



บทที่ 1

บทนำ

ข้อความเบื้องต้น

กระเทียมเป็นพืชที่คนไทยรู้จักและคุ้นเคยเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประกอบอาหารเกือบทุกชนิด จะมีกระเทียมเป็นตัวชูรสอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังใช้ผสมยาแผนโบราณบางอย่าง เพื่อให้มีกลิ่นและรสน่ารับประทานยิ่งขึ้น และมีคุณสมบัติในการรักษาโรคหวัด กาฬโรค ได้อีกด้วย

กระเทียมเป็นผลผลิตการเกษตร ซึ่งสามารถผลิตขึ้นได้ในประเทศ ผลิตอยู่ในประเภท เครื่องเทศใช้ปรุงอาหาร ซึ่งมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชากรเป็นอย่างมากเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในที่มีอากาศเย็น มีการระบายน้ำได้ดี แหล่งปลูกที่ใหญ่ที่สุด อยู่ในภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย และลำปาง โดยทั่วไปเกษตรกรจะปลูกกระเทียมปีละครั้ง โดยจะปลูกหลังจากเก็บเกี่ยวข้าวเรียบร้อยแล้ว กระเทียมเมื่อทำการผลิตแล้วจะส่งเข้ามาจำหน่ายในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นทั้งตลาดกลาง (Central Market) ทำหน้าที่รวบรวมกระเทียมจากแหล่งผลิตแล้วจัดส่งต่อไปยังจังหวัดต่าง ๆ ที่มีความต้องการอีกครั้งหนึ่งและเป็นทั้งตลาดปลายทาง (Terminal Market) คือจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคตลอดจนส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศอีกด้วย ดังนั้น ตลาดกลางกรุงเทพฯ จึงเป็นตลาดขายส่งกระเทียมในประเทศไทยที่มีความสำคัญมาก

การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ จะมีขอบเขตครอบคลุมถึง ลักษณะการผลิต ภาวะการค้า ลักษณะโครงสร้างของตลาดขายส่งกระเทียมทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดกลาง (กรุงเทพฯ) ปริมาณความต้องการบริโภคในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้า

ในการค้าสินค้าเกษตรกรรมแทบทุกประเภทในแหล่งผลิต ส่วนใหญ่เป็นระบบการค้าส่งแบบทั้งสิ้น กล่าวคือ การซื้อและการขายแต่ละครั้งกระทำกันในปริมาณมากและมักจะมีเสียงกล่าวกันโดยทั่วไปว่า เกษตรกรถูกพ่อค้าคนกลางกดราคารับซื้อและเอาไรดเอาเปรียบต่าง ๆ นานา ทั้งนี้เพราะตลาดที่เป็นแหล่งสำหรับให้เกษตรกรนำกระเทียมมาขายเองโดยตรง โดยไม่ผ่านพ่อค้ารับซื้อ ยังมีไม่มากนักรวมทั้งการคมนาคมขนส่งและอุปสรรคอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในด้านการตลาดยังเป็นปัญหาและอุปสรรคขัดขวางมิให้เกษตรกรสามารถดำเนินการขายกระเทียมให้แก่ผู้ซื้อรายสุดท้ายได้โดยตรง เกษตรกรจึงยังคงต้องจำหน่ายกระเทียมที่เก็บเกี่ยวได้โดยผ่านพ่อค้ารับซื้อในท้องถิ่น และพ่อค้าในท้องถิ่นก็จะส่งเข้ามายังตลาดกลางอีกทีหนึ่งเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่อไป

ฉะนั้นการศึกษา เรื่องการค้าส่งกระเทียมจึงมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ผลิต การผลิตและการจำหน่ายกระเทียมของเกษตรกร
2. ศึกษาลักษณะโครงสร้างการค้าส่งกระเทียมทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดกลาง (กรุงเทพฯ)
3. สืบหาสถิติข้อมูลและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม หน้าที่การตลาดของพ่อค้าส่ง ในด้านการซื้อ การขาย การเก็บรักษา การขนส่ง การแปรรูป การกำหนดคุณภาพและมาตรฐาน และการให้บริการข่าวสารเกี่ยวกับราคา
4. เพื่อต้องการทราบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการค้าส่งที่พ่อค้าส่งและเกษตรกรกำลังประสบอยู่

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อเป็นแนวทางในการเสนอนโยบายในการปรับปรุงการผลิตและการตลาดอันจะมีผลกระทบต่อการผลิตภายในประเทศ

2. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โครงสร้างการตลาดขายส่งกระเทียมภายในประเทศ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริมการค้าส่งให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มทุนประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการค้าส่งอย่างเป็นธรรมยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

ในการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนได้กำหนดทำการศึกษาภาวะการผลิตกระเทียมในภาคเหนือ อันเป็นแหล่งผลิตที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ส่วนในด้านการตลาดก็ได้เน้นทางด้านช่องทางการจำหน่ายโดยจะศึกษาถึงโครงสร้างของตลาดขายส่งในท้องถิ่น อันได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย และลำปาง รวมทั้งตลาดขายส่งในกรุงเทพฯ อันเป็นศูนย์กลางตลาดกระเทียมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยได้ศึกษาจากภาวะการผลิตและการค้ากระเทียมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518/19-2522/23

