

ราคาของผักและการตลาด

ในบทนี้จะทำการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 จะกล่าวถึงการตลาดของผัก ซึ่งประกอบด้วยสภาพโดยทั่วไปของตลาดและผู้ค้าผัก ประเภทและการดำเนินงานของผู้ค้าผัก วิธีการตลาด การขนส่งและต้นทุนการตลาดของผัก ส่วนที่ 2 จะกล่าวถึงระบบราคาของผัก โดยพิจารณาถึงการก่อตัวของราคา และความแตกต่างของราคาตามลักษณะและคุณภาพ

4.1 การตลาดของผัก

4.1.1 สภาพโดยทั่วไปของตลาดและผู้ค้าผัก

โดยทั่วไปแล้ว ผลผลิตของผักเกือบทั้งหมดที่ผลิตได้ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง จะถูกนำมาจำหน่ายที่ตลาดในอำเภอบัวใหญ่ มีผักจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่นำไปจำหน่ายให้อำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอประทาย และอำเภอดง เป็นต้น สำหรับตลาดผักที่สำคัญในเขตอำเภอบัวใหญ่ มี 2 แห่ง คือ ตลาดสดเทศบาล หรือ "ตลาดเช้า" และตลาดสดหลังสถานีรถไฟ หรือ "ตลาดกลางวัน" ทั้ง 2 ตลาดเป็นตลาดที่มีการค้าเนื้อหมู เนื้อวัว ผักสด และอาหารประจำวันอื่น ๆ

ตลาดเทศบาล หรือ "ตลาดเช้า" ตั้งอยู่ที่ ถนนเทศบาล 4 เป็นตลาดที่ทางการจัดตั้งให้มีทุกอำเภออย่างน้อยอำเภอละ 1 แห่ง¹ โดยเปิดค้าขายในช่วงเช้าระหว่างเวลา 02.00-08.30 น. ของทุกวัน เป็นตลาดถาวรที่มีแผงนั่งขายขนาดกว้าง 1.50 เมตร ยาว 2.00 เมตร จำนวน 180 แผง ค่าเช่าแผงจะแตกต่างกันตามสินค้าที่วางขาย สำหรับผู้ค้าผักจะเสียค่าเช่าแผง 1 บาทต่อวันต่อแผง ส่วนตลาดสดหลังสถานีรถไฟเปิดขายในช่วงเวลา 8.00-19.00 น. ของทุกวัน ตั้งอยู่ที่ ถนนรถไฟ ใกล้เคียง ๆ กับสถานีรถไฟอำเภอบัวใหญ่ ตลาดดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

¹กรมส่งเสริมสหกรณ์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, การตลาดพืชผักในฤดูแล้ง ตำบลแต่และตาเกษ อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ 2525-2526, เอกสารเศรษฐกิจการเกษตรเลขที่ 6, 2529 , หน้า 15.

ส่วนที่เอกชนเป็นเจ้าของ เป็นส่วนที่มีการก่อสร้างอย่างถาวร มีแผงนั่งขายประมาณ 120 แผง ค่าเช่าแผง 10 บาทต่อวันต่อแผง อีกส่วนหนึ่งก็คือ ส่วนที่วางขายกันตามถนนหรือทางเท้า มีทั้งที่มีแผงและไม่มีแผงวางขาย โดยเสียค่าเช่าที่ให้กับทางเทศบาล 1 บาทต่อวัน ซึ่งในปัจจุบัน พบว่าตลาดในส่วนนี้มีความสำคัญมากกว่าตลาดในส่วนที่เอกชนเป็นเจ้าของ เพราะผู้ค้าเกือบทั้งหมดที่เช่าแผงของเอกชนได้ย้ายออกมาวางขายตามถนนและทางเท้าตลอดถนนรถไฟ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องมาจากประชาชนส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าต่าง ๆ จากผู้ค้าที่วางขายตามถนนหรือทางเท้ามากกว่าผู้ค้าที่เช่าแผงเอกชน เพราะผู้ค้าที่วางขายตามถนนนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรโดยตรง พืชผักที่นำมาจำหน่ายก็มักเป็นพืชผักที่ได้จากสวนของตนเอง ไม่ได้รับจากผู้ค้าส่งอีกต่อเหมือนเช่นกรณีของผู้เช่าแผงเอกชน

จากการสำรวจทั้ง 2 ตลาด พบว่า มีผู้ค้าผักสดทั้งหมดประมาณ 70-80 ราย ประกอบด้วยผู้ค้าส่ง 7-10 ราย ผู้ค้าปลีก 50 ราย และผู้ค้ารวบรวมในหมู่บ้าน 20 ราย นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีผู้ค้าที่ใช้รถจักรยานเป็นพาหนะนำผักและอาหารประจำวันอื่น ๆ ไปขายในหมู่บ้านในเขตอำเภอบัวใหญ่ ซึ่งมีจำนวนประมาณ 120 ราย ผู้ค้าโดยทั่วไปแล้ว จะมีประสบการณ์ในการขายผักเฉลี่ยประมาณ 10 ปี และร้อยละ 70 ของผู้ค้าผักทั้งหมดในตลาดอำเภอบัวใหญ่ จะทำการค้าผักตลอดทั้งปี ซึ่งถือว่าเป็นอาชีพหลัก มีผู้ค้าผักเพียงร้อยละ 30 ที่ทำการค้าผักเป็นเพียงบางช่วงเท่านั้น โดยส่วนมากแล้วจะทำเฉพาะในช่วงฤดูแล้ง พอถึงฤดูฝน ผู้ค้าเหล่านี้ก็จะกลับไปทำไร่ทำนาของตนเอง ส่วนในเรื่องระดับการศึกษา พบว่า ผู้ค้าผักประมาณร้อยละ 23.40 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ประมาณร้อยละ 70.22 ที่มีระดับการศึกษาระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 - ชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 และประมาณร้อยละ 6.38 ที่มีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ผู้ค้าผักส่วนใหญ่มักจะใช้เงินทุนของตนเอง มีผู้ค้าผักเพียงร้อยละ 23.40 ที่ใช้เงินทุนของผู้อื่น ซึ่งส่วนใหญ่จะได้มาจากการกู้ยืมญาติพี่น้องหรือเพื่อนฝูงในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยร้อยละ 8.45 บาทต่อเดือน จากการที่ตลาดค้าผักของอำเภอบัวใหญ่มี 2 แห่ง และแต่ละแห่งก็มีเวลาเปิดและปิดดำเนินการไม่ตรงกัน ดังนั้น พบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ค้าผักทั้งหมดในตลาดหลังสถานีรถไฟเป็นผู้ค้าที่ย้ายมาจากตลาดสดเทศบาล การที่ต้องมีการย้ายตลาดจำหน่ายผักจากตลาดสดเทศบาล ไปยังตลาดสดหลังสถานีรถไฟนั้น นับว่าเป็นปัญหาที่สำคัญที่ผู้ค้าในตลาดอำเภอบัวใหญ่ประสบอยู่ เพราะผู้ค้าได้รับความยุ่งยากในการขนย้าย และจากการที่ผักเป็นสินค้าประเภทเน่าเสียง่าย การขนย้ายจึงเป็นไปด้วยความระมัดระวัง นอกจากนี้ผู้ค้ายังต้องเสียค่าธรรมเนียมในการขนย้ายอีกด้วย

หากพิจารณาในด้านระดับตลาดของผัก โดยทั่วไปแล้วสามารถแยกระดับตลาดของผัก

ออกเป็น 3 ระดับ² คือ

- ตลาดรวมท้องถิ่น (Local growers wholesale market)
- ตลาดรวมท้องถิ่น (Assembly wholesale market)
- ตลาดรวมปลายทาง (Terminal market)

สำหรับตลาดผักของอำเภอบัวใหญ่ จัดได้ว่าเป็นตลาดระดับรวมท้องถิ่น เนื่องจากเป็นตลาดที่รวบรวมพืชผักในท้องถิ่นที่แหล่งผลิตนั่นเอง และยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกในตลาดน้อย ไม่สมบูรณ์ ประกอบกับปริมาณการซื้อขายยังไม่มากนัก และยังเป็นตลาดที่รวบรวมผักที่จำหน่ายต่อไปยังตลาดอื่น ๆ อีกด้วย

4. 1. 2 ประเภทและการดำเนินงานของผู้ค้าผัก

4. 1. 2. 1 เกษตรกร จากการสำรวจ พบว่า เมื่อเก็บผลผลิตผักแล้ว ประมาณร้อยละ 80 ของเกษตรกรในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง ได้จำหน่ายผักให้แก่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านหรือนำไปจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกที่ตลาดอำเภอบัวใหญ่ มีเกษตรกรเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ที่นำผักไปวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือนำไปจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่ง ในกรณีที่ผักขาดแคลนตลาดก็จะมีผู้ค้าทั้งที่เป็นผู้ค้าชาวและผู้ค้าชาวประจำเข้ามารับซื้อถึงในหมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิต ซึ่งผู้ค้าเหล่านี้เป็นผู้ค้าทั้งที่มาจากตลาดอำเภอบัวใหญ่ และจากที่อื่น เช่น อำเภอจัตุรัส อำเภอเมืองชัยภูมิ หรือจากอำเภอเมืองนครราชสีมา เป็นต้น การที่เกษตรกรจะขายผลผลิตของตนให้กับผู้ค้าคนใดคนหนึ่งนั้น ขึ้นอยู่กับการให้ราคาที่ดีและการมีความคุ้นเคยกับผู้ค้า โดยก่อนการจำหน่ายผัก พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการออกไปสืบราคาของผักจากแหล่งข่าวต่าง ๆ เกษตรกรจะทราบข่าวสารด้านราคาในช่วงที่นำผักไปจำหน่ายให้กับผู้ค้า หรือจากเพื่อนบ้านที่นำเอาผักไปจำหน่ายก่อน สำหรับช่วงระยะเวลาที่เกษตรกรทำการตัดผักไปจำหน่ายมี 2 ช่วงคือ ระหว่างเวลา 06.00-09.00 น. ซึ่งผักที่ตัดในช่วงเวลานี้จะนำไปจำหน่ายที่ตลาดสดหลังสถานีรถไฟ และระหว่างเวลา 15.00-17.00 น. ผักที่ตัดในช่วงนี้จะนำไปจำหน่ายที่ตลาดสดเทศบาล ปัญหาที่สำคัญของการจำหน่ายผักที่เกษตรกรในลุ่มน้ำห้วยยางประสบอยู่ในปัจจุบัน มีดังนี้ คือ

- ปัญหาช่วงเวลาที่ผักถึงตลาด ผู้ค้าผักมักกดราคาซื้อ ราคาผักจึงถูกมาก บางครั้งทำให้เกษตรกรขาดทุน โดยเฉพาะในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงที่ผักในตลาดมีปริมาณมาก

² เรืองเดี๋ยวกัน , หน้า 15.

- ปัญหาการขนส่งไม่สะดวกและไกลจากตลาด เป็นอุปสรรคในการนำผักมาจำหน่ายที่ตลาดอำเภอบัวใหญ่ ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะเกิดขึ้นเฉพาะบางหมู่บ้านเท่านั้น ที่อยู่ไกลตลาด เช่นที่บ้านหนองหัวเอน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตแตงกวาที่สำคัญในลุ่มน้ำห้วยยาง มีระยะทางระหว่างหมู่บ้านกับตลาดบัวใหญ่ประมาณ 20 กิโลเมตร เส้นทางส่วนใหญ่เป็นถนนลูกรังและทางดิน ในฤดูฝนมักเป็นหลุมหรือบ่อ ซึ่งยากต่อการขนส่ง มีเพียงบางช่วงเท่านั้นที่เป็นถนนลาดยาง

- ปัญหาราคาผักมีการเปลี่ยนแปลงมากและบ่อยครั้ง ทำให้เกษตรกรไม่สามารถกำหนดปริมาณในการตัดผักในแต่ละวันได้อย่างแน่นอน

- ปัญหาการไม่มีที่วางขาย ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นในกรณีที่เกษตรกรนำผักมาจำหน่ายเอง ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรไม่ได้มาวางขายประจำ จึงทำให้หาที่วางขายในตลาดลำบาก โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตผักออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก มักจะมีปัญหาในเรื่องการแย่งที่กันวางขายเกิดขึ้นเสมอ ๆ

4.1.2.2 ผู้รวบรวมในหมู่บ้านหรือผู้ค้าท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่แล้ว เกษตรกรจะจำหน่ายผักให้กับผู้รวบรวมในหมู่บ้านด้วยสาเหตุสำคัญ 3 ประการ คือ ประการที่ 1 เนื่องจากเกษตรกรไม่มีเวลาที่จะนำผักไปขายด้วยตนเองในตลาด เพราะต้องคอยดูแลรดน้ำ ใส่ปุ๋ย และฉีดยาผัก นอกจากนี้แล้ว เกษตรกรบางรายต้องมีการะในการเลี้ยงดูบุตร เลี้ยงวัวควาย เป็นต้น ประการที่ 2 เนื่องจากปริมาณผักที่จะนำไปจำหน่ายในตลาดมีปริมาณเล็กน้อย ไม่คุ้มกับค่าขนส่งหรือเวลาที่เสียไป จึงจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ประการสุดท้าย เนื่องจากไม่มีความสามารถหรือไม่มีความรู้ในการค้าขายเลย เป็นเพียงแต่ผู้ผลิตอย่างเดียว สำหรับผู้ที่เป็นผู้รวบรวมในหมู่บ้าน มักเป็นคนที่มีถิ่นฐานอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ และเป็นผู้ที่มีความคุ้นเคยกับผู้ผลิตเป็นอย่างดี ในการรับซื้อผักของผู้รวบรวมในหมู่บ้านนั้น ใช้รถเข็นหรือสามล้อเครื่อง ไปรับซื้อผักจากเกษตรกรที่สวนหรือที่บ้านเกษตรกร แต่ในกรณีที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านเป็นผู้รวบรวมรายใหญ่และดำเนินกิจการมานาน เกษตรกรมักจะนำผักของตนไปจำหน่ายให้ถึงที่บ้านของผู้รวบรวม ส่วนหลักการในการกำหนดราคาซื้อของผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ใช้ราคาซื้อขายในตลาดอำเภอบัวใหญ่เป็นหลักสำคัญ แล้วหักด้วยค่าใช้จ่ายในการรวบรวมและผลตอบแทนที่ตนจะได้รับ ฉะนั้น ถ้าผู้รวบรวมในหมู่บ้านสามารถรับซื้อผักจากเกษตรกรได้ราคาต่ำเท่าไร ผลตอบแทนที่ตนจะได้รับก็จะมากเท่านั้น จากการสำรวจพบว่า หมู่บ้านที่ทำการปลูกผักเพื่อการค้าแต่ละหมู่บ้าน จะมีผู้รวบรวมอย่างน้อยหมู่บ้านละ 1 ราย แต่ในบางหมู่บ้านที่ทำการปลูกผักตลอดทั้งปี เช่น บ้านด่านช้าง มีผู้รวบรวมประมาณ 10-15 ราย ซึ่งแต่ละรายมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจดังกล่าวประมาณ 8 ปี โดยร้อยละ 83 ของผู้รวบรวมทั้งหมดมีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-ชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 และที่ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีประมาณร้อยละ 17 สำหรับเงินทุนที่ใช้ในการรับซื้อผักเฉลี่ย 311 บาทต่อวันต่อคน (ในช่วงที่ผักมีราคาถูก) ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนของตัวเอง มีเพียงร้อยละ 17 เท่านั้น ที่กู้ยืมเงินจากญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 10 ต่อเดือน

เมื่อรวบรวมผักจากเกษตรกร เรียบร้อยแล้ว ผู้รวบรวมในหมู่บ้านก็จะนำผักไปจำหน่ายให้ผู้ค้าชายปลีกและผู้ค้าชายส่งในตลาดอำเภอบัวใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากการจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกโดยตรง จะได้รับราคาที่ดีกว่าการจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่ง ในขณะที่ผู้รวบรวมชายส่งไม่หมดหรือขายไม่ได้ ก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ค้าปลีกเอง โดยจะเป็นผู้จำหน่ายผักส่วนที่เหลือให้กับผู้บริโภคโดยตรง สำหรับในช่วงฤดูกาลทำนา ปริมาณผักที่ผลิตได้ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยางมีปริมาณน้อย เพราะชาวบ้านบางส่วนจะกลับไปทำนา ผู้รวบรวมในหมู่บ้านจะรับซื้อผักจากพ่อค้าส่งที่ไปรับซื้อผักมาจากที่อื่น เช่น โคราช ขอนแก่น บ้านไผ่ ชัยภูมิ เป็นต้น มาขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง

ปัญหาที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านประสบอยู่ ก็คือ ปัญหาการกดราคาซื้อของผู้ค้าปลีกและการแข่งขันจากผู้ค้าส่งที่ไปรับซื้อผักจากที่อื่นมาจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกในตลาดอำเภอบัวใหญ่

4.1.2.3 ผู้ค้าส่ง โดยปกติแล้วผู้ค้าส่งผักในตลาดอำเภอบัวใหญ่ มีจำนวนประมาณ 7-10 ราย แต่ในช่วงฤดูฝนจำนวนผู้ค้าส่งจะมีมากกว่านี้ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงฤดูแล้งผู้ค้าส่งผักมักนำเอารถบรรทุกผักของตนไปรับจ้างขนส่งข้าวและพืชไร่ต่าง ๆ ซึ่งจะมีรายได้ที่ดีกว่าการรับซื้อผัก พอถึงช่วงฤดูฝน ชาวบ้านก็เริ่มทำไร่ทำนา ไม่มีผลผลิตที่จะให้รับจ้างขนส่ง พ่อค้าส่งก็จะนำเอารถมาวิ่งรับซื้อผักจากแหล่งผลิตอื่น ๆ มาขายในตลาดอำเภอบัวใหญ่ โดยเฉลี่ยแล้วผู้ค้าส่งจะมีประสบการณ์ในการทำการค้าดังกล่าวมาประมาณ 7 ปี ประมาณร้อยละ 66.67 ของผู้ค้าส่ง มีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-ชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 และประมาณร้อยละ 16.67 ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ส่วนที่มีระดับการศึกษาระหว่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีประมาณร้อยละ 16.66 สำหรับเงินทุนที่ใช้ในการรับซื้อเฉลี่ย 1,450 บาท ต่อวันต่อราย³ โดยแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการรับซื้อผักนั้น พบว่า ร้อยละ 50 ของผู้ค้าส่งใช้เงินทุนของตนเอง และร้อยละ 50 จะกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อเดือน ไม่มีการกู้ยืมจากธนาคาร ทั้งนี้เนื่องจากการกู้ยืมจากญาติพี่น้องมีความสะดวกรวดเร็วมากกว่าการกู้ยืมจากธนาคาร หลังจากที่ผู้ค้าส่งรับซื้อผักจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวมในหมู่บ้านแล้วก็จะนำผักไปจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกอีกต่อหนึ่ง ส่วนในช่วงที่ผักบริเวณลุ่มน้ำห้วยยางมีปริมาณมากผู้ค้าส่งก็จะนำผักจากตลาดบัวใหญ่ไปจำหน่ายยังตลาดอื่น ๆ ที่ขาดแคลน ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นต่างกว่า

³ เป็นจำนวนเงินของผู้ค้าส่ง ที่รับซื้อผักที่เพาะปลูกในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง และในช่วงการสำรวจเป็นช่วงที่ราคาผักถูก คือช่วงเดือนธันวาคม สำหรับผู้ค้าส่งที่ไปรับซื้อผักจากแหล่งผลิตที่อื่น เช่น โคราช ชัยภูมิ จะใช้เงินลงทุนในแต่ละวันมากกว่านี้

มะเขือเทศ และกะหล่ำปลี พอถึงช่วงฤดูฝนซึ่งเป็นช่วงที่ปริมาณผักที่ผลิตได้ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยขางมีจำนวนน้อย ผู้ค้าส่งดังกล่าวก็จะไปรับซื้อผักจากแหล่งผลิตอื่น ๆ เช่น โคโราช ชัยภูมิ ขอนแก่น เป็นต้น

สำหรับปัญหาที่สำคัญของผู้ค้าส่ง ก็คือ ปัญหาหนี้สูญ ทั้งนี้เนื่องจากการจำหน่ายผักให้ผู้ค้าปลีกนั้น ส่วนใหญ่เป็นเงินเชื่อ กล่าวคือ ผู้ค้าส่งจะให้ผู้ปลิกนำผักไปขายก่อน ผู้ค้าปลิกขายได้เมื่อไหร่ก็ค่อยทยอยจ่ายให้ทีหลัง ซึ่งมักจะเกิดหนี้สูญ เนื่องจากผู้ค้าปลิกไม่มีเงินจะจ่ายหรือบางคนก็เลิกขายผัก เพราะทำการค้าผักเป็นเพียงบางช่วงเท่านั้น ไม่ใช่เป็นอาชีพหลัก

4.1.2.4 ผู้ค้าปลีก สำหรับผู้ค้าปลีกผักในตลาดอำเภอบัวใหญ่ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ผู้ค้าปลีกที่มีแผงวางขายประจำ หรือ วางขายตามทางเดินในตลาดสดเทศบาลและตลาดสดหลังสถานีรถไฟ ซึ่งผู้ค้าปลิกดังกล่าวมีทั้งหมดประมาณ 50-70 ราย ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอบัวใหญ่ มีประสบการณ์ในการขายผักเฉลี่ยรายละเอียด 14 ปี สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ร้อยละ 60.86 ของผู้ค้าปลิกดังกล่าว มีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-ชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 และร้อยละ 34.78 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีเพียงร้อยละ 4.36 ที่มีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-5 โดยเงินทุนที่ผู้ค้าปลิกใช้รับซื้อผักเฉลี่ยรายละเอียด 353 บาทต่อวัน ซึ่งแหล่งเงินทุนที่ใช้ นั้น ผู้ค้าปลิกส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตัวเอง มีประมาณร้อยละ 26.08 ของผู้ค้าปลิก ที่กู้ยืมเงินจากญาติพี่น้องและเพื่อนฝูงมาลงทุน ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยร้อยละ 7.16 ต่อเดือน โดยปกติแล้วในช่วงที่ปริมาณผักที่ผลิตได้ในลุ่มน้ำห้วยขางมีปริมาณมาก ผู้ค้าปลิกส่วนใหญ่จะซื้อผักจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านหรือจากเกษตรกรโดยตรง ไม่ผ่านผู้ค้าส่งในตลาด เพราะสามารถรับซื้อได้ในราคาที่ดีกว่าราคาที่รับซื้อจากผู้ค้าส่งอีกต่อหนึ่ง ส่วนในช่วงที่ปริมาณผักที่ผลิตได้ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยขางมีปริมาณน้อย ไม่เพียงพอแก่ความต้องการของตลาด โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน ผู้ค้าปลิกก็จะรับซื้อผักโดยผ่านผู้ค้าส่งในตลาด ที่ไปรับซื้อผักจากแหล่งที่ผลิตที่อื่น ที่ไม่อยู่ในเขตอำเภอบัวใหญ่ สำหรับเรื่องการชำระเงิน พบว่า ถ้าผู้ค้าปลิกซื้อผักโดยตรงจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านหรือเกษตรกร ผู้ค้าปลิกต้องชำระเป็นเงินสดภายในวันนั้น แต่หากผู้ค้าปลิกซื้อผักจากผู้ค้าส่งในตลาด ผู้ค้าปลิกสามารถผ่อนผันการชำระเงินได้ กล่าวคือ ถ้าหากผู้ค้าปลิกขายผักไม่หมดในวันนั้น ก็สามารถทยอยชำระเงินได้เรื่อย ๆ เป็นเวลาหลายวัน จนกว่าจะครบจำนวนเงินที่ต้องจ่าย ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจาก การที่ผู้ค้าส่งส่วนใหญ่มีฐานะทางการเงินที่ดีกว่าผู้รวบรวมในหมู่บ้านหรือเกษตรกร ประกอบกับผู้ค้าส่งมีการแข่งขันกันมากกว่า ดังนั้น ผู้ค้าส่งในแต่ละราย จึงพยายามรักษาลูกค้าของตนเองไว้ ด้วยการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า โดยการให้ลูกค้าสามารถผ่อนการชำระเงินค่าผักได้

ปัญหาที่สำคัญสำหรับผู้ค้าปลีกประเภทนี้ ก็คือ ปัญหาการเปลี่ยนสถานที่วางขายบ่อยครั้ง ทั้งนี้เนื่องจากในวันหนึ่ง ๆ ผู้ค้าปลีกประมาณร้อยละ 56.52 ของผู้ค้าปลีกทั้งหมด ต้องเปลี่ยนสถานที่วางขายอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง หรือบางรายเปลี่ยนถึง 3 ครั้งต่อวัน กล่าวคือ ในช่วงตอนเช้า ประมาณ 03.00-08.30 น. ผู้ค้าปลีกจะนำผักไปจำหน่ายที่ตลาดสดเทศบาล พอเวลาประมาณ 09.00-19.00 น. ผู้ค้าปลีกจะนำผักมาจำหน่ายที่ตลาดสดหลังสถานีรถไฟ ซึ่งที่ตลาดนี้ผู้ค้าปลีกบางรายต้องเปลี่ยนที่วางขายอีกครั้ง นั่นคือ ในช่วง 09.00-12.00 น. จะวางขายที่ตรอกหลัง โรงภาพยนตร์แสงสีปรัมา พอตกช่วงเวลา 13.00-19.00 น. ก็จะย้ายออกมาวางขายที่ถนนรถไฟข้าง ๆ กับโรงภาพยนต์นั่นเอง เป็นเหตุทำให้เกิดความยุ่งยากแก่ผู้ค้าปลีก ที่ต้องย้ายสถานที่วางขายบ่อยครั้ง และนอกจากนี้ยังต้องเสียค่าขนส่งในการขนย้ายอีกด้วย

2) ผู้ค้าปลีกที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการนำสิ่งของไปขายในหมู่บ้าน ผู้ค้าปลีกประเภทนี้ เริ่มปรากฏมีในตลาดอำเภอบัวใหญ่เมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าที่อพยพมาจากตลาดจังหวัดชัยภูมิ ทั้งนี้เนื่องจากตลาดจังหวัดชัยภูมิ มีผู้ค้าดังกล่าวมากเกินไป จึงได้ย้ายมาอยู่ที่ตลาดอำเภอบัวใหญ่ ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนประมาณ 120 ราย โดยประมาณร้อยละ 83.33 ของผู้ค้าปลีกประเภทนี้ มีระดับการศึกษาาระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-ชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 และประมาณร้อยละ 16.67 ที่มีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยผู้ค้าปลีกประเภทนี้ซื้อเนื้อหมู เนื้อวัว ผักสด และขนมต่าง ๆ จากตลาดสดเทศบาล ในช่วงเวลา 01.00-03.00 น. แล้วนำไปขายให้กับชาวบ้านในหมู่บ้านต่าง ๆ ในตอนเช้ามีดีและประมาณเที่ยงวันก็ขายหมด ซึ่งหมู่บ้านที่ผู้ค้าปลีกนำอาหารไปขายให้มัน ส่วนใหญ่เป็นหมู่บ้านในเขตอำเภอบัวใหญ่ โดยในแต่ละวันจะใช้จ่ายเงินลงทุนเฉลี่ยรายละ 525 บาท ซึ่งเงินลงทุนส่วนใหญ่จะใช้จ่ายสำหรับการซื้อเนื้อหมูและเนื้อวัว ทั้งนี้เนื่องจาก ชาวบ้านในหมู่บ้านมักขาดแคลนอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ ประกอบกับผู้ค้าปลีกดังกล่าว ได้รับผลตอบแทนเป็นร้อยละของยอดขายพวกเนื้อหมูและเนื้อวัวจากผู้ค้านี้ นอกจากนี้แล้วผู้ค้านี้ยังลงทุนเข้าบ้านให้ผู้ค้าปลีกดังกล่าวได้อาศัยอยู่ฟรี ไม่ต้องเสียค่าน้ำค่าไฟอีกด้วย ส่วนปริมาณผักที่ผู้ค้าปลีกแต่ละรายนำไปขายในหมู่บ้านมีจำนวนประมาณ 15-20 กิโลกรัมต่อวัน โดยจะรับซื้อผักทั้งจากเกษตรกรผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกผักประเภทแรก สำหรับพาหนะที่ใช้ ได้แก่ รถจักรยานยนต์ ซึ่งเสียค่าน้ำมันเฉลี่ยวันละ 30-40 บาทต่อราย ส่วนในเรื่องราคาที่ยขายให้กับผู้บริโภคในหมู่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นราคาของผัก ขนม หรือเนื้อหมูเนื้อวัว พบว่า มีราคาเท่ากันหรือใกล้เคียงกันมากกับราคาที่ยขายในตลาดอำเภอบัวใหญ่ อันเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ชาวบ้านในหมู่บ้านนิยมซื้อสินค้าต่าง ๆ จากผู้ค้าปลีกดังกล่าว เพราะไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาซื้อถึงในตลาด

สำหรับปัญหาของผู้ค้าปลีกประเภทนี้ ก็คือ การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้ค้าปลีกประเภทดังกล่าว ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาการแข่งขันกันขายตามหมู่บ้านมากขึ้น ทำให้ในอนาคตต้องมีการอพยพเพื่อหาตลาดแห่งใหม่ ดังเช่นที่เคยมีการอพยพจากตลาดจังหวัดชัยภูมิมาสู่ตลาดอำเภอ



บัวใหญ่ นั้นเอง

4. 1. 2. 5 ผู้ค้าจร สำหรับผู้ค้าประเภทนี้มักจะออกทำการรับซื้อผักในช่วงที่ผักขาดแคลน มีราคาสูง และมีที่ทำว่าจะยังคงมีราคาอยู่ในระดับนี้ต่อไป โดยผู้ค้าจรมีทั้งที่เป็นผู้ค้าที่อยู่ในอำเภอบัวใหญ่ และเป็นผู้ค้าที่มาจากอำเภอหรือจังหวัดอื่น เช่น อำเภอคง อำเภอประทาย อำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอเมืองชัยภูมิ เป็นต้น ในการรับซื้อผักของผู้ค้าจรมัน ส่วนใหญ่แล้วจะเข้าไปรับซื้อจากเกษตรกรในแหล่งผลิตโดยตรง โดยราคาที่รับซื้อนั้นจะต้องมีราคาที่สูงกว่าหรือเท่ากับราคาที่ผู้ค้าในตลาดอำเภอบัวใหญ่รับซื้อ หากกำหนดราคาซื้อต่ำกว่าราคาที่ผู้ค้าในตลาดบัวใหญ่รับซื้อแล้ว เกษตรกรก็จะไม่ขายผลิตผลของตนให้กับผู้ค้าจรเหล่านี้ และมีเพียงผู้ค้าจบบางส่วนเท่านั้น ที่เข้ามารับซื้อผักจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านที่ตลาดอำเภอบัวใหญ่ ทั้งนี้ เนื่องจากการรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง มีราคาต่ำกว่าการรับซื้อจากผู้รวบรวมในหมู่บ้าน สำหรับพาหนะที่ผู้ค้าจรใช้ในการรับซื้อผัก ได้แก่ รถสองแถว รถปิคอัพ และรถสามล้อเครื่อง เป็นต้น โดยผักที่ผู้ค้าจรมานิยมเข้ามารับซื้อในเขตลุ่มน้ำห้วยยาง ได้แก่ แดงกวา กะหล่ำปลี ผักกาดขาว หอมแบ่ง และมะเขือเทศ เป็นต้น เมื่อรวบรวมได้แล้วผู้ค้าจรมักนำไปจำหน่ายต่อให้กับผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีกในตลาดปลายทางในอำเภอต่าง ๆ ที่ตนหาตลาดไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้นถึงประเภทและการดำเนินงานของผู้ค้าผัก จะเห็นได้ว่าไม่สามารถที่จะแบ่งผู้ค้าผักแต่ละประเภทตามลักษณะหน้าที่ออกจากกันได้โดยเด็ดขาด ทั้งนี้เนื่องจากผู้ค้าคนหนึ่งอาจทำหน้าที่เป็นผู้ค้าหลายประเภทก็ได้ เช่น ผู้ค้ารวบรวมในหมู่บ้าน นอกจากจะทำหน้าที่เป็นผู้ค้าส่งแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นผู้ค้าปลีกอีกด้วย ซึ่งลักษณะดังกล่าวถือได้ว่าเป็นลักษณะหนึ่งของการตลาดผักในชนบท และหากเป็นการตลาดผักในเมืองใหญ่ ๆ เช่น ที่กรุงเทพมหานคร จะเห็นได้ว่า เราสามารถที่จะแบ่งผู้ค้าแต่ละประเภทตามลักษณะหน้าที่ออกจากกันได้อย่างชัดเจนมากกว่านี้

4. 1. 3 วิธีการตลาดของผัก

สำหรับการกล่าวถึงวิธีการตลาดของผักนั้น เป็นการอธิบายถึงลักษณะของการกระจายตัวของผัก จากแหล่งผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค ว่ามีการผ่านขั้นตอนอย่างไรบ้าง ซึ่งในการศึกษาวิธีการตลาดของผักในครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 3 กรณีด้วยกัน คือ

4. 1. 3. 1 วิธีการตลาดของผักในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง

จากแผนภาพที่ 4. 1 จะเห็นได้ว่า เมื่อเกษตรกรในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยางเก็บเกี่ยวผักเสร็จแล้ว เกษตรกรสามารถขายผักได้ 4 ทางคือ ขายให้ผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง

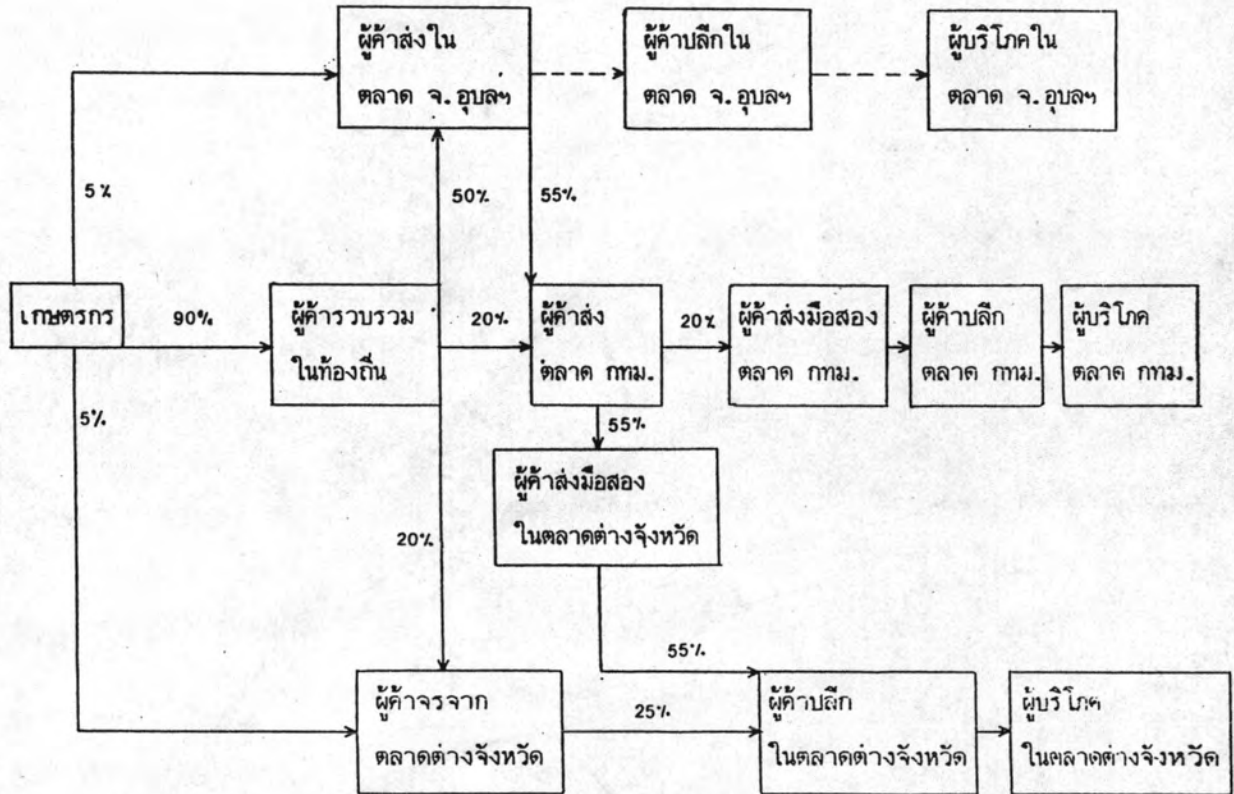
และผู้บริโภคน (ดูภาพที่ 4.1) โดยปริมาณผักที่จำหน่ายผ่านผู้รวบรวมในหมู่บ้าน มีประมาณร้อยละ 65 ของปริมาณผักทั้งหมดที่ผลิตได้ แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมขายผลผลิตให้แก่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านมากที่สุด จากนั้นผู้รวบรวมในหมู่บ้านก็นำเอาผักไปขายให้กับผู้ค้าปลีกในตลาด แล้วผู้ค้าปลีกก็จำหน่ายให้กับผู้บริโภค มีผู้รวบรวมในหมู่บ้านเพียงบางส่วนที่จำหน่ายผักให้กับผู้ค้าส่งในตลาด ทั้งนี้เนื่องจากผู้ค้าส่งมีจำนวนน้อยกว่า เมื่อเทียบกับจำนวนผู้ค้าปลีก และการรับซื้อของผู้ค้าส่งแต่ละรายมักจะรับซื้อผักเพียงบางชนิดเท่านั้น ประกอบกับในบางครั้งผู้ค้าส่งในตลาดไปรับซื้อผักจากแหล่งผลิตอื่นมาขายให้แก่ผู้ค้าปลีก ซึ่งถือว่าเป็นการแข่งขันกับผู้รวบรวมในหมู่บ้าน สำหรับในกรณีที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านจำหน่ายผักให้แก่ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งไม่หมด ก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ค้าปลีกเอง โดยจำหน่ายผักที่เหลือให้กับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15 ของปริมาณผักทั้งหมด มีเกษตรกรบางส่วนที่นำไปขายให้ผู้บริโภคโดยตรง เพราะต้องการราคาที่สูง ซึ่งมีประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณผักทั้งหมด ส่วนปริมาณผักที่เกษตรกรขายให้ผู้ค้าส่งมีเพียงร้อยละ 5 ของปริมาณผักทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจาก ปริมาณผักที่ผลิตได้ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยขามมีเพียงบางช่วง ไม่ตลอดทั้งปี ผู้ค้าส่งรายใหญ่จึงมักไปรับซื้อผักจากแหล่งผลิตอื่นมาขาย เช่น ที่โคราช ชัยภูมิ ขอนแก่น เป็นต้น มีเพียงผู้ค้าส่งรายย่อยเท่านั้น ที่รับซื้อผักที่ผลิตในลุ่มน้ำดังกล่าว ประกอบกับการขายให้กับผู้ค้าปลีกหรือผู้บริโภค ได้รับราคาที่ดีกว่า เกษตรกรจึงไม่นิยมขายผักให้แก่ผู้ค้าส่ง สำหรับในช่วงที่เกิดภาวะผักขาดแคลนตลาด ก็จะมีผู้ค้าจรรทั้งที่อยู่ในตลาดอำเภอบัวใหญ่และจากที่อื่น เช่น ชัยภูมิ โคราช เข้าไปรับซื้อผักโดยตรงกับเกษตรกรที่แหล่งผลิต แต่ก็ยังไม่บ่อยครั้งนัก

4.1.3.2 วิธีการตลาดของพริกชี้หู ต.หัวเรือ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

จากการสำรวจพบว่า เมื่อเกษตรกรเก็บเกี่ยวพริกเสร็จแล้ว เกษตรกรจะขายพริกได้ 3 ทางคือ ขายให้ผู้รวบรวมในท้องถิ่น ผู้ค้าส่งในตลาด และผู้ค้าจรรที่มาจากตลาดต่างจังหวัด (ดูภาพที่ 4.2) โดยส่วนใหญ่แล้ว ประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณพริกทั้งหมดที่ผลิตได้จะขายผ่านผู้รวบรวมในท้องถิ่น ซึ่งมักจะรับซื้อตามคำสั่งซื้อของผู้ค้าส่งในตลาดอำเภอเมือง ผู้ค้าจรรในตลาดต่างจังหวัด และผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพมหานคร ที่มีการติดต่อซื้อขายกันอยู่เป็นประจำ โดยผู้รวบรวมในท้องถิ่นใช้รถบัสและรถจักรยานยนต์ เป็นพาหนะในการเข้าไปรับซื้อพริกจากเกษตรกรที่สวน โดยประมาณร้อยละ 50 ของปริมาณพริกทั้งหมดที่ผลิตได้และถูกขายผ่านผู้รวบรวมในท้องถิ่น จะถูกส่งขายให้แก่ผู้ค้าส่งในตลาดอำเภอเมือง ซึ่งจะนำไปขายให้กับผู้ค้าส่งที่ตลาดกรุงเทพมหานครอีกต่อหนึ่ง จากนั้นผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพมหานครก็นำไปขายให้แก่ผู้ค้าส่งมือสอง ทั้งที่อยู่ในตลาดกรุงเทพมหานครและที่มาจากตลาดต่างจังหวัด จากนั้นผู้ค้าส่งมือสองก็จะนำไปขายให้แก่ผู้ค้าปลีกในตลาดของตน และผู้ค้าปลีกก็จะนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในแต่ละตลาด สำหรับผู้รวบรวมในท้องถิ่นที่มีความสามารถทางการค้าและมีฐานะทางการเงินที่ดี ก็จะเป็นผู้ส่งพริกให้กับผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพโดยตรง ไม่ผ่านผู้ค้าส่งในตลาดอำเภอเมือง ซึ่งคิดเป็นปริมาณพริกประมาณร้อยละ

ภาพที่ 4.2

วิถีการตลาดของพริกชี้หนู ที่ตำบลหัวเรือ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี



ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ 1. -----> หมายถึงมีการซื้อขายกันบ้างไม่มากนัก

2. ผู้ค้าจรรยาที่เข้ามารับซื้อพริกชี้หนูจากเกษตรกร ตำบลหัวเรือ เป็นผู้ค้าที่มาจาก จังหวัดขอนแก่น จังหวัดสกลนคร และจังหวัดอุดรธานี

20 ของปริมาณพริกทั้งหมดที่ผลิตได้ ในกรณีที่ผู้ค้าจรรยาจากต่างจังหวัดเข้ามาจับซื้อพริกที่แหล่งผลิต ผู้ค้าจรรยาส่วนใหญ่จะติดต่อรับซื้อ โดยผ่านผู้รวบรวมในท้องถิ่น ซึ่งมีประมาณร้อยละ 20 ของปริมาณพริกทั้งหมด ที่ผู้รวบรวมในท้องถิ่นขายให้แก่ผู้ค้าจรรยาจากต่างจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ค้าจรรยาที่มาจาก จ.ขอนแก่น จ.อุดรธานี และ จ.สกลนคร สำหรับปริมาณพริกที่เกษตรกรขายให้กับผู้ค้าส่งในตลาดอำเภอเมืองและผู้ค้าจรรยาต่างจังหวัดโดยตรงนั้น มีเพียงร้อยละ 10 ของปริมาณพริกทั้งหมดที่ผลิตได้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ค้าทั้ง 2 ประเภทดังกล่าว นิยมรับซื้อผ่านผู้รวบรวมในท้องถิ่นมากกว่ารับซื้อจากเกษตรกรผู้ผลิต เพราะนอกจากได้ราคาซื้อที่สูงกว่าแล้ว ยังได้รับความสะดวกสบายมากกว่าที่ไปรับซื้อจากเกษตรกรที่สวนโดยตรง

4.1.3.3 วิธีการตลาดของมะเขือเปราะที่ ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น

จากการสำรวจ พบว่า เมื่อเกษตรกรเก็บเกี่ยวมะเขือเปราะแล้ว เกษตรกรสามารถขายมะเขือเปราะได้ 3 ทางคือ ขายให้ผู้รวบรวมในท้องถิ่น ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก (ดูภาพที่ 4.3) สำหรับปริมาณมะเขือเปราะที่เกษตรกรขายให้แก่ผู้ค้าประเภทต่าง ๆ นั้น ไม่สามารถกำหนดปริมาณได้อย่างชัดเจน มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับราคาของมะเขือเปราะ กล่าวคือ ถ้าในกรณีที่มะเขือเปราะมีราคาดี เกษตรกรส่วนใหญ่จะนำผลผลิตไปขายให้แก่ผู้ค้าส่งที่ตลาดขอนแก่นด้วยตนเอง ไม่ผ่านผู้รวบรวมในท้องถิ่น ซึ่งมีประมาณร้อยละ 85 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด จากนั้นผู้ค้าส่งในตลาดขอนแก่นก็ขายให้แก่ผู้ค้าส่งที่มาจากต่างจังหวัด ซึ่งผู้ค้าส่งดังกล่าวก็จะนำไปขายให้แก่ผู้ค้าปลีกที่ตลาดของตนอีกต่อหนึ่ง แล้วผู้ค้าปลีกก็นำไปขายให้กับผู้บริโภค มีมะเขือเปราะบางส่วนที่ผู้ค้าส่งในตลาดขอนแก่นขายให้แก่ผู้ค้าปลีกในตลาดขอนแก่นด้วยกัน เพื่อสำหรับการบริโภคของประชาชนในจังหวัดดังกล่าว แต่ก็มีจำนวนไม่มากนัก ประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ส่วนปริมาณมะเขือเปราะที่เกษตรกรจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมท้องถิ่นและผู้ค้าปลีก มีประมาณร้อยละ 10 และร้อยละ 5 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ตามลำดับ สำหรับในกรณีที่มะเขือเปราะมีราคาต่ำ เกษตรกรก็จะนำผลผลิตไปขายให้แก่ผู้รวบรวมท้องถิ่น ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกในตลาดขอนแก่น ในปริมาณร้อยละ 90 5 และ 5 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ตามลำดับ (ตัวเลขในวงเล็บ) จากนั้นผู้รวบรวมในท้องถิ่นก็นำไปขายแก่ผู้ค้าส่งในตลาดขอนแก่น มีปริมาณมะเขือเปราะเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ที่เกษตรกรได้นำไปขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงหรือผู้ค้าจรรยาต่างจังหวัดที่เข้ามาจับซื้อถึงแหล่งผลิต

4.1.4 การขนส่งผัก

สำหรับในเรื่องการขนส่งผัก จะศึกษาระบบการขนส่งผักในลุ่มน้ำห้วยยาง ตั้งแต่แหล่งผลิตจนกระทั่งถึงตลาดที่จำหน่าย ซึ่งสามารถแบ่งระดับการขนส่งออกเป็น 2 ระดับ คือ การขนส่ง

ผักจากผู้ผลิตไปยังผู้รวบรวมในหมู่บ้านและการขนส่งผักจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านไปยังตลาดที่จำหน่าย

4.1.4.1 การขนส่งผักจากผู้ผลิตไปยังผู้รวบรวมในหมู่บ้าน

จากการที่เกษตรกรบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง ทำการเพาะปลูกผักในพื้นที่นาที่เก็บเกี่ยวข้าวเสร็จแล้ว จึงทำให้การขนส่งผักจากแหล่งผลิตไปยังผู้รวบรวมในหมู่บ้าน เป็นไปด้วยความยากลำบาก ทั้งนี้เนื่องจากถนนจากแหล่งผลิตไปยังหมู่บ้านมีสภาพที่ไม่ดี กล่าวคือ มีสภาพเป็นทางดิน และบางช่วงเป็นคันนา มีเพียงบางหมู่บ้านเท่านั้นที่มีถนนลูกรังตัดผ่านแหล่งผลิต การขนส่งผักจากแหล่งผลิตไปยังหมู่บ้าน ทำได้ด้วยการหาหรือการใช้รถเข็น โดย 1 ทาบ สามารถบรรจุผักได้ประมาณ 80-100 กิโลกรัม (ขึ้นอยู่กับชนิดของผัก) ส่วนรถเข็นจะสามารถบรรทุกผักได้ประมาณ 150-200 กิโลกรัมต่อคัน เมื่อผักถูกขนส่งไปถึงหมู่บ้านแล้ว การขนส่งผักระหว่างผู้ผลิตกับผู้รวบรวมในหมู่บ้าน แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ

- กรณีที่ 1 กรณีที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านออกมารับซื้อผักด้วยตัวเองที่บ้านของเกษตรกร พาหนะที่ใช้ในการรับซื้อก็คือ รถเข็น หรือในกรณีที่ออกไปรับซื้อกับชาวบ้านในหมู่บ้านอื่นพาหนะที่ใช้ก็คือ สามล้อเครื่อง โดยเสียค่าน้ำมันประมาณ 10 บาทต่อวัน ซึ่งปริมาณผักที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านแต่ละรายรับซื้อประมาณ 100-200 กิโลกรัมต่อวัน

- กรณีที่ 2 กรณีที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านรับซื้อผักจากเกษตรกรที่บ้านของตนเอง เป็นกรณีที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านเป็นผู้รวบรวมรายใหญ่ และเป็นผู้ที่รับซื้อผักง่าย ไม่ค่อยมีปัญหาหรือเงื่อนไขการรับซื้อที่ยาก ผู้รวบรวมในกรณีนี้ไม่จำเป็นต้องออกไปรับซื้อที่บ้านเกษตรกรหรือที่แหล่งผลิต เพราะเกษตรกรจะนำผักมาขายให้ถึงที่บ้านโดยวิธีหาหรือใช้รถเข็น ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มักนิยมขายผลผลิตของตนให้กับผู้รวบรวมรายใหญ่ เพราะสามารถขายผลผลิตได้ง่าย ไม่ว่าจะมียผลผลิตปริมาณมากหรือน้อยก็ตาม ผู้รวบรวมดังกล่าวก็จะรับซื้อทั้งหมด สำหรับปริมาณผักที่ผู้รวบรวมรายใหญ่รับซื้อประมาณ 300-500 กิโลกรัมต่อวัน

4.1.4.2 การขนส่งผักจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านไปยังตลาดที่จำหน่าย

สำหรับการขนส่งผักจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านไปยังตลาดอำเภอบัวใหญ่ นั้น สามารถขนส่งได้ 2 วิธี คือ การขนส่งทางรถยนต์และการขนส่งทางรถไฟ

(1) การขนส่งทางรถยนต์

เป็นการขนส่งผักที่เกษตรกรและผู้รวบรวมในหมู่บ้านนิยมกันมากที่สุด กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณผักทั้งหมดที่ผลิตได้ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง จะถูกขนส่งไปยังตลาดอำเภอ

บัวใหญ่โดยทางรถยนต์ เพราะว่า การขนส่งทางรถยนต์เป็นวิธีการขนส่งที่มีความสะดวกมากกว่าทางรถไฟ ทั้งนี้เนื่องจาก หมู่บ้านที่อยู่ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยางทุกหมู่บ้านมีถนนที่สามารถติดต่อไปถึงตลาดอำเภอบัวใหญ่ได้ (อย่างน้อยที่สุดมีหมู่บ้านละ 1 เส้นทาง) และในระหว่างหมู่บ้านก็จะมีถนนเชื่อมติดต่อกัน ซึ่งถนนส่วนใหญ่จะเป็นถนนลูกรัง นอกจากนี้ยังมีทางหลวงแผ่นดินสายบัวใหญ่-ชัยภูมิ (ระยะทาง 51 กิโลเมตร) ตัดผ่านทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของลุ่มน้ำ จึงเป็นการเพิ่มความสะดวกในการขนส่งมากขึ้น สำหรับหมู่บ้านที่อยู่ใกล้ตลาดมากที่สุด คือ บ้านหันเก่า ตำบลบัวใหญ่ มีระยะทางจากหมู่บ้านถึงตลาดประมาณ 2 กิโลเมตร ส่วนหมู่บ้านที่อยู่ไกลตลาดมากที่สุด คือ บ้านหนองขาว ตำบลหนองบัวสะอาด มีระยะทางจากหมู่บ้านถึงตลาดประมาณ 21 กิโลเมตร แต่ระยะทางโดยเฉลี่ยจากหมู่บ้านทั้งหมดในลุ่มน้ำถึงตลาดอำเภอบัวใหญ่ มีระยะทางประมาณ 11.20 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเฉลี่ยประมาณ 36.20 นาที⁴ สำหรับพาหนะที่ใช้ในการขนส่งผักระหว่างหมู่บ้านกับตลาด ก็คือ รถโดยสารประจำหมู่บ้าน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถอีแต่น โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละหมู่บ้านมีรถอีแต่นวิ่งประมาณ 2 คัน และในแต่ละคันวิ่งวันละ 1 เที่ยว(ไป-กลับ) สำหรับช่วงเวลาที่ออกวิ่งก็แล้วแต่หมู่บ้านจะกำหนด ส่วนใหญ่ออกวิ่ง 2 ช่วงคือ ช่วงประมาณ 01.00-03.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่ขนส่งผักมาขายที่ตลาดสดเทศบาล และช่วง 08.00-11.00 น. เป็นช่วงที่ขนส่งผักมาขายที่ตลาดสดหลังสถานีรถไฟ โดยน้ำหนักที่รถสามารถบรรทุกได้ คือ 3,500 กิโลกรัม แต่น้ำหนักที่บรรทุกจริง ๆ เพียง 1,000-1,400 กิโลกรัม (รวมน้ำหนักของผู้โดยสารและของผัก) เสียอัตราค่าโดยสารระหว่าง 8-20 บาทต่อคน ขึ้นอยู่กับปริมาณผักที่นำไปจำหน่าย ถ้ามีปริมาณมากจะเสียประมาณ 15-20 บาทต่อคน และหากมีปริมาณผักน้อยจะเสียประมาณ 8-15 บาทต่อคน มีเพียงบางหมู่บ้านเท่านั้น ที่มีการขนส่งผักมาตลาดโดยรถสองแถวหรือรถสามล้อเครื่อง เช่น บ้านหนองหัวเอน บ้านหนองแม็ก เป็นต้น ส่วนในกรณีที่มีหมู่บ้านตั้งติดทางหลวงแผ่นดินสายบัวใหญ่-ชัยภูมิ เช่น บ้านดอนหัน บ้านตะคร้อ และบ้านเพ็ชร์ไชด์ ก็สามารถขนส่งผักทางรถโดยสารประจำทาง(บขส.) สายดังกล่าวได้ ซึ่งวิ่งผ่านลุ่มน้ำห้วยยางวันละ 34 เที่ยว(รวมไป-กลับ) รถออกวิ่งในทุก 40 นาทีต่อคัน เที่ยวแรกเริ่มเวลา 06.00 น.และเที่ยวสุดท้ายเวลา 17.40 น. มีอัตราค่าโดยสารภายในหมู่บ้านของลุ่มน้ำระหว่าง 2-4 บาทต่อเที่ยว(ไม่รวมค่าบรรทุกผัก) ขึ้นอยู่กับระยะทางว่าใกล้หรือไกล แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า การขนส่งผักจากหมู่บ้านไปยังตลาดโดยทางรถยนต์นั้น ผู้รวบรวมในหมู่บ้านและเกษตรกรผู้ผลิต มักนิยมใช้บริการรถอีแต่นมากกว่ารถทุกชนิด เนื่องจากมีการบริการที่ดีและเป็นกันเอง ตลอดจนมีความสะดวกมากกว่ารถประเภท

⁴ จากแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานระดับหมู่บ้าน ปี พ.ศ. 2531 ใน 5 ตำบลของเขตอำเภอบัวใหญ่ คือ ตำบลหนองบัวสะอาด ตำบลด่านช้าง ตำบลห้วยยาง ตำบลขุนทอง และตำบลบัวใหญ่.

สำหรับปัญหาการขนส่งผักโดยทางรถยนต์ ที่ผู้ขนส่งในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง ประสบอยู่ คือ ปัญหาสภาพถนนที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร บางช่วงเป็นหลุมเป็นบ่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูฝน การขนส่งผักเป็นไปด้วยความลำบาก นอกจากนั้นในบางหมู่บ้าน เช่น ที่บ้านด่านช้าง ก็ประสบกับปัญหาเกี่ยวกับเวลาที่รถออกวิ่ง กล่าวคือ เจ้าของรถก็แต่ันมีการแข่งขันในการรับลูกค้า โดยเจ้าของรถแต่ละรายรีบออกจากหมู่บ้าน ซึ่งรถออกจากหมู่บ้านเวลาประมาณ 24.00-01.00 น. มาถึงตลาดประมาณ 02.00 น. ทำให้เกษตรกรหรือผู้รวบรวมในหมู่บ้านต้องไปนอนที่ตลาด เพื่อรอผู้มาซื้อในตอนเช้ามีด

(2) การขนส่งทางรถไฟ

จากการที่มีเส้นทางรถไฟ " สายใหม่ " หรือ สายบัวใหญ่-แก่งคอย ตัดผ่านบริเวณทางใต้ลุ่มน้ำห้วยยางในเขตพื้นที่ ตำบลหนองบัวสะอาดและตำบลบัวใหญ่ ทำให้ปริมาณผักบางส่วนที่ผลิตได้ในหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟ มีการขนส่งผักไปยังตลาดโดยทางรถไฟ ซึ่งในวันหนึ่ง ๆ มีรถไฟวิ่งผ่านลุ่มน้ำวันละ 6 เที่ยว(รวมไป-กลับ) เป็นรถเร็วสายกรุงเทพฯ-หนองคาย 2 ขบวน และเป็นรถดีเซลรางสาย บัวใหญ่-แก่งคอย 4 ขบวน ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว เกษตรกรและผู้รวบรวมในหมู่บ้านในเขตตำบลหนองบัวสะอาด ทำการขนส่งผักมาขายที่ตลาดอำเภอบัวใหญ่ โดยขบวนรถดีเซลราง(มีผักเพียงบางส่วนเท่านั้นนำไปขายที่ตลาดอำเภอบ้านเหลื่อม) ทั้งนี้เนื่องจากขบวนรถดีเซลรางจะหยุดรับส่งผู้โดยสารในทุกสถานีที่ผ่าน ส่วนขบวนรถเร็วจะไม่หยุดรับส่งในสถานีรถไฟที่อยู่ในเขตลุ่มน้ำ ซึ่งมี 4 สถานี คือ สถานีรถไฟโสกรัง สถานีรถไฟสระครก สถานีรถไฟเก่าจั่ว และสถานีรถไฟหนองพลวง มีอัตราค่าโดยสารสำหรับขบวนรถดีเซลราง คือ 2 3 4 และ 5 บาทต่อคน ตามลำดับ สำหรับผักไม่ต้องเสียค่าระวาง โดยระยะทางจากสถานีรถไฟบัวใหญ่ไปยังสถานีรถไฟโสกรัง สระครก เก่าจั่ว และ หนองพลวง มีระยะทาง 9 14 17 และ 21 กิโลเมตร ตามลำดับ ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง จากสถานีบัวใหญ่ถึงสถานีหนองพลวงอันเป็นสถานีที่ไกลที่สุดในเขตลุ่มน้ำประมาณ 20 นาที ในแต่ละวันการขนส่งผักโดยทางรถไฟจากบริเวณลุ่มน้ำ ที่เป็นแหล่งผลิตมาซึ่งตลาดบัวใหญ่มีอยู่ 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงที่มาถึงตลาดบัวใหญ่ เวลา 10.20 น. และเวลา 16.30 น. ซึ่งส่วนใหญ่นิยมนำผักมาขายในช่วงเวลาเช้า คือ 10.20 น. เพราะมีระยะเวลาสำหรับการขายที่ยาวนานกว่า และหากขายผักหมดเร็วก็สามารถกลับบ้านภายในวันนั้น โดยจะมีขบวนรถดีเซลรางสายบัวใหญ่-แก่งคอย ออกจากสถานีบัวใหญ่เวลา 13.30 น. ไม่จำเป็นต้องค้างคืนที่บัวใหญ่อีก 1 คืนเหมือนเช่นในกรณีที่น่าผักมาขายในช่วงบ่าย เพราะต้องรอรถกลับในวันรุ่งขึ้น สำหรับผักที่ขนส่งโดยทางรถไฟ จะถูกนำมาขายเฉพาะที่ตลาดหลังสถานีรถไฟเท่านั้น ซึ่งตลาดดังกล่าวจะเริ่มเปิดตลาดตั้งแต่วเวลา 08.00-19.00 น. ของทุกวัน ดังนั้น ปัญหาที่เกษตรกรหรือผู้รวบรวมในหมู่บ้านที่ขนส่งผักโดยทางรถไฟประสบอยู่ในปัจจุบัน ก็คือ การหาที่วางขายลำบาก ต้องวางขายตามถนนหรือทางเท้า เพราะมาไม่ทันผู้ค้าคนอื่น ๆ ที่มาโดยทางรถยนต์

หรือที่อาศัยอยู่ใกล้ ๆ กับบริเวณตลาด

4.1.5 ต้นทุนการตลาด (Marketing cost)

ในหัวข้อนี้จะเป็นการวิเคราะห์ต้นทุนการตลาดของการค้าฝักระดับต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ซื้อและขายฝัก ในลักษณะของผู้ค้าที่ซื้อและขายไปในช่วงเวลาเดียวกัน ว่าประกอบด้วยค่าใช้จ่ายทางการตลาดอะไรบ้าง เนื่องจากลักษณะและส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดในตลาดแต่ละระดับแตกต่างกัน จึงแยกการพิจารณาออกตามระดับต่าง ๆ ตั้งแต่เมื่อสินค้าได้ขายออกไปจากมือผู้ผลิตไปสู่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านและขายผ่านผู้ค้าระดับต่าง ๆ จนกระทั่งถึงระดับผู้ค้าปลีก ซึ่งแยกพิจารณาต้นทุนการตลาดออกเป็น 3 กรณี คือ

4.1.5.1 ต้นทุนการตลาดของฝักในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาวิถีการตลาดของฝักในบริเวณลุ่มน้ำ พบว่า ก่อนที่ฝักจะถึงมือผู้บริโภคนั้น ปริมาณฝักส่วนใหญ่ในฝักแต่ละชนิด ถูกนำมาขายโดยผ่านผู้ค้าเพียง 2 ระดับ คือ ผู้ค้ารวบรวมในหมู่บ้านและผู้ค้าปลีกเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้รวบรวมในหมู่บ้านดำเนินธุรกิจคล้ายกับเป็นผู้ค้าส่ง กล่าวคือ หลังจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านทำการรวบรวมฝักที่เกษตรกรผลิตได้แล้ว ก็จะนำไปขายให้กับผู้ค้าปลีกในตลาดโดยตรง ไม่ผ่านผู้ค้าส่ง มีปริมาณฝักเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านนำไปขายให้ผู้ค้าส่งในตลาด จึงกล่าวได้ว่า ผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ก็คือ ผู้ค้าส่งของการตลาดฝักในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง ลักษณะเช่นนี้ถือได้ว่าเป็นลักษณะหนึ่งของการตลาดฝักในชนบท ที่มีปริมาณการผลิตฝักยังไม่มากนัก ซึ่งแตกต่างกับลักษณะของการตลาดที่มีการผลิตฝักเพื่อการค้าในปริมาณมาก ๆ เช่น ที่อำเภอเมืองนครราชสีมาหรือบริเวณจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร เช่น นครปฐม ราชบุรี และกาญจนบุรี เป็นต้น เนื่องจากการตลาดในลักษณะดังกล่าวสามารถแยกออกได้อย่างชัดเจน ระหว่างผู้รวบรวมในหมู่บ้านและผู้ค้าส่ง เพราะมีการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัด ดังนั้น ในการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนการตลาดของฝักในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง จึงมีต้นทุนการตลาดสำหรับผู้ค้าเพียง 2 ระดับ คือ ระดับผู้รวบรวมในหมู่บ้านและระดับผู้ค้าปลีก

4.1.5.1.1 ต้นทุนการตลาดระดับผู้รวบรวมในหมู่บ้าน (ผู้ค้าส่ง)

หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้รวบรวมในหมู่บ้านที่เกิดขึ้นตั้งแต่ซื้อฝักจากผู้ผลิต จนกระทั่งขายฝักต่อให้ผู้ค้าปลีกในตลาด ซึ่งประกอบด้วย

(1) ค่าขนส่ง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การขนส่งผักจากบริเวณลุ่มน้ำห้วยยางที่เป็นแหล่งผลิตมายังตลาดอำเภอบัวใหญ่ ผู้รวบรวมในหมู่บ้านส่วนใหญ่นิยมขนส่งผักโดยรถอีแต่น ซึ่งมีน้ำหนักที่สามารถบรรทุกได้เต็มที่ประมาณ 3,500 กิโลกรัมต่อคัน แต่น้ำหนักที่บรรทุกจริงในแต่ละวัน เฉลี่ยเพียง 1,000-1,400 กิโลกรัม คิดเป็นน้ำหนักเฉพาะผักประมาณ 600-700 กิโลกรัม และเป็นน้ำหนักของผู้โดยสารประมาณ 500-600 กิโลกรัม (10-13 คน) รวมค่าขนส่งทั้งหมด 130 บาทต่อเที่ยว คิดเป็นค่าขนส่งผักเฉลี่ย 0.200 บาทต่อกิโลกรัม ผักทุกชนิดที่ขนส่งในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง ถูกกำหนดให้มีค่าขนส่งเฉลี่ยเท่ากันหมด ทั้งนี้เนื่องจากการเสียค่าขนส่ง เจ้าของรถจะเก็บในอัตราเดียวกันหมดไม่ว่าจะเป็นผักชนิดใดก็ตาม การเก็บค่าขนส่งผักจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปริมาณของผัก ที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านแต่ละรายนำมาจำหน่าย

(2) ค่าภษณะ สำหรับภษณะที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านใช้ในการขนส่งผักไปขายในตลาดคือ ช่ง ซึ่งมีด้วยกัน 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ช่งขนาดเล็กสามารถบรรจุผักได้ประมาณ 11-30 กิโลกรัมต่อใบ ส่วนช่งขนาดใหญ่สามารถบรรจุผักได้ประมาณ 25-60 กิโลกรัมต่อใบ ผักแต่ละชนิดสามารถบรรจุช่งได้ในน้ำหนักที่ไม่เท่ากัน(ดูตารางที่ 4.1) โดยที่ช่งขนาดเล็กราคาใบละ 15 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 2 เดือน ส่วนช่งใบใหญ่ราคาใบละ 25 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 6 เดือน จากการสำรวจพบว่า ผู้รวบรวมในหมู่บ้านแต่ละรายใช้ช่งผักเฉลี่ยรายละ 4 ใบ โดยเป็นช่งขนาดเล็ก 3 ใบและช่งขนาดใหญ่ 1 ใบ คิดเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับภษณะในการขนส่งผักแต่ละชนิด ดังตารางที่ 4.1

(3) ค่าเช่าแผง ผู้รวบรวมในหมู่บ้านแต่ละรายเสียค่าเช่าแผงวันละ 2 บาท (รวมทั้ง 2 ตลาด) ซึ่งแผงดังกล่าวมีขนาดกว้าง 1.50 เมตร และยาว 2.00 เมตร สำหรับการคิดค่าเช่าแผงเฉลี่ยของผักแต่ละชนิด คำนวณหาจากจำนวนพื้นที่ที่ผักแต่ละชนิดใช้วางขาย แสดงให้เห็นในตารางที่ 4.2

4.1.5.1.2 ต้นทุนการตลาดระดับผู้ค้าปลีก

หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้ค้าปลีก ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ซื้อผักจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านจนกระทั่งขายผักต่อให้ผู้บริโภคในตลาด ซึ่งประกอบด้วย

(1) ค่าขนส่ง ผู้ค้าปลีกในตลาดอำเภอบัวใหญ่นิยมใช้รถเข็นเป็นพาหนะในการขนส่งผักมาจำหน่ายในตลาด ประกอบกับการที่ตลาดผักมีอยู่ 2 แห่ง และแต่ละแห่งก็มีช่วงเวลาในการเปิดตลาดไม่ตรงกัน ดังนั้น ผู้ค้าปลีกจึงต้องมีการขนย้ายผักจากตลาดหนึ่ง ไปยังอีกตลาดหนึ่ง หรือจากตลาดกลับบ้าน โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้บริการสามล้อปั่นในการขนย้าย จากการสำรวจ พบว่าในวันหนึ่ง ๆ ผู้ค้าปลีกเสียค่าสามล้อปั่นในการลากจูงรถเข็นหรือขนส่งผักเฉลี่ยรายละ 8-15 บาท มีน้ำหนักผักที่บรรทุกเฉลี่ย 70-100 กิโลกรัมต่อเที่ยว คิดเป็นค่าขนส่งผักเฉลี่ย 0.1353 บาทต่อ

ตารางที่ 4.1 แสดงน้ำหนักของผักแต่ละชนิดที่สามารถบรรจุได้ในช่องแต่ละขนาด
และค่าภาระเฉลี่ยของผักแต่ละชนิด (กรณีของผู้รวบรวมในหมู่บ้าน)

ชนิดของผัก	น้ำหนักที่บรรจุได้ (กก.)		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/ กก.)		ค่าภาระรวมเฉลี่ย (บาท/ กก.)
	แข่งขันขนาดเล็ก	แข่งขันขนาดใหญ่	แข่งขันขนาดเล็ก	แข่งขันขนาดใหญ่	
แตงกวา	25-30	55-60	0.0091	0.0024	0.0115
มะเขือเทศ	25-30	55-60	0.0091	0.0024	0.0115
ผักกาดขาว	18-20	38-40	0.0132	0.0036	0.0158
ถั้วผักขาว	18-20	38-40	0.0132	0.0036	0.0158
กะหล่ำปลี	18-20	38-40	0.0132	0.0136	0.0158
หอมแบ่ง	11-12	22-25	0.0217	0.0059	0.0276
ผักคะน้า	11-12	22-25	0.0217	0.0059	0.0276
ผักบุ้งจีน	11-12	22-25	0.0217	0.0059	0.0276



ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนพื้นที่ที่ใช้ในการวางขายและค่าเช่าแผงเฉลี่ยของผักแต่ละชนิด

ชนิดของผัก	จำนวนพื้นที่ที่ใช้ในการวางผัก ¹ (ตารางเซนติเมตร)	ค่าเช่าแผงเฉลี่ย (บาทต่อกิโลกรัม)
แตงกวา	300.00	0.0200
ผักกาดขาว	650.00	0.0433
มะเขือเทศ	384.00	0.0256
ถั่วฝักยาว	910.00	0.0607
ผักบุ้งจีน	1260.00	0.0840
หอมแบ่ง	675.00	0.0450
กะหล่ำปลี	256.00	0.0171
ผักคะน้า	1344.00	0.0896

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : 1. เป็นจำนวนพื้นที่ที่ผักแต่ละชนิดจำนวน 1 กิโลกรัม ต้องใช้พื้นที่ในการวางขาย

กิโกรัม ซึ่งในการศึกษาค้างนี้ กำหนดให้ผักทุกชนิดมีต้นทุนค่าขนส่งเท่ากันหมด ทั้งนี้เนื่องจากการค้าผักของผู้ค้าปลีกแต่ละราย ประกอบด้วยผักจำนวนหลายชนิด และการขนส่งแต่ละครั้งก็มีผักหลายชนิดรวมกัน ดังนั้น จึงสมมติให้ว่าค่าขนส่งเฉลี่ยของผักแต่ละชนิดมีค่าเท่ากัน

(2) ค่าภาชนะ ประกอบด้วย

(2.1) ค่าถุงหิ้ว สำหรับขนาดของถุงหิ้วที่ผู้ค้าปลีกนิยมใช้สำหรับใส่ผักมี 3 ขนาด คือ 6"x14" 8"x15" และ 9"x18" โดยมีราคาเฉลี่ย 0.08 0.15 และ 0.20 บาทต่อใบ ตามลำดับ จากการสำรวจ พบว่า สำหรับผักคะน้า ผักบุ้งจีน กะหล่ำปลี ถั่วฝักยาว ผักกาดขาว และหอมแบ่ง โดยทั่วไปแล้วผู้ค้าปลีกได้ใช้ถุงขนาด 8"x15" จำนวน 1 ใบต่อผักแต่ละชนิดจำนวน 1 กิโลกรัม คิดเป็นต้นทุนค่าถุงเฉลี่ย 0.1500 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนแตงกวา และมะเขือเทศใช้ถุงขนาด 6"x14" จำนวน 1 ใบต่อผักจำนวน 1 กิโลกรัม คิดเป็นต้นทุนค่าถุงเฉลี่ยสำหรับแตงกวาและมะเขือเทศ 0.0800 บาทต่อกิโลกรัม

(2.2) ค่าเช่า จากการสำรวจ พบว่า โดยทั่วไปแล้วผู้ค้าปลีกในตลาดใช้เช่าเฉลี่ยรายละ 4 ใบ เป็นเช่าขนาดเล็ก 2 ใบและเช่าขนาดใหญ่ 2 ใบ ค่าใช้จ่ายสำหรับเช่าของผักแต่ละชนิดแสดงในตารางที่ 4.3

(3) ค่าเช่าแผง ผู้ค้าปลีกแต่ละรายต้องเสียค่าเช่าแผง 2 บาทต่อวัน (รวมทั้ง 2 ตลาด) โดยแผงมีขนาดกว้าง 1.50 เมตร และยาว 2.00 เมตร สำหรับการคิดค่าเช่าแผงเฉลี่ยของผักแต่ละชนิด ใช้หลักการเช่นเดียวกันกับกรณีของผู้รวบรวมในหมู่บ้าน กล่าวคือ คำนวณหาจากจำนวนพื้นที่ที่ผักแต่ละชนิดใช้วางขาย ดังแสดงในตารางที่ 4.2

สำหรับต้นทุนทางการตลาดทั้งหมดของผักแต่ละชนิดของผู้รวบรวมในหมู่บ้าน แสดงในตารางที่ 4.4 จากตาราง พบว่า ค่าขนส่งเป็นต้นทุนการตลาดของผักแต่ละชนิดที่มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด ค่าใช้จ่ายที่มีค่ารองลงมาได้แก่ค่าเช่าแผงและค่าภาชนะของผักแต่ละชนิด โดยผักที่มีต้นทุนการตลาดสูงสุด ได้แก่ ผักคะน้า ที่มีต้นทุนการตลาดเป็น 0.3172 บาทต่อกิโลกรัม ผักที่มีต้นทุนการตลาดรองลงมา ได้แก่ ผักบุ้งจีน ถั่วฝักยาว หอมแบ่ง ผักกาดขาว มะเขือเทศ และแตงกวา ซึ่งมีต้นทุนการตลาดเป็น 0.3116 0.2775 0.2726 0.2601 0.2371 และ 0.2315 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ

ส่วนต้นทุนการตลาดของผักแต่ละชนิดในระดับผู้ค้าปลีก แสดงในตารางที่ 4.5 ซึ่งจากตาราง พบว่า ผักส่วนใหญ่มีค่าภาชนะเป็นค่าใช้จ่ายสูงที่สุด มีเพียงแตงกวาและมะเขือเทศเท่านั้นที่มีค่าขนส่งเป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูงสุด โดยผักที่มีต้นทุนการตลาดสูงที่สุดในระดับผู้ค้าปลีก ได้แก่ ผักคะน้า ซึ่งมีต้นทุนการตลาดเป็น 0.4025 บาทต่อกิโลกรัม ผักที่มีต้นทุนการตลาดรองลงมา ได้แก่ ผักบุ้งจีน ถั่วฝักยาว ผักกาดขาว กะหล่ำปลี หอมแบ่ง มะเขือเทศ และแตงกวา ซึ่งมีต้นทุนการตลาดเป็น 0.3969 0.3629 0.3455 0.3193 0.2979 0.2524 และ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าภาชนะเฉลี่ยของผักแต่ละชนิด (กรณีของผู้ค้าปลีก)

ชนิดของผัก	ค่าเฉลี่ย (บาท/ก.ก.)				ค่าภาชนะรวมเฉลี่ย (บาท/ก.ก.)
	ค่าถุงหิ้ว (บาท/ก.ก.)	ขนาดเล็ก	ขนาดใหญ่	รวมทั้งหมด	
แตงกวา	0.0800	0.0091	0.0024	0.0115	0.0915
ผักกาดขาว	0.1500	0.0132	0.0037	0.0152	0.1552
มะเขือเทศ	0.0800	0.0091	0.0024	0.0015	0.0915
ถั้วผักยาว	0.1500	0.0132	0.0037	0.0169	0.0159
ผักบุ้งจีน	0.1500	0.0217	0.0059	0.0276	0.1776
หอมแบ่ง	0.1500	0.0217	0.0059	0.0276	0.1776
กะหล่ำปลี	0.1500	0.0132	0.0057	0.0169	0.1669
ผักคะน้า	0.1500	0.0127	0.0059	0.0276	0.1776

ที่มา : จากการสำรวจ

- หมายเหตุ :
1. น้ำหนักที่ผักแต่ละชนิดสามารถบรรจุได้ในช่องแต่ละขนาด ดูจากตารางที่ 4.1
 2. ราคาของช่อง และอายุการใช้งาน อธิบายไว้แล้ว ในหัวข้อ 4.1.5.1.1

ตารางที่ 4.4 ต้นทุนการตลาดของผักแต่ละชนิด (กรณีของผู้รวบรวม)

ชนิดของผัก	ค่าใช้จ่ายประเภทต่าง ๆ (บาท/ก.ก.)			
	ค่าขนส่ง	ค่าภาระ ¹	ค่าเช่าแผง ²	รวมทั้งหมด
แตงกวา	0.2000	0.0115	0.0200	0.2315
ผักกาดขาว	0.2000	0.0168	0.0433	0.2501
มะเขือเทศ	0.2000	0.0115	0.0256	0.2371
ถั่วฝักยาว	0.2000	0.0168	0.0607	0.2775
ผักบุ้งจีน	0.2000	0.0276	0.0840	0.3115
หอมแบ่ง	0.2000	0.0276	0.0450	0.2725
กะหล่ำปลี	0.2000	0.0168	0.0171	0.2339
ผักคะน้า	0.2000	0.0276	0.0896	0.3172

ที่มา : 1. จากตารางที่ 4.1
2. จากตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนการตลาดของผักแต่ละชนิด (กรณีของผู้ค้าปลีก)

ชนิดของผัก	ค่าใช้จ่ายประเภทต่าง ๆ (บาท/ก.ก.)			
	ค่าขนส่ง	ค่าภาระ ¹	ค่าเช่าแผง ²	รวมทั้งหมด
แตงกวา	0.1353	0.0915	0.0200	0.2468
ผักกาดขาว	0.1353	0.1169	0.0433	0.3455
มะเขือเทศ	0.1353	0.0915	0.0256	0.2524
ถั้วผักขาว	0.1353	0.1169	0.0607	0.3629
ผักบุ้งจีน	0.1353	0.1776	0.0840	0.3969
หอมแบ่ง	0.1353	0.1776	0.0450	0.2979
กะหล่ำปลี	0.1353	0.1169	0.0171	0.3193
ผักคะน้า	0.1353	0.1776	0.0896	0.4025

- ที่มา : 1. จากตารางที่ 4.3
2. จากตารางที่ 4.2

0.2486 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ซึ่งหากเปรียบเทียบต้นทุนการตลาดในผักแต่ละชนิดของผู้รวบรวมในหมู่บ้านและผู้ค้าปลีก พบว่า ต้นทุนการตลาดของผักทุกชนิดในระดับผู้รวบรวมในหมู่บ้านมีค่าต่ำกว่าต้นทุนการตลาดในระดับผู้ค้าปลีก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ค้าปลีกต้องเสียค่าภษณะในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้รวบรวมในหมู่บ้าน

หากพิจารณาถึงต้นทุนการตลาดทั้งหมดของผักแต่ละชนิด พบว่า ผักที่มีต้นทุนการตลาดสูงสุด ได้แก่ ผักคะน้า ที่มีต้นทุนการตลาดทั้งหมดเป็นจำนวน 0.7197 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาได้แก่ ผักบุ้งจีน ถั่วฝักยาว หอมแบ่ง ผักกาดขาว กะหล่ำปลี มะเขือเทศ และแตงกวา โดยมีต้นทุนการตลาดทั้งหมดเป็นจำนวน 0.7085 0.6404 0.6305 0.6056 0.5532 0.4895 และ 0.4783 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6) และค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนการตลาดที่มีค่ามากที่สุด ได้แก่ ค่าขนส่ง รองลงมาคือ ค่าภษณะและค่าเช่าแผง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 0.3353 0.1715 และ 0.0963 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ

4.1.5.2 ต้นทุนการตลาดของมะเขือเปราะ ตำบลศิลา อำเภอเมือง จังหวัด

ขอนแก่น

จากการศึกษาวิถีการตลาดของมะเขือเปราะ จะเห็นได้ว่า ก่อนที่มะเขือเปราะจะถึงมือผู้บริโภค มีวิถีการตลาดที่สำคัญ 2 ช่องทาง คือ ช่องทางที่ 1 เป็นกรณีที่มะเขือเปราะมีราคาดี การซื้อขายมะเขือเปราะตามวิถีการตลาดทางนี้ ไม่ผ่านผู้รวบรวมในท้องถิ่น (ภาพที่ 4.3) ส่วนช่องทางที่ 2 เป็นกรณีที่มะเขือเปราะราคาไม่ดี มะเขือเปราะถูกซื้อขายโดยผ่านผู้รวบรวมในท้องถิ่น สำหรับในการศึกษาด้านต้นทุนการตลาดครั้งนี้ ได้ใช้วิถีการตลาดของมะเขือเปราะตามช่องทางที่ 1 (จากเกษตรกร → ผู้ค้าส่งในตลาดขอนแก่น → ผู้ค้าปลีกในตลาดขอนแก่น → ผู้บริโภคในตลาดขอนแก่น) ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านเวลา ด้านข้อมูล และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ประกอบกับการศึกษาในหัวข้อนี้ ต้องนำไปใช้วิเคราะห์หาส่วนเหลือมการตลาดในบทต่อไป ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลด้านราคาได้เพียงผู้ค้าบางระดับเท่านั้น จึงได้เลือกทำการศึกษาถึงต้นทุนการตลาดของมะเขือเปราะตามวิถีการตลาดช่องทางที่ 1 โดยแบ่งต้นทุนการตลาดออกเป็น 3 ระดับ คือ

4.1.5.2.1 ต้นทุนการตลาดของเกษตรกร ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

ดังต่อไปนี้

(1) ค่าขนส่ง จากการสำรวจ พบว่า การขนส่งของมะเขือเปราะจากแหล่งผลิตที่ตำบลศิลา มายังตลาดในอำเภอเมืองขอนแก่น ส่วนใหญ่แล้ว เกษตรกรขนส่งโดยใช้รถสองแถว ซึ่งเป็นรถโดยสารประจำทางวิ่งระหว่างตำบลศิลาถึงตัวจังหวัดขอนแก่น โดยเสียค่าระวางสำหรับ

ตารางที่ 4.6 ต้นทุนการตลาดทั้งหมดของผักแต่ละชนิด ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง อำเภอบัวใหญ่

ชนิดของผัก	ค่าใช้จ่ายประเภทต่าง ๆ (บาท/ก.ก.)			
	ค่าขนส่ง	ค่าภาชนะ	ค่าเช่าแผง	รวมทั้งหมด
แตงกวา	0.3353	0.1030	0.0400	0.4783
ผักกาดขาว	0.3353	0.1837	0.0866	0.6056
มะเขือเทศ	0.3353	0.1030	0.0512	0.4895
ถั่วฝักยาว	0.3353	0.1837	0.1214	0.6404
ผักบุ้งจีน	0.3353	0.2052	0.1680	0.7085
หอมแบ่ง	0.3353	0.2052	0.9000	0.6305
กะหล่ำปลี	0.3353	0.1837	0.0342	0.5532
ผักคะน้า	0.3353	0.2052	0.1792	0.7197

ที่มา : จากตารางที่ 4.4 และ ตารางที่ 4.5



มะเขือเปราะ 1 บาท (1 ถุงบรรจุมะเขือเปราะ 10 กิโลกรัม) และค่าโดยสาร 8 บาท ต่อคน(รวมไป-กลับ) ซึ่งเกษตรกรแต่ละรายนำมะเขือเปราะไปขายเฉลี่ย 30-40 ถุงต่อวัน เมื่อถึงตลาดแล้วเกษตรกรต้องเสียค่าสามล้อปั่นเฉลี่ย 5 บาทต่อวัน สำหรับการขนมะเขือเปราะจากท่าจอดรมายังแผงขายของตน ซึ่งคิดเป็นต้นทุนค่าขนส่งทั้งหมดของมะเขือเปราะเฉลี่ย 0.1372 บาทต่อกิโลกรัม

(2) ค่าภาชนะ เกษตรกรแต่ละรายเสียค่าถุงใบละ 2 บาท สำหรับการบรรจุ มะเขือเปราะไปขายในตลาด คิดเป็นค่าภาชนะเฉลี่ย 0.2000 บาทต่อกิโลกรัม

(3) ค่าเช่าแผง เกษตรกรต้องเสียค่าเช่าแผง 3 บาทต่อวัน ซึ่งคิดเป็นค่าเช่าแผง เฉลี่ย 0.0058 บาทต่อกิโลกรัม

4.1.5.2.2 ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าส่ง ประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) ค่าแรงงาน จากการสำรวจ พบว่า โดยทั่วไปแล้ว ผู้ค้าส่งแต่ละรายได้จ้าง คนงานสำหรับการขนส่งผักเป็นจำนวน 1 คน ในอัตราค่าจ้างวันละ 100 บาท ซึ่งผู้ค้าส่งแต่ละ รายรับซื้อผักทั้งหมดเฉลี่ย 2,000 กิโลกรัมต่อวัน โดยรับซื้อมะเขือเปราะเฉลี่ย 30-40 ถุงต่อวัน คิดเป็นค่าแรงงานของมะเขือเปราะเฉลี่ย 0.0500 บาทต่อกิโลกรัม

(2) ค่าภาชนะ โดยปกติแล้ว ผู้ค้าส่งรับซื้อมะเขือเปราะจากเกษตรกรในสภาพที่มี การบรรจุใส่ถุงเรียบร้อยแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ค้าส่งมักประสบกับปัญหาการเสียหายของถุง มะเขือเปราะ เช่น ถุงแตกหรือถุงขาด อันเนื่องมาจากการเลือกซื้อของผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่งหรือ เกิดจากการขนย้ายของคนงาน ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วผู้ค้าส่งแต่ละรายต้องเปลี่ยนถุงใส่มะเขือเปราะ ประมาณ 3 ใบต่อวัน(ถุงราคาใบละ 2 บาท) คิดเป็นค่าภาชนะเฉลี่ย 0.0171 บาทต่อกิโลกรัม

(3) ค่าน้ำ-ค่าไฟฟ้า ผู้ค้าส่งแต่ละรายต้องเสียค่าน้ำ-ค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 18 บาทต่อวัน คิดเป็นค่าน้ำ-ค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 0.0090 บาทต่อกิโลกรัม

(4) ค่าเช่าแผง ผู้ค้าส่งแต่ละรายได้เช่าแผงขนาดกว้าง 4.00 เมตร ยาว 4.00 เมตร โดยเสียค่าเช่าแผงเฉลี่ย 120 บาทต่อวัน ซึ่งคิดเป็นค่าเช่าแผงเฉลี่ย 0.0600 บาทต่อ กิโลกรัม

4.1.5.2.3 ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีก ประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) ค่าขนส่ง ในการขนส่งมะเขือเปราะจากตลาดขายส่งมาตลาดขายปลีก ผู้ค้าปลีกต้องจ่ายค่าสามล้อปั่น เฉลี่ยวันละ 6-8 บาท และ ค่ารถโดยสารประจำทางหรือรถสามล้อ

ประมาณ 4-10 บาทต่อวัน (เป็นค่ารถสำหรับการเดินทางมาขายผักที่ตลาด) โดยผู้ค้าปลีกแต่ละรายมีปริมาณผักที่ซื้อขาย ประมาณ 50-100 กิโลกรัมต่อวัน ซึ่งคิดเป็นค่าขนส่งทั้งหมด เฉลี่ย 0.1867 บาทต่อกิโลกรัม (กำหนดให้ค่าขนส่งของผักทุกชนิดมีค่าเท่ากัน)

(2) ค่าภาษี ผู้ค้าปลีกแต่ละรายต้องจ่ายค่าภาษีเป็นเงิน 17 บาทต่อปี คิดเป็นค่าภาษีเฉลี่ยของมะเขือเปราะ 0.0009 บาทต่อกิโลกรัม

(3) ค่าภษณะ จากการสำรวจ พบว่า ผู้ค้าปลีกใช้ถุงหูหิ้วขนาด 6"x14" จำนวน 1 ใบ สำหรับใส่มะเขือเปราะจำนวน 1 กิโลกรัม คิดเป็นค่าภษณะเฉลี่ย 0.0870 บาทต่อกิโลกรัม (ราคาถุงหูหิ้วขนาด 6"x14" เท่ากับ 8 บาทต่อถุง 92 ใบ)

(4) ค่าเช่าแผง ผู้ค้าปลีกต้องจ่ายค่าเช่าแผงขนาดกว้าง 1.70 เมตร ยาว 1.70 เมตร เป็นจำนวนเงิน 2 บาทต่อวัน โดยมะเขือเปราะ 1 กิโลกรัมนั้น ใช้พื้นที่สำหรับวางขาย ประมาณ 442 ตารางเซนติเมตร ซึ่งคิดเป็นค่าเช่าแผงเฉลี่ย 0.036 บาทต่อกิโลกรัม

สำหรับต้นทุนการตลาดทั้งหมดของมะเขือเปราะ แสดงในตารางที่ 4.7 จากตารางพบว่า ต้นทุนการตลาดทั้งหมดของมะเขือเปราะเท่ากับ 0.7871 บาทต่อกิโลกรัม โดยเกษตรกรมีต้นทุนการตลาดสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้ค้าปลีก และผู้ค้าส่ง ตามลำดับ ซึ่งมีต้นทุนการตลาดเป็นจำนวนเงิน 0.3458 0.3052 และ 0.1367 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ

4.1.5.3 ต้นทุนการตลาดของพริกชี้หู ตำบลหัวเรือ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

จากการศึกษาวิธีการตลาดของพริกชี้หู พบว่า ก่อนที่พริกชี้หูจะถึงมือผู้บริโภค ได้ผ่านผู้ค้าระดับต่าง ๆ หลายขั้นตอน (วิธีการตลาดที่สำคัญ คือ จากเกษตรกร → ผู้รวบรวมในท้องถิ่น → ผู้รวบรวมในท้องที่ → ผู้ค้าส่งมือหนึ่งในตลาดกรุงเทพมหานครและในตลาดต่างจังหวัด → ผู้ค้าส่งมือสอง ในตลาดกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด → ผู้ค้าปลีกในตลาดกรุงเทพฯและต่างจังหวัด → ผู้บริโภค) การศึกษาต้นทุนการตลาดที่ถูกต้องแล้วควรศึกษาทุกระดับผู้ค้าที่เกี่ยวข้องด้วย แต่เนื่องจากมีข้อจำกัด ด้านเวลา ด้านข้อมูล และ ค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล สำหรับการศึกษาต้นทุนการตลาดในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเพียง 3 ระดับคือ ระดับผู้รวบรวมท้องถิ่น ระดับผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพมหานคร และระดับผู้ค้าปลีกในตลาดกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.1.5.3.1 ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวมในท้องถิ่น ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

ตารางที่ 4.7 ต้นทุนการตลาดของมะเขือเปราะ ที่ตำบลศิลา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น

รายการ	จำนวนเงิน (บาทต่อกิโลกรัม)
ต้นทุนการตลาดของเกษตรกร	0.3458
ค่าขนส่ง	0.1372
ค่าภาชนะ	0.2000
ค่าเช่าแผง	0.0086
ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าส่ง	0.1351
ค่าแรงงาน	0.0500
ค่าน้ำ-ค่าไฟฟ้า	0.0090
ค่าภาชนะ	0.0171
ค่าเช่าแผง	0.0600
ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีก	0.3052
ค่าขนส่ง	0.1867
ค่าภาษี	0.0009
ค่าภาชนะ	0.0870
ค่าเช่าแผง	0.0306
รวมต้นทุนการตลาดทั้งหมด	0.7871

ที่มา : จากการสำรวจ

(1) ค่าขนส่ง ในการออกไปรวบรวมพริกจากเกษตรกร ผู้รวบรวมในท้องถิ่นนิยมใช้รถปิคอัพ ซึ่งเฉลี่ยใช้รายละเอียด 1 คัน โดยที่รถปิคอัพ 1 คัน สามารถบรรทุกพริกได้ประมาณ 2.50-3.00 ตัน แต่น้ำหนักบรรทุกจริงมีประมาณ 1,750 กิโลกรัม (เป็นน้ำหนักที่ผู้รวบรวมรับซื้อในแต่ละวัน) เสียค่าน้ำมันเฉลี่ย 103 บาทต่อวัน หลังจากที่ผู้รวบรวมในท้องถิ่นรวบรวมพริกได้ตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ก็นำพริกไปจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งในตลาดอำเภอเมืองอุบลราชธานี โดยพ่อค้าส่งก็จะนำไปจำหน่ายให้พ่อค้าส่งในตลาดปากคลองอีกต่อหนึ่ง แต่ก็มีผู้รวบรวมในท้องถิ่นบางราย ที่ทำการจำหน่ายพริกให้ผู้ค้าส่งในตลาดปากคลองโดยตรงเอง ซึ่งก็มีจำนวนไม่มากนัก สำหรับการขนส่งพริกไปยังตลาดที่กรุงเทพมหานครนั้น ขนส่งไปกับรถหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและ เดลินิวส์ โดยเสียค่าขนส่งในอัตราเฉลี่ย 6-7 บาท (1 ถุงบรรจุพริก 10 กิโลกรัม) คิดเป็นค่าขนส่งทั้งหมดเฉลี่ย 0.7089 บาทต่อกิโลกรัม

(2) ค่าภษณะ ผู้รวบรวมต้องซื้อถุงพลาสติกเฉลี่ยใบละ 1.6354 บาท สำหรับให้เกษตรกรใช้บรรจุพริกที่ส่งเก็บ คิดเป็นค่าภษณะเฉลี่ย 0.1636 บาทต่อกิโลกรัม

(3) ค่าแรงงาน จากการสำรวจ พบว่า ในการออกไปรวบรวมพริกของผู้รวบรวมแต่ละราย ได้จ้างคนงานจำนวน 1 คน สำหรับขนพริกขึ้นและลงรถ ในอัตราค่าจ้าง 40 บาทต่อวัน โดยผู้รวบรวมแต่ละรายรับซื้อพริกเฉลี่ย 1,750 กิโลกรัมต่อวัน ซึ่งคิดเป็นค่าแรงงานเฉลี่ย 0.0229 บาทต่อกิโลกรัม

(4) ค่าโทรศัพท์ เนื่องจากผู้รวบรวมในท้องถิ่นต้องติดต่อกันเป็นประจำกับผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพมหานคร เพื่อสอบถามราคาซื้อและปริมาณผลผลิตที่ผู้ค้าส่งต้องการ โดยติดต่อกันผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งผู้รวบรวมแต่ละรายจ่ายค่าโทรศัพท์เฉลี่ย 48.30 บาทต่อวัน คิดเป็นค่าโทรศัพท์เฉลี่ย 0.0376 บาทต่อกิโลกรัม

4.1.5.3.2 ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) ค่าขนส่ง ผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพมหานคร ต้องว่าจ้างรถปิคอัพในการขนพริกจากหลักสี่มายังแผงของตนที่ตลาดปากคลอง ในอัตราค่าจ้าง 200 บาทต่อคันต่อเที่ยว โดยสามารถบรรทุกได้ประมาณ 1,700-2,000 กิโลกรัมต่อคัน เมื่อขนพริกมาถึงตลาดปากคลองแล้ว ผู้ค้าส่งต้องจ้างรถเข็นขนาดเล็กขนพริกจากรถสองแถวมาที่แผงของตน ในอัตราค่าจ้าง 0.50 บาทต่อถุง และจากแผงของตนไปยังรถของผู้ค้าปลีก ในอัตราค่าจ้าง 3 บาทต่อพริก 10 ถุง คิดเป็นค่าขนส่งทั้งหมด 0.1611 บาทต่อกิโลกรัม

(2) ค่าแรงงาน ผู้ค้าส่งได้ว่าจ้างแรงงานประจำเป็นจำนวน 1 คน สำหรับในการบรรจุพริกใส่ถุง ในอัตราค่าจ้าง 70 บาทต่อวัน คิดเป็นค่าแรงงานเฉลี่ย 0.0378 บาทต่อกิโลกรัม (ผู้ค้าส่งซื้อขายพริกประมาณวันละ 1,700-2,000 กิโลกรัมต่อวัน)

- (3) ค่าเช่าแผง ผู้ค้าส่งในตลาดปากคลองต้องจ่ายค่าเช่าแผงเดือนละ 3,000 บาท คิดเป็นค่าเช่าแผงเฉลี่ย 0.0541 บาทต่อกิโลกรัม
- (4) ค่าไฟฟ้า ผู้ค้าส่งต้องจ่ายค่าไฟฟ้าประมาณ 170 บาทต่อเดือน คิดเป็นค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 0.0031 บาทต่อกิโลกรัม
- (5) ค่าโทรศัพท์ ผู้ค้าส่งในตลาดกรุงเทพมหานคร ต้องติดต่อกับผู้รวบรวมในท้องถิ่นเป็นประจำ เพื่อบอกปริมาณผลผลิตที่ต้องการและราคาที่รับซื้อในแต่ละวัน โดยเฉลี่ยผู้ค้าส่งจ่ายค่าโทรศัพท์ 75 บาทต่อวัน คิดเป็นค่าโทรศัพท์เฉลี่ย 0.0405 บาทต่อกิโลกรัม
- (6) ค่าภานะ โดยปกติแล้ว ผู้ค้าส่งรับซื้อพริกที่มีการบรรจุใส่ถุงพลาสติกเรียบร้อยแล้ว แต่เนื่องจากในระหว่างการขนส่งจากผู้รวบรวมในท้องถิ่นมายังแผงผู้ค้าส่งหรือการนำพริกมาบรรจุใหม่อีกครั้งมักทำให้ถุงได้รับความเสียหายเกิดขึ้น ดังนั้น ผู้ค้าส่งต้องเปลี่ยนถุงใส่พริกใหม่ประมาณ 12 ใบต่อวัน คิดเป็นค่าภานะ 0.0072 บาทต่อกิโลกรัม (ถุงราคาใบละ 1.1111 บาท)
- (7) ค่าภาษี ผู้ค้าส่งต้องจ่ายค่าภาษีเป็นรายปี เป็นจำนวนเงิน 1,650 บาทต่อปี คิดเป็นค่าภาษีเฉลี่ย 0.0024 บาทต่อกิโลกรัม
- (8) ค่าสูญเสียน้ำหนักและเสื่อมคุณภาพ เนื่องจากพริกสดเป็นสินค้าที่ง่ายต่อการสูญเสีย น้ำหนักและเสื่อมคุณภาพ ทั้งที่เกิดจากความผิดพลาดในการชั่งระหว่างการบรรจุ หรือการระเหยไปของน้ำ หรือการเน่าเสียในระหว่างการขนส่ง โดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อนและฤดูฝนเป็นช่วงที่พริกมีการเน่าเสียมาก จากการสอบถามผู้ค้าส่ง พบว่า ความสูญเสียน้ำหนักและการเสื่อมคุณภาพของพริก มีประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณพริกทั้งหมด คิดเป็นค่าสูญเสียน้ำหนักและเสื่อมคุณภาพเฉลี่ย 1.1755 บาทต่อกิโลกรัม (ราคาขายส่งพริกเฉลี่ย 11.7556 บาทต่อกิโลกรัม)

