่อง

(5) พ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ ประสบปัญหาด้านคุณภาพของผลผลิตไม่เป็นไปตามที่ตลาดต้องการ ทำให้รายได้ของพ่อค้าคนกลางไม่มีเสถียรภาพ อีกทั้งการกำหนดราคาผลผลิตที่ตลาดปลายทางรับซื้อไม่ได้สอดคล้องตามต้นทุนการผลิตของเกษตรกร

(6) การจัดจำหน่ายผลผลิต ราคาผลผลิตหอมหัวใหญ่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ถ้าเป็นช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวที่มีปริมาณผลผลิตมาก ราคาจะตกต่ำ ตรงข้ามช่วงนอกฤดูกาล ผลผลิตเริ่มขาดแคลนทำให้ราคาผลผลิตสูงขึ้น โดยช่วงนอกฤดูกาลเก็บเกี่ยวมีลักษณะการจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบหอมแห้ง ซึ่งมีระยะเวลาการจำหน่ายที่นานกว่าการจำหน่ายหอมสด ดังนั้นเพื่อเป็นการรักษาระดับราคาไม่ให้เกิดความผันผวนควรมีการวางแผนการจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบของหอมแห้งมากกว่าหอมสด รวมทั้งควรมีการวางแผนการผลิตหอมหัวใหญ่ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และบทบาทของสหกรณ์มีความสำคัญต่อเกษตรกรสมาชิกผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ เพื่อเป็นการสร้างอำนาจการต่อรองราคาให้มีความเท่าเทียมกัน

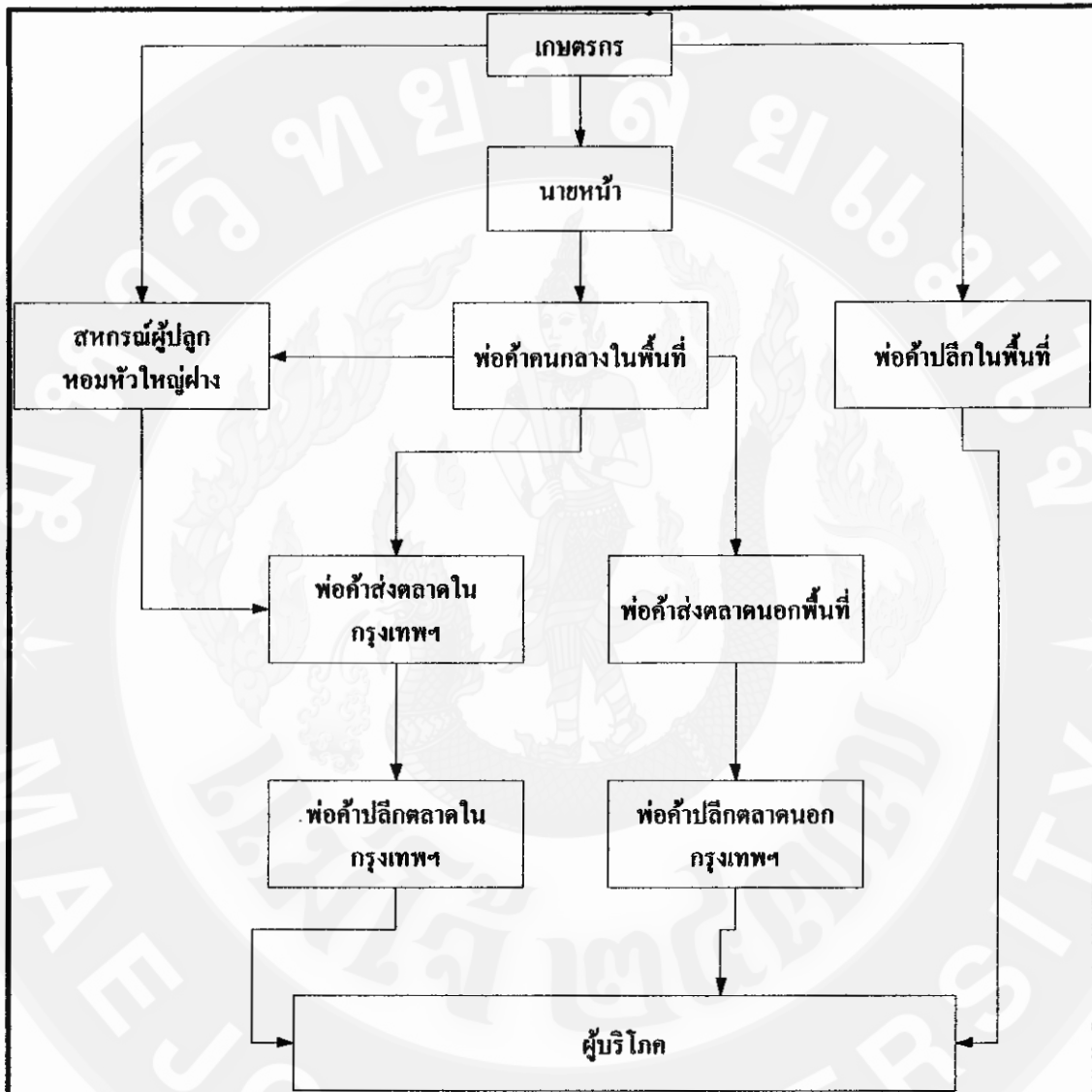


4.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายพริกชี้หนูที่ผ่านมาตรฐานการรับรอง GAP ในเขตอำเภอฝาง จังหวัด เชียงใหม่



ภาพที่ 4-1 วิธีการตลาดพริกชี้หนู

4.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายหอมหัวใหญ่ที่ผ่านมาตรฐานการรับรอง GAP ในเขตอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 4-2 วิธีการตลาดหอมหัวใหญ่