คำนิยามที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อความที่ปรากฏอยู่ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงอธิบายถึงความหมายของคำบางคำที่ใช้ดังนี้

ตลาดท้องถิ่น	หมายถึง	ตลาดในแหล่งผลิตกระเทียมภาคเหนือ
ตลาดกลาง	หมายถึง	ตลาดกรุงเทพฯ ซึ่งมีศูนย์กลางการค้าอยู่ในเขตทรงวาด และจักรวรรดิ
ผู้ผลิต	หมายถึง	เกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมในภาคเหนือ
ผู้ค้าส่งใน-		
ท้องถิ่น	หมายถึง	พ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น
ผู้ค้าส่งใน-		
ตลาดกลาง	หมายถึง	พ่อค้าคนกลางในกรุงเทพฯ

กระเทียมตอ หมายถึง กระเทียมสดซึ่งมีอายุการเพาะปลูกสั้น มีขายกันในราว
เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เมษายน

กระเทียมปี หมายถึง กระเทียมที่แก่จัดและแห้งสนิทแล้วมีอายุเพาะปลูกยาวนาน
กว่ากระเทียมตอ มีขายกันราวเดือนพฤษภาคม เป็นต้นไป

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้านี้เป็นการศึกษาในรูปแบบของการศึกษาเบื้องต้น (Exploratory or Preliminary Studies) กล่าวคือ เป็นการศึกษาเพื่อพิจารณาปัญหาและทำความเข้าใจในปัญหา
ได้ดียิ่งขึ้น¹ แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการศึกษาค้นคว้านี้แบ่งออกเป็น

- ก. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
- ข. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)
- ก. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

- 1. การสำรวจ (Survey)
- 2. การสังเกตการณ์ (Observation)

1. การสำรวจ (Survey) การศึกษาค้นคว้านี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์และลอบ-
ถามผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ พ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น พ่อค้าส่งในตลาดกลาง ตลอดจนผู้ซื้อที่ซื้อไป
จำหน่ายปลีกและผู้ซื้อไปอุปโภคบริโภค โดยมีได้มีการออกแบบลอบถามอย่างเป็นทางการ (Informal
Interview) นอกจากนี้ยังได้ขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่เจ้าหน้าที่จากกรม-
เศรษฐกิจการพาณิชย์ เจ้าหน้าที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตลอดจนอาจารย์ที่ปรึกษาอีกหลายท่าน

¹ แหล่ง ส่งวน เรือง ศำบรรยายวิชา Business Research Methodology, ภาควิชา
พาณิชย์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคต้น ปีการศึกษา 2519

2. การสังเกตการณ์ (Observation) เป็นวิธีการหาข้อมูลวิธีหนึ่งเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับวิธีอื่น ผู้ศึกษาใช้วิธีสังเกตการณ์ความเคลื่อนไหวของตลาด พฤติกรรมของผู้ซื้อ ตลอดจนการดำเนินงานของพ่อค้าส่งในระดับต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์แบบที่สุด

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากวารสารและบทความต่าง ๆ (Documentary Research) เพื่อหาข้อเท็จจริงอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและทำให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น วารสารและบทความต่าง ๆ ส่วนใหญ่ได้จากห้องสมุดมหาวิทยาลัย เกษตร-ศาสตร์ ห้องสมุดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และที่ศูนย์เอกสาร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังได้ข้อมูลทางสถิติจากกรมศุลกากร ศูนย์สถิติกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กองระดับราคากรม-เศรษฐกิจการพาณิชย์ และอื่น ๆ อีกหลายแห่ง

วิธีดำเนินการ

วิธีดำเนินการศึกษา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้นกระทำดังนี้

ตลาดท้องถิ่น

1. เนื่องจากแหล่งการค้าส่งกระเทียมในแต่ละจังหวัด กระจายอยู่ทั่วไปตามอำเภอ และท้องถิ่นต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งผลิตและกึ่งกำลังคนและระยะเวลาในการศึกษาเรื่องนี้มีจำกัด ฉะนั้นการออกสืบหาข้อมูลในเขตอำเภอหรือท้องถิ่นต่าง ๆ ในจังหวัด ตัวอย่างให้ครบทุกแห่งจึงไม่อาจกระทำได้ จึงได้เลือกแต่อำเภอหรือท้องถิ่นต่าง ๆ ที่เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้ากระเทียมที่สำคัญ ๆ ของแต่ละจังหวัดที่ได้เลือกไว้แล้วเป็นแหล่งที่จะออกสืบหาข้อมูล โดยคำนึงถึงกำลังคนระยะเวลาในการเดินทางและระยะเวลาในการสำรวจในแต่ละจังหวัดเป็นเกณฑ์