4.1.5.3.3 ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีกในตลาดกรุงเทพมหานคร⁵ ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- (1) ค่าขนส่ง ผู้ค้าปลีกเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง จากตลาดปากคลองมายังแผงจำหน่ายของตนเฉลี่ย 50 บาทต่อวัน โดยผู้ค้าปลีกซื้อพริกมาขายเฉลี่ย 10 กิโลกรัมต่อวัน คิดเป็นค่าขนส่งเฉพาะพริก 0.500 บาทต่อกิโลกรัม (ผู้ค้าปลีกแต่ละรายซื้อขายผักเฉลี่ย 100 กิโลกรัมต่อวัน)
- (2) ค่าเช่าแผง ผู้ค้าปลีกต้องจ่ายค่าเช่าแผงเป็นรายวัน เป็นเงิน 10 บาทต่อวัน โดยแผงมีขนาดกว้าง 2.00 เมตรและยาว 3.00 เมตร จากการสำรวจ พบว่า พริกขี้หนูจำนวน

⁵ จากการสอบถามผู้ค้าปลีก ที่ตลาดสดบางปะแก้วและตลาดสดเทเวศน์ กรุงเทพฯ

1 กิโลกรัม ใช้เนื้อที่การวางขายประมาณ 768 ตารางเซนติเมตร คิดเป็นค่าเช่าแผงเฉลี่ย 0.1280 บาทต่อกิโลกรัม

(3) ค่าภาชนะ สำหรับพริกชี้หนู 1 กิโลกรัม จะใช้ถุงหูหิ้วขนาด 8"x15" จำนวน 1 ใบ คิดเป็นค่าภาชนะเฉลี่ย 0.1500 บาทต่อกิโลกรัม (ราคาถุงหูหิ้ว 15 บาทต่อ 100 ใบ)

(4) ค่าไฟฟ้า ผู้ค้าปลีกต้องจ่ายค่าไฟฟ้าเป็นเงินจำนวน 60 บาทต่อเดือน คิดเป็นค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 0.0200 บาทต่อกิโลกรัม

(5) ค่าภาษี ผู้ค้าปลีกต้องจ่ายค่าภาษีเป็นรายปี ๓ ละ 200 บาท คิดเป็นค่าภาษีเฉลี่ย 0.0548 บาทต่อกิโลกรัม

สำหรับต้นทุนการตลาดทั้งหมดของพริกชี้หนู แสดงในตารางที่ 4.8 จากตาราง พบว่า ต้นทุนการตลาดทั้งหมดของพริกชี้หนู เท่ากับ 3.2575 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งถือได้ว่ามีค่ามากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนการตลาดของผักชนิดอื่น ๆ ที่ได้ทำการศึกษาค้างนี้ โดยมีต้นทุนการตลาดในระดับผู้ค้าส่งมากที่สุด คือ 1.4817 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาได้แก่ ต้นทุนการตลาดในระดับผู้รวบรวมท้องถิ่นและระดับผู้ค้าปลีกที่มีค่าเป็น 0.9230 และ 0.8528 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ค้าในระดับค้าส่งมีค่าใช้จ่ายในการสูญเสียน้ำหนักและเสื่อมคุณภาพของพริกเป็นต้นทุนการตลาดที่สำคัญ ซึ่งผู้ค้าในระดับอื่น ๆ มีค่าใช้จ่ายดังกล่าวเพียงเล็กน้อยเท่านั้นเอง

4.2 ระบบราคาของผัก

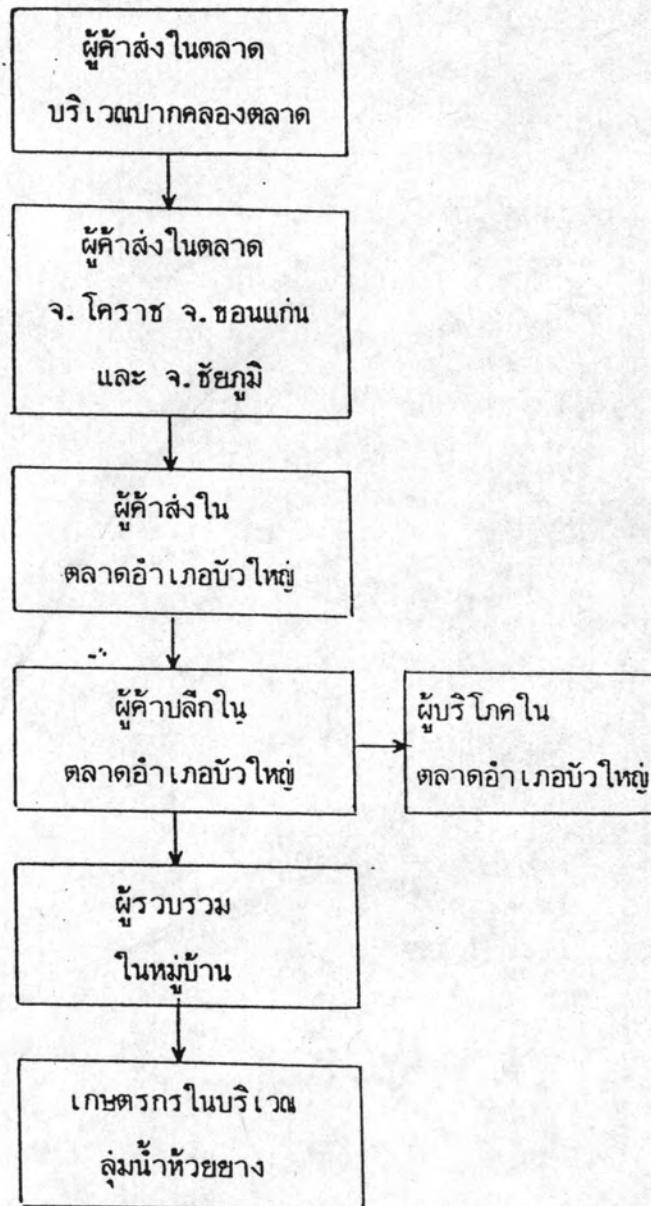
4.2.1 การกำหนดราคาของผัก

จากการศึกษาการตลาดของผักชนิดต่าง ๆ ในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว เกษตรกรนำผลผลิตไปขายให้กับผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ซึ่งการกำหนดราคาซื้อของผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ได้กำหนดตามราคาของผักในวันที่ผ่านมาที่ผู้ค้าปลีกในตลาดบัวใหญ่รับซื้อ โดยที่ผู้ค้าปลีกในตลาดบัวใหญ่ ได้ใช้หลักการกำหนดราคาซื้อตามราคาที่ผู้ค้าส่งในตลาดบัวใหญ่เป็นผู้กำหนด ซึ่งผู้ค้าส่งในตลาดบัวใหญ่ก็กำหนดราคาตามราคาที่รับซื้อจากผู้ค้าส่งในตลาดอื่น ๆ เช่น ที่โคราช ขอนแก่น ชัยภูมิ เป็นต้น และผู้ค้าส่งดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งที่โคราช ชัยภูมิ หรือ ขอนแก่น ก็กำหนดราคาซื้อหรือราคาขายตามราคาซื้อขายของผู้ค้าส่งที่ตลาดบริเวณปากคลองตลาด (ดูภาพที่ 4.4) ทั้งนี้เนื่องจากปากคลองตลาดเป็นตลาดกลางผักที่สำคัญที่สุดในแต่ละวันมีปริมาณการซื้อขายผักเป็นจำนวนมาก เป็นทั้งแหล่งรวบรวมพืชผักทุกชนิดและแหล่งกระจายผักไปสู่ตลาดอื่น ๆ ที่สำคัญ สำหรับปัจจัยที่ผู้ค้าส่งในตลาดบริเวณปากคลองตลาดใช้เป็นหลักในการกำหนด

ตารางที่ 4.8 แสดงต้นทุนการตลาดของพริกขี้หนู ตำบลหัวเรือ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

รายการ	จำนวนเงิน (บาทต่อกิโลกรัม)
ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวมในท้องถิ่น	0.9230
ค่าขนส่ง	0.7089
ค่าภาชนะ	0.1636
ค่าแรงงาน	0.0229
ค่าโทรศัพท์	0.0276
ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าส่ง	1.4817
ค่าขนส่ง	0.1611
ค่าภาชนะ	0.0072
ค่าแรงงาน	0.0378
ค่าโทรศัพท์	0.0405
ค่าเช่าแผง	0.0541
ค่าไฟฟ้า	0.0031
ค่าภาษี	0.0024
ค่าสูญเสียน้ำหนักและเสื่อมคุณภาพ	1.1755
ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีก	0.8528
ค่าขนส่ง	0.5000
ค่าภาชนะ	0.1500
ค่าเช่าแผง	0.1280
ค่าไฟฟ้า	0.0200
ค่าภาษี	0.0548
รวมต้นทุนการตลาดทั้งหมด	3.2575

ที่มา : จากการสำรวจ



ภาพที่ 4.4

การกำหนดราคาของผักในบริเวณลุ่มน้ำห้วยซาง

ราคาซื้อขายของพืชผักในแต่ละวันมี 4 ประการ คือ^๑

- 1) ราคาของผักในวันที่ผ่านมา
- 2) ปริมาณของผักที่เข้าสู่ตลาดแต่ละวัน
- 3) ความต้องการของผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค
- 4) การคาดคะเนของผู้ค้าส่งในตลาด

จากการสำรวจพบว่า ในแง่ของราคาซื้อขายของผู้ค้าส่งในตลาดบริเวณปากคลองตลาด มีความแตกต่างกันไปตามประเภทของผู้ค้าที่นำผักมาขาย เช่น ลูกสวนอาจได้รับราคาต่ำกว่าราคาทั่วไปหรือราคาที่ชาวสวนทั่วไปได้รับ ส่วนราคาของผู้ค้าส่งแต่ละรายในตลาดขายให้ พบว่า มีราคาค่อนข้างใกล้เคียงกัน เพราะผู้ค้าส่งส่วนใหญ่ได้มีการตกลงราคาขายกันก่อนหรือมีการปรับราคาให้ใกล้เคียงกัน เพื่อลดการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นระหว่างผู้ค้าส่งด้วยกัน

4.2.2 ระบบราคาตามคุณภาพ

โดยทั่วไปแล้ว "คุณภาพ" เป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยหลายลักษณะ เช่น รูปร่าง ขนาด สีสรร ตำหนิ กลิ่น ระดับความชื้น และคุณค่าทางอาหาร เป็นต้น สำหรับสินค้าเกษตร โดยเฉพาะผัก ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแตกต่างกันไปตามชนิดของพันธุ์ สภาพการเจริญเติบโต ตลอดจนกรรมวิธีการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว จากลักษณะความแตกต่างของคุณภาพดังกล่าว ทำให้ราคาของผักแตกต่างกันไปตามชั้น(grades) และชนิด(varieties) ของผักชนิดนั้น ๆ

จากการสำรวจพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรในบริเวณลุ่มน้ำห้วยยาง ชาญผลผลิต โดยไม่มีการคัดคุณภาพของผลผลิต ขายคละรวมกันไปทั้งผลผลิตที่มีคุณภาพดีและไม่ดี เกษตรกรได้ทำก็เพียงการคัดส่วนที่เน่าเสียออกเท่านั้น สาเหตุที่เกษตรกรไม่นิยมคัดคุณภาพของผัก ก็เนื่องจากการที่ผู้ค้าปลีกหรือพ่อค้ารับซื้อผลผลิตในราคาเดียวกัน ไม่ว่าผลผลิตนั้นมีคุณภาพที่แตกต่างกันหรือไม่ก็ตาม การคัดเกรดหรือแบ่งคุณภาพของผักเกิดขึ้นในระดับผู้ค้าปลีก กล่าวคือ เมื่อผู้ค้าปลีกหรือพ่อค้ารับซื้อผลผลิตจากผู้รวบรวมในหมู่บ้านแล้ว ผู้ค้าปลีกได้ทำการคัดคุณภาพของผักชนิดต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถกำหนดราคาขายที่แตกต่างกันให้กับผู้บริโภคได้ ทำให้ผู้ค้าปลีกมีโอกาสได้กำไรมากขึ้น ซึ่งโดยทั่ว

^๑ ินาภรณ์ พรหมชนะ , การตลาดผลิตผลพืชสวน, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน, 2529 , หน้า 178.

ไปแล้ว ผู้ค้าปลีกมักตัดสินคุณภาพผักโดยใช้หลักเกณฑ์ตามลักษณะภายนอก (Appearance) ของผักแต่ละชนิด สำหรับผักที่ผู้ค้าปลีกนิยมตัดสินคุณภาพ ได้แก่ มะเขือเทศ ถั่วฝักยาว แตงกวา และผักกาดขาว โดยใช้หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ มะเขือเทศใช้ขนาด (size) ถั่วฝักยาวใช้รูปร่าง (shape) แตงกวาใช้สี (colour) และขนาด (size) ส่วนผักกาดขาวใช้ตำหนิ (defects) เป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพ สำหรับผักที่ไม่นิยมตัดสินคุณภาพ ได้แก่ ผักคะน้า กะหล่ำปลี หอมแบ่ง และผักบุ้งจีน ทั้งนี้เนื่องจากผักในแต่ละต้นมีคุณภาพใกล้เคียงกันมาก สำหรับพริกชี้หนูที่ ตำบลหัวเรือ ได้มีการตัดสินคุณภาพโดยใช้สี (colour) เป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพ ส่วนมะเขือเปราะที่ตำบลศิลา พบว่า เกษตรกรและผู้ค้าไม่มีการตัดสินคุณภาพของผลผลิต