2. การเลือกตัวอย่างพ่อค้ากระเทียมมาทำการสัมภาษณ์เพื่อสืบหาข้อมูล ก็ใช้วิธีเดียวกับที่ได้ระบุไว้ในข้อ 1. กล่าวคือ ในบ้านใดของอำเภอหรือท้องถิ่นใดก็ตามที่มีสถานประกอบการของพ่อค้าตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก ก็จะทำการศึกษาข้อมูลจากบรรดาพ่อค้าส่งในบ้านนั้น

3. เนื่องจากอำเภอเมืองของแต่ละจังหวัดมักจะเป็นศูนย์กลางการซื้อและขายกระเทียมที่สำคัญที่สุดของจังหวัดนั้น ๆ ฉะนั้น เขตอำเภอเมืองของจังหวัดที่จะเลือกมาเป็นตัวอย่าง จึงเป็นอำเภอหลักที่จะต้องทำการสืบหาข้อมูลอยู่เสมอ

จังหวัดและเภอตัวอย่างที่เลือกมาทำการศึกษา ได้แก่ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน อำเภอฝางและอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตลาดกลางกรุงเทพฯ

1. เนื่องจากแหล่งการค้าสิ่งกระเทียมในตลาดกลางอยู่ในเขตทรงวาดและจักรวรรดิ ฉะนั้น การออกสืบหาข้อมูลจึงกระทำได้ง่ายกว่าตลาดท้องถิ่น เพราะมีเพียง 2 แหล่ง ซึ่งมีอาณาเขตติดต่อกันและเป็นศูนย์กลางการค้ากระเทียมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

2. ในการสัมภาษณ์พ่อค้าสิ่งกระเทียมในตลาดกลาง ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเข้าสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยได้ชี้แจงให้พ่อค้าทราบถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้กับขอความร่วมมือในรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงาน การซื้อและการขายตลอดจนเรื่องปลีกย่อยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. จำนวนร้านค้าที่ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดมี 24 ร้าน ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าหยง (ร้านค้านายหน้า) ซึ่งค้าสิ่งพืชผลหลาย ๆ อย่างรวมกัน อาทิ เช่น หอมแดง มันฝรั่ง หอมหัวใหญ่ และพริกแห้ง เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ในการศึกษาการค้าสิ่งกระเทียมครั้งนี้ ได้นำเอารายงานการศึกษาเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องนี้ ซึ่งหน่วยราชการอื่น ๆ อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ทำการศึกษาไว้แล้วมาใช้เป็นแนวทางประกอบการศึกษาด้วย อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ในครั้งนี้เกือบทั้งหมดเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์พ่อค้าสิ่งในระดับ

ต่าง ๆ ดังนี้ จำนวนพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่นมี 55 ราย แยกเป็นพ่อค้าที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง 25 ราย และพ่อค้าที่อยู่ในเขตอำเภออื่น ๆ ที่มีใช้อำเภอเมือง 30 ราย ส่วนพ่อค้าส่งในตลาดกลาง มีเพียง 24 ราย

2. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามพ่อค้าส่งในท้องถิ่นได้นำเอาวิธีการทางสถิติที่สำคัญคือ การนำข้อมูลที่ได้มาลงตารางแจกแจงความถี่ ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสอบถามพ่อค้าส่งในตลาดกลาง ได้นำมาลงตารางแจกแจงความถี่เพียงบางรายการ ทั้งนี้เพราะมีร้านค้าส่งเพียง 24 ร้าน ซึ่งมีวิธีการค้าส่งที่ใกล้เคียงกันมาก

ปัญหาในการศึกษาวิเคราะห์

ในการศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ มีปัญหาและอุปสรรคบางประการ กล่าวคือ ในการศึกษา เรื่องโครงสร้างการค้าส่งกระเทียมนั้น ข้อมูลที่สำคัญที่จะขาดเสียมิได้ คือ ตัวเลขแสดงปริมาณ การขายและมูลค่าของพืชผล (Sale volume and value) และจำนวนสถานประกอบการค้าส่ง (Number of establishments) ในตลาดท้องถิ่น การศึกษาจึงไม่สามารถจะคาดคะเนปริมาณ การขายและมูลค่าได้ อีกทั้งจำนวนสถานประกอบการค้าส่งกระเทียมในจังหวัดต่าง ๆ ก็ไม่สามารถทราบได้แน่นอน เนื่องจากการทำอาชีพการค้าส่งนั้นเป็นไปโดยเสรี กล่าวคือ พ่อค้าจะเข้ามาทำการค้าหรือจะเลิกกิจการเมื่อใดก็ได้ ฉะนั้นตัวเลขปริมาณการขายและมูลค่าของกระเทียมตลอดจน จำนวนสถานประกอบการค้าส่งกระเทียมในตลาดท้องถิ่นที่แน่นอนจึงไม่สามารถนำมาเสนอให้ทราบได้ เช่นเดียวกับพ่อค้าส่งในตลาดกลางก็ไม่กล้าเปิดเผยถึงปริมาณการขายและมูลค่ากระเทียมที่แท้จริงได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย