

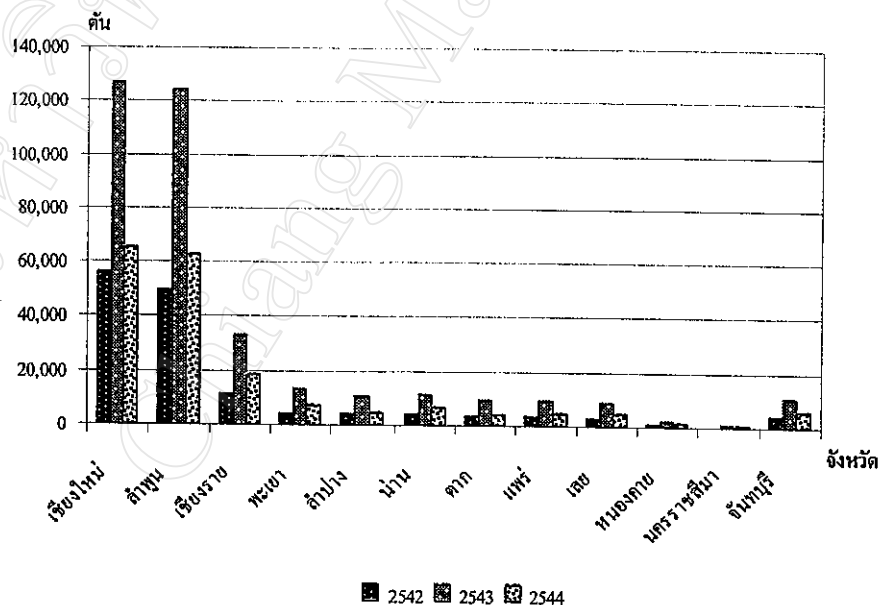
### บทที่ 3

#### การผลิต การตลาด และมาตรฐานคุณภาพลำไย

บทนี้เป็นการกล่าวถึง การผลิต การตลาด และมาตรฐานคุณภาพลำไยจากการรวบรวมงานวิจัยทางการผลิต การตลาด และมาตรฐานคุณภาพลำไย เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงตั้งแต่การผลิตจนถึงการตลาดประกอบกับการสำรวจการรับซื้อลำไยช่อสดภาคสนามของพ่อค้าท้องถิ่น และการสังเกตการณ์ในตลาดระดับท้องถิ่น ดังนี้

#### 3.1 การผลิตลำไย

การผลิตลำไยในปัจจุบันกระจายทั่วทุกภาคของประเทศไทย ซึ่งพื้นที่ปลูกทางภาคเหนือ มีพื้นที่ปลูกมากกว่าภาคอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนซึ่งทั้ง 2 จังหวัด มีปริมาณผลผลิตมากกว่าในพื้นที่อื่นๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน (รูปที่ 3.1) เนื่องจากมีสภาพพื้นที่ภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสมต่อการปลูก มากกว่าที่อื่นๆ



ที่มา : สร้างจากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2546)

รูปที่ 3.1 ผลผลิตลำไยรายจังหวัด ปี 2542-2544

จากการที่ผลผลิตลำไยของจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนมีปริมาณสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นจึงมีการกำหนดพื้นที่ทั้งสองจังหวัดเป็นเขตเกษตรเศรษฐกิจลำไยโดยคำนึงถึงปัจจัยหลักคือ เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพที่เหมาะสมที่สุดหรือปานกลางต่อการปลูกลำไยโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านกายภาพที่เกี่ยวข้อง เช่น พื้นที่ ลักษณะดิน สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวมีความเหมาะสมที่สอดคล้องกับที่ทางหน่วยงานราชการกำหนดและปัจจัยทางเศรษฐกิจ ([www.geocities.com/tonginn/Agrieconomy/longan-4](http://www.geocities.com/tonginn/Agrieconomy/longan-4), 30 พฤศจิกายน 2545) อย่างไรก็ตามลำไยเป็นพืชที่ต้องการอากาศหนาวเย็นในการพัฒนาตาดอกถ้าสภาพอากาศไม่หนาวเย็นเพียงพอก็จะไม่ให้ผลผลิต โดยต้องมีอุณหภูมิช่วงฤดูหนาวต่ำกว่า 15 องศาเซลเซียส นานติดต่อกันประมาณ 15 วัน แต่ในปัจจุบันเกษตรกรชาวสวนลำไยมีการใช้สารโพแทสเซียมคลอเรต ( $KClO_3$ ) เพื่อกระตุ้นการออกดอกของลำไย ลำไยสามารถให้ผลผลิตได้ทั้งในและนอกฤดู

พันธุ์ลำไยที่นิยมปลูกและมีความสำคัญในเชิงการค้าคือ พันธุ์อีตอ ซึ่งมีผลผลิตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งหมด เนื่องจากเป็นพันธุ์ดูแลรักษาง่าย ทนทานต่อโรค ให้ผลผลิตสม่ำเสมอ ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีทางด้านเนื้อหนา กรอบ มีรสหวาน กลิ่นหอม เมล็ดเล็ก โดยสามารถแปรรูปได้หลายลักษณะทั้งการอบแห้งเปลือก และหรืออบเฉพาะเนื้อ ลำไยกระป๋อง และการแช่แข็ง จึงเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ พันธุ์ที่นิยมปลูกรองลงมาได้แก่ พันธุ์แก้ว สีชมพู และเบ็ญจเขี้ยว ในอดีตพันธุ์เหล่านี้นิยมปลูกกันมากพอควร แต่ปัจจุบันได้ลดความสำคัญลงเนื่องจากให้ผลผลิตไม่สม่ำเสมอและตลาดให้ความนิยมในการนำไปแปรรูปน้อยลง เพราะมีคุณสมบัติเหมาะกับการบริโภคสดมากกว่า (พาวิณ, 2543) โดยมีสัดส่วนของผลผลิตประมาณร้อยละ 3, 4 และ 3 ตามลำดับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544)

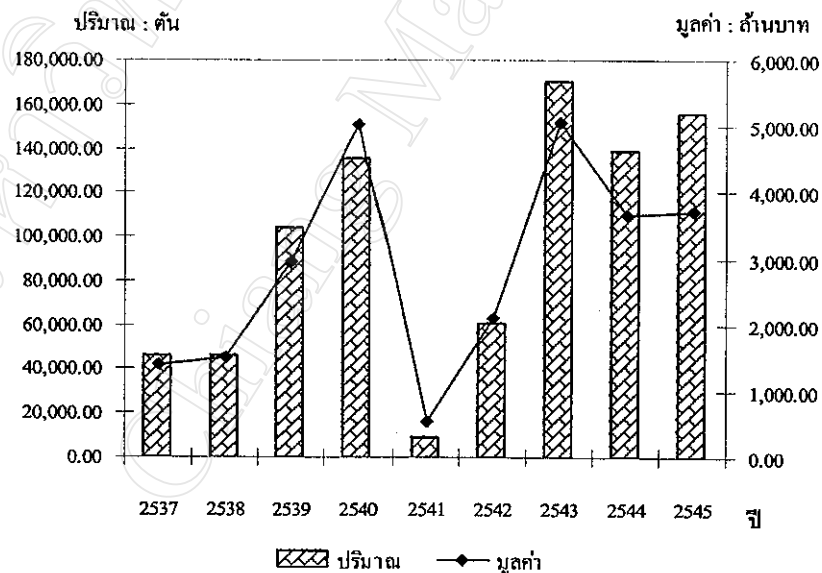
ผลผลิตลำไยในภาคเหนือจะออกสู่ตลาดประมาณเดือนกรกฎาคม-สิงหาคมของทุกปี ขึ้นอยู่กับพันธุ์ลำไย ถ้าเป็นพันธุ์อีตอซึ่งเป็นพันธุ์เบาจะออกสู่ตลาดก่อน (กรกฎาคมถึงกลางสิงหาคม) ตามมาด้วยพันธุ์แก้ว และสีชมพู ซึ่งเป็นพันธุ์กลาง (ออกสู่ตลาดในช่วงต้นเดือนสิงหาคม) และพันธุ์ที่ออกช้าสุดเป็นพันธุ์เบ็ญจเขี้ยว ซึ่งเป็นพันธุ์หนัก (ออกสู่ตลาดในช่วงกลางเดือนสิงหาคม) โดยปกติระยะเวลาที่ลำไยออกสู่ตลาดจะไม่เกิน 60 วัน ขึ้นอยู่กับว่าจะมีผลผลิตกระจายสู่ตลาดมากน้อยเพียงใด ในบางปีที่ลำไยติดผลรุ่นเดียวผลผลิตจะออกสู่ตลาดพร้อมกัน ระยะเวลาการเก็บเกี่ยวสั้นเพียง 40-45 วัน ในปีนั้นเกษตรกรชาวสวนจะขายได้ราคาต่ำ แต่บางปีที่ลำไยติดผลหลายรุ่นผลผลิตจะกระจายออกสู่ตลาดเป็นระยะๆ ช่วงเวลาออกสู่ตลาดจะนานถึง 60 วัน ในปีนั้นราคาจะค่อนข้างมีเสถียรภาพ อย่างไรก็ตามช่วงที่เหมาะสมต่อการเก็บเกี่ยวลำไยจะอยู่ระหว่างกลางเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่ลำไยแก่พอดีและมีคุณภาพดีที่สุดในช่วงนี้ผลผลิตจะออกสู่ตลาดถึงร้อยละ 70 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ราคาจึงมักจะลดต่ำลง อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเกษตรกร

ได้ใช้สาร โฟสเฟตซีเมนต์คลอไรด์ในการควบคุมการออกดอกของลำไยจึงทำให้มีผลผลิตลำไยกระจายออกสู่ท้องตลาดเกือบตลอดทั้งปี แต่ปริมาณการผลิตนอกฤดูก็ยังมีน้อยกว่าผลผลิตในฤดูมาก

ปริมาณผลผลิตลำไยในแต่ละปีจะไม่แน่นอนบางปีมีผลผลิตเพิ่มขึ้นแต่บางปีก็ลดลงขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศและความสมบูรณ์ของต้นลำไย ซึ่งโดยปกติธรรมชาติของลำไยมักจะให้ผลผลิตมากปีเว้นปี หากปีใดสภาพอากาศเอื้ออำนวยต้นลำไยก็จะให้ผลในปริมาณที่น่าพอใจ แต่ในปีถัดไปต้นลำไยก็จะติดดอกติดผลน้อยลงเนื่องจากเป็นช่วงพักตัวสะสมธาตุอาหารเพื่อเตรียมให้ผลผลิตมากในปีถัดไป ปัจจุบันมีการใช้สาร โฟสเฟตซีเมนต์คลอไรด์เพื่อกระตุ้นการออกดอกของลำไยเพื่อเพิ่มผลผลิตในฤดู และผลิตลำไยนอกฤดูกันอย่างแพร่หลาย (พาวิณ, 2543)

### 3.2 การตลาดลำไย

ลำไยถือได้ว่าเป็นไม้ผลเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากผลผลิตลำไยเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งนอกจากปริมาณผลผลิตจะเพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศแล้ว ยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท และมีแนวโน้มปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น (รูปที่ 3.2)



ที่มา : สร้างจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2546)

รูปที่ 3.2 ปริมาณ และมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยของไทย ปี 2541-2545

### 3.2.1 โครงสร้างตลาดลำไยสด

โครงสร้างตลาดลำไยสดในการศึกษานี้แบ่งโครงสร้างการตลาดบริโภคนอกประเทศภายในประเทศและตลาดบริโภคนอกประเทศดังต่อไปนี้

#### 3.2.1.1 ตลาดบริโภคนอกประเทศ

ตลาดบริโภคนอกประเทศภายในประเทศจัดเป็นตลาดที่สำคัญอีกตลาดหนึ่งของการใช้ผลผลิตทั้งหมด การบริโภคภายในประเทศจะขึ้นอยู่กับผลผลิตของลำไยในปีนั้นๆ ในปีไหนที่ผลผลิตภายในประเทศมีน้อยสัดส่วนในการบริโภคภายในประเทศก็จะมีสูง

ในปี พ.ศ. 2543 การบริโภคภายในประเทศมีส่วนการใช้ผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลผลิตลำไยที่ผลิตได้หรือจำนวน 32,600 ตัน การบริโภคภายในประเทศยังถือว่ามีส่วนน้อยกว่าความต้องการเพื่อการแปรรูปซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60 และความต้องการส่งออกลำไยสดซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30

สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2541) รายงานว่า ราคาที่เกษตรกรขายได้ในช่วงปี พ.ศ. 2534 – 2540 มีแนวโน้มลดลง โดยราคาดำไลสดชนิดละมีราคาตกลงจาก กิโลกรัมละ 28.97 บาทในปี พ.ศ. 2534 เหลือกิโลกรัมละ 17.70 บาทในปี พ.ศ. 2540 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความเคลื่อนไหวของราคารายปี ปรากฏว่าราคาจะเคลื่อนไหวขึ้นลงผันกับปริมาณผลผลิต กล่าวคือ ถ้าปีใดผลผลิตน้อย ราคาจะสูงขึ้น และช่วงไหนที่ผลผลิตมากขึ้นราคาก็จะลดลง หรือกล่าวได้ว่าราคาที่เกษตรกรขายได้ขึ้นกับกฎของอุปสงค์และอุปทาน

พ่อค้าท้องถิ่นรับซื้อลำไยจากเกษตรกรชาวสวนแล้วจะส่งลำไยเหล่านี้เข้าสู่กรุงเทพฯ โดยผ่านไปที่ตลาดปากคลองตลาด ตลาดดอนเมืองพัฒนา ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดมหานาคสะพานขาว และตลาดไท ฯลฯ การขายลำไยในตลาดต่างๆ เหล่านี้มีลักษณะเป็นระบบฝากขาย (consignment) โดยพ่อค้าแผงในกรุงเทพฯ หรือหญิงจะคิดค่าฝากขายร้อยละ 10 ของราคาขาย ราคาขายจะขึ้นอยู่กับอุปสงค์ อุปทาน คุณภาพและเกรดของลำไย และชื่อเสียงของพ่อค้าท้องถิ่น การชำระเงินของพ่อค้าแผงในกรุงเทพฯ พ่อค้าจะนำเงินให้กับตัวแทนพ่อค้าไปให้กับผู้รวบรวมในภาคเหนือหรือเกษตรกร โดยการขายลำไยนั้น พ่อค้าแผงในกรุงเทพฯ จะนำไปขายชนิดวันต่อวัน ให้กับพ่อค้าปลีก โรงงาน และพ่อค้าส่ง การบริโภคภายในประเทศอยู่ที่ระดับ 35,000 – 40,000 ตัน โดยตลาดต่างๆ ภายในประเทศที่รองรับผลผลิตประกอบด้วย ตลาดมหานาค สะพานขาว ปากคลองตลาด และดอนเมืองพัฒนา รองรับผลผลิตได้รวมกันประมาณร้อยละ 35 ของการบริโภคภายในประเทศ ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง รองรับผลผลิตได้ประมาณร้อยละ 50 ของการบริโภคภายในประเทศ เฉพาะตลาดไทรองรับได้วันละประมาณ 300 ตัน นอกจากขายในกรุงเทพฯ

ยังมีการขายแบบรวดเร็ว โดยผู้รับซื้อรับซื้อลำไยจากแหล่งผลิต และนำไปรีขายตามจังหวัดหรือสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการขายลำไยสดตามข้างถนนสายต่าง ๆ เช่น ถนนทางหลวงสายเชียงใหม่-ลำปาง ใกล้ดอยตุงจังหวัดลำพูน ถนนสายเก่าเชียงใหม่-ลำพูนบริเวณตลาดหนองหอย และการขายบริเวณหกแยกอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย สำหรับตลาดนี้สามารถรองรับผลผลิตได้ประมาณร้อยละ 15 ของการบริโภคภายในประเทศ (มนตรี, 2543)

### 3.2.1.2 ตลาดลำไยสดในต่างประเทศ

ในปี 2541-2543 ประเทศไทยได้มีการส่งออกลำไยสดไปยังต่างประเทศมูลค่า 149,147 และ 2,042 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 3.1) ปริมาณการส่งออกลำไยสดขึ้นกับปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ของประเทศเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ เช่น ปริมาณผลผลิตของประเทศจีนในปีนั้นๆ สภาพเศรษฐกิจ และกำลังซื้อในแต่ละปีของประเทศผู้นำเข้า ความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศเกี่ยวกับอัตราภาษีขาเข้าของประเทศผู้นำเข้า ข้อตกลงด้านสุขอนามัยพืช และข้อตกลงอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้าและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ (มนตรี, 2543)

ตลาดส่งออกลำไยสดต่างประเทศสามารถจำแนกได้เป็น 2 ตลาดใหญ่ๆ คือ ตลาดส่งออกเก่า และตลาดส่งออกใหม่ โดยที่พงษ์ศักดิ์ และคณะ (2543) ได้สรุปลักษณะตลาดต่างๆ เหล่านี้ไว้ดังนี้

#### (1) ตลาดส่งออกเก่า

ตลาดส่งออกเก่า ได้แก่ ฮองกง จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย บรูไน เป็นตลาดดั้งเดิม โดยฮองกงเป็นฐานการส่งออกไปยังประเทศจีน (re-export) และประเทศสิงคโปร์เป็นฐานการส่งออกไปยังประเทศบรูไน และอินโดนีเซีย ลักษณะการขายในตลาดนี้มีการขายผลไม้ต่อเนื่องทั้งปี สำหรับลำไยเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการค้าผลไม้ในตลาดกลุ่มนี้ การขายในตลาดนี้เป็นระบบตลาดฝากขาย (consignment) เป็นตลาดที่ราคามีความผันผวนตามปริมาณสินค้า โดยพ่อค้าใช้ราคาเป็นตัวปรับความสมดุลของอุปสงค์และอุปทาน แต่ตลาดนี้ก็มีความคล่องตัวในการระบายผลผลิตได้ดีและสามารถรองรับผลผลิตได้เป็นจำนวนมาก

#### (2) ตลาดส่งออกใหม่

ตลาดส่งออกใหม่ ได้แก่ แคนาดา (ซึ่งมีการ re-export เข้าสู่ประเทศอเมริกา) การขนส่งในตลาดนี้เป็นการบรรทุกทางเรือ และใช้เวลาเดินทางถึงประเทศแคนาดา 21 วัน จึงเข้าสู่ตลาดแคนาดาและส่งออก (re-export) เข้าสู่ประเทศอเมริกา

นอกจากประเทศแคนาดาแล้ว ตลาดทางยุโรป เช่น ฝรั่งเศส อังกฤษ เป็นตลาดที่ต้องการลำไยคุณภาพสูง แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มคนจีนและกลุ่มคนเอเชียที่อาศัยอยู่ในประเทศต่างๆ เหล่านี้ เนื่องจากตลาดนี้เป็นตลาดกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับรายได้สูง ระบบตลาดจึงเป็นไปตามวัฒนธรรมการตลาดประเทศที่พัฒนาแล้วคือ เป็นการซื้อขายตามคำสั่งซื้อ (order) จึงรองรับผลผลิตได้จำกัดตามที่ระบุไว้ตามคำสั่งซื้อเท่านั้น แต่ผู้ส่งออกสามารถจำหน่ายได้ราคาดีและมีเสถียรภาพ อย่างไรก็ตามปริมาณการนำเข้าในปัจจุบันของตลาดยุโรปนี้ยังคงมีการนำเข้าในปริมาณน้อยอยู่

ตารางที่ 3.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปยังประเทศที่สำคัญ ปี 2540-2543

ปริมาณ : ตัน

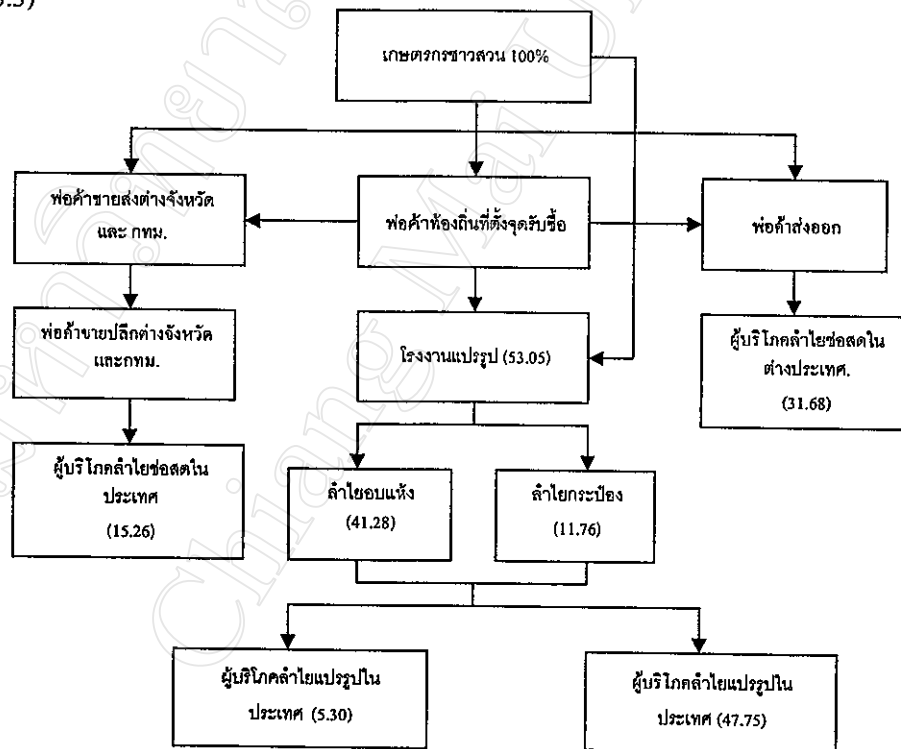
มูลค่า : ล้านบาท

ตลาดส่งออก แต่ละประเทศ	2540		2541		2542		2543	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ทั่วโลก	81,632	2,119.90	2,579	149.40	44,022	1,147.30	98,998	2,042.10
ตลาดส่งออกเก่า	79,134	2,014.20	2,158	113.20	40,727	1,010.00	91,941	1,846.40
ฮ่องกง	63,529	1,597.90	2,150	112.80	20,914	501.50	52,282	958.00
อินโดนีเซีย	6,922	151.90	0	0.00	6,960	182.20	18,937	387.20
จีน	1,263	40.90	2	0.20	2,932	44.40	9,931	218.90
มาเลเซีย	4,126	163.50	0	0.00	4,915	185.30	5,734	195.40
สิงคโปร์	3,233	57.80	6	0.20	4,888	92.90	4,735	77.60
บรูไน	61	2.20	0	0.00	118	3.70	322	9.30
ตลาดส่งออกใหม่	1,404	69.10	364	32.30	2,128	104.30	2,667	87.30
แคนาดา	1,404	69.10	364	32.30	2,128	104.30	2,667	87.30
อเมริกา	0	0.00	0	0.00	42	1.10	200	8.70
ตลาดส่งออกอื่นๆ	1,094	37.10	57	4.00	1,125	31.60	4,190	99.70
ไต้หวัน	2	0.00	0	0.00	13	0.40	2,429	44.70
อินเดีย	198	4.10	0	0.00	23	1.20	500	16.00
อื่นๆ	894	33.00	57	4.00	1,089	30.00	1,261	39.00

ที่มา : กรมศุลกากร

### 3.2.1.3 วิธีการตลาดลำไยข้อสด

เกษตรกรจะจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด และกรุงเทพฯ และผู้ส่งออก ประมาณร้อยละ 75, 20 และ 5 ตามลำดับ นอกจากนี้พ่อค้าท้องถิ่นซึ่งรับซื้อผลผลิตส่วนใหญ่จากเกษตรกรแล้วจะจำหน่ายผลผลิตต่อไปให้กับพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด และกรุงเทพฯ โรงงานแปรรูป และผู้ส่งออก ซึ่งเมื่อโรงงานแปรรูปจะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ชาวสวน และพ่อค้าท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ตามจุดรับซื้อต่างๆ เพื่อนำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง และลำไย กระป๋อง จำหน่ายภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนความต้องการใช้ผลผลิต ร้อยละ 53 ส่วนพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัดและกรุงเทพฯ เมื่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรชาวสวน และ พ่อค้าท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ตามจุดรับซื้อต่างๆ แล้วจะจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าขายปลีกในต่างจังหวัด และกรุงเทพฯและผู้บริโภคภายในประเทศที่มีความต้องการใช้เพื่อบริโภคภายในประเทศ ร้อยละ 15 สำหรับพ่อค้าส่งออกมารับซื้อผลผลิตในรูปลำไยข้อสดเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีความต้องการใช้ผลผลิตเพื่อการส่งออก ในช่วง 2540-2545 เฉลี่ย ร้อยละ 32 ของผลผลิตทั้งหมด (รูปที่ 3.3)



หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บเป็นสัดส่วนการใช้ผลผลิตลำไยข้อสดที่คำนวณจากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ปี 2540-2545

ที่มา: คัดแปลงจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2538 และพาวัน, 2543

รูปที่ 3.3 วิธีการตลาดลำไยข้อสด

### 3.2.2 ลักษณะการซื้อขายลำไย

การซื้อขายลำไยระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้าโดยส่วนใหญ่แล้ว พ่อค้ามักจะเป็นผู้กำหนดราคาในการซื้อขายซึ่งรูปแบบการขายของเกษตรกรจะมี 3 รูปแบบ (อาร์ดี, กำลั้งจัดพิมพ์) คือ

#### 3.2.2.1 การขายแบบเหมาสวน

การขายแบบเหมาสวนเป็นการขายในลักษณะที่พ่อค้าผู้รับซื้อจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายการเก็บผลผลิต การคัดขนาด และการบรรจุหีบห่อ ทั้งหมด ตลอดจนการขนส่งไปยังแหล่งจำหน่าย การกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับความพอใจของพ่อค้าและเกษตรกรชาวสวนจะตกลงกัน ส่วนการชำระเงินอาจจะชำระทั้งหมดในครั้งเดียวหรือจะมัดจำไว้จำนวนหนึ่งแล้วชำระเงินอีกครั้งหรือหลายๆ ครั้งในระหว่างการเก็บผลหรือภายหลังการเก็บผลซึ่งแล้วแต่ทั้งสองฝ่ายจะตกลงกัน พ่อค้าที่ทำการเหมาสวนส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าในท้องถิ่น บางครั้งอาจจะมีนายหน้าเข้ามาติดต่อหรือเกษตรกรเจ้าของสวนอาจจะไปหานายหน้าเพื่อพาพ่อค้าเข้ามาซื้อลำไยของตน นายหน้าจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์ของปริมาณลำไยหรือแล้วแต่จะตกลงกัน โดยค่าตอบแทนนายหน้าเฉลี่ยส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่างร้อยละ 25-50 สตางค์/กิโลกรัม เกษตรกรที่ขายเหมาสวนในช่วงที่ลำไยติดผล และเริ่มมีการเก็บเกี่ยวเข้าสู่ตลาดแล้วจะขายได้ในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาตลาด ส่วนเกษตรกรที่ขายไปในช่วงที่ลำไยออกดอกหรือติดผลในระยะเริ่มต้นจะขายได้ในราคาต่ำ เนื่องจากในขณะที่ขายนั้นยังไม่ทราบภาวะตลาดและราคาที่แท้จริงซึ่งรูปแบบการขายเหมาสวนที่สรุปได้จากผลงานของพรทิพย์ (2529) พงษ์ศักดิ์ และคณะ (2543) พาวิน (2543) และมนตรี (2543) มี 3 ลักษณะ คือ

- (1) การขายเหมาสวนตั้งแต่ระยะที่ต้นลำไยแทงช่อดอก (การขายช่อดอก) ระยะนี้ชาวสวนและพ่อค้าไม่สามารถคาดคะเนผลผลิตลำไยได้ดีนัก
- (2) การขายเหมาสวนในระยะผลเริ่มแก่ เป็นการขายในระยะผลเริ่มแก่ พ่อค้าสามารถคาดคะเนผลผลิตได้ดีพอสมควร
- (3) การขายเหมาสวนลักษณะชั่งกิโลกรัมที่สวน เป็นการขายในลักษณะพ่อค้าผู้รับซื้อจะเหมาสวนโดยตกลงว่าจะรับซื้อแบบคละหรือคัดเกรดก็ได้ เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวพ่อค้าจะเข้ามาทำการเก็บเกี่ยวแล้วรับซื้อผลผลิตทั้งหมดในลักษณะคละหรือคัดเกรดตามที่ตกลงกันไว้



### 3.2.2.2 เกษตรกรเก็บขายเองหรือขายอิสระ

การเก็บขายเองเป็นลักษณะการขายที่เกษตรกรเก็บเกี่ยวลำไยก่อนแล้วจึงนำผลผลิตออกขาย ซึ่งการขายลักษณะนี้มีความแตกต่างกันได้ 3 วิธี คือ

#### (1) การขายแบบแบ่งเกรดตามคุณภาพของลำไยข้อสด

การขายวิธีนี้เป็นการขายเข้าห้องเย็นเพื่อการส่งออกเท่านั้น ก่อนที่ชาวสวนจะขายลำไย ชาวสวนจะไปหาข้อมูลด้านราคาขาย วิธีการตัดเกรด การบรรจุตะกร้า รวมถึงหลักเกณฑ์และข้อแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งลำไย จากร้านหรือสถานที่ที่มีการรับซื้อลำไย เมื่อได้ข้อมูลจากหลายๆแหล่งชาวสวนจะตัดสินใจว่าจะทำการขายผลผลิตให้กับผู้รับซื้อรายใด จากนั้นจะไปรับตะกร้าจากผู้รับซื้อรายนั้นมาเพื่อบรรจุลำไย การรับตะกร้าจะต้องมีการวางเงินมัดจำในราคาใบละประมาณ 35-40 บาท หากไม่มีการวางเงินมัดจำอาจใช้วิธีวางบัตรประจำตัวประชาชนหรือหลักฐานอื่นๆ วางไว้ และเมื่อคืนตะกร้าครบตามจำนวนหมดแล้วจึงจะคืนกำมัดจำให้ ตะกร้าที่ชาวสวนรับมานั้นจะเป็นตะกร้าพลาสติกส่วนใหญ่ใช้เป็นสีขาวแต่บางรายอาจใช้สีอื่นๆ เช่น สีชมพู สีฟ้า ส่วนใหญ่แล้วชาวสวนจะรับตะกร้าก่อนที่จะเก็บผลผลิตและจะส่งผลผลิตมาขายในวันต่อมาหรือชาวสวนบางคนจะมารับตะกร้าในตอนเช้าก่อนเก็บผลผลิตและส่งผลผลิตมาขายช่วงตอนเย็นในวันเดียวกันก็ได้

ชาวสวนที่ตัดสินใจขายแบบนี้จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านแรงงานเก็บเกี่ยว ตัดเกรด บรรจุตะกร้า และการขนส่งเองทั้งหมดกรณีที่เกษตรกรชาวสวนทำการขนส่งเอง แต่บางกรณีที่มีพ่อค้าฯ เข้าไปรับซื้อถึงสวนจะได้รับราคาขายต่ำกว่ากรณีแรก เนื่องจากเกษตรกรชาวสวนไม่ต้องรับภาระค่าขนส่ง โดยเกษตรกรจะต้องจัดหาแรงงานเก็บเกี่ยวที่พอจะมีประสิทธิภาพและมีความเชี่ยวชาญด้านการเก็บเกี่ยวพอสมควร มิฉะนั้นแล้วจะทำให้งานล่าช้าและได้ผลงานออกมาคุณภาพไม่ดี แรงงานที่ชาวสวนเลือกมาอาจเป็นญาติพี่น้องกันหรือคนในหมู่บ้านเดียวกันหรือแรงงานที่เคยจ้างกันมาก่อน ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับช่วงเวลาด้วย ถ้าหากเป็นช่วงนอกฤดูภาค (ต.ค.-พ.ค.) ลำไยออกสู่ตลาดและผลผลิตกระจายออกไปตามพื้นที่ต่างๆ ช่วงนี้แรงงานมีจำนวนมากซึ่งสามารถหาแรงงานได้ง่ายกว่า ช่วงในฤดูภาคลำไยจริงๆ (มิ.ย.-ก.ย.) เมื่อชาวสวนตัดสินใจขายให้กับผู้ซื้อรายใดแล้วจะต้องทราบถึงลักษณะการบรรจุว่าจะต้องทำอย่างไรบ้าง ได้แก่

- ใส่น้ำหนักลำไย รวมทั้งตะกร้า 12.2 กิโลกรัม อาจคิดเป็นน้ำหนักสุทธิ 11 หรือ 10 กิโลกรัม
- ต้องมีการใส่ใบรองพื้นตะกร้าหรือไม่ รวมถึงใบรองหน้าตะกร้า การกระแทก หรือผู้รับซื้อบางคนกำหนดให้ใช้พลาสติกกันการกระแทกแทนใบรองหน้าตะกร้าเพื่อต้องการลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงานในการจัดการกับใบรองพื้น
- ต้องคัดเกรดลำไยอย่างไรบ้าง เช่น ทั้งตะกร้าไม่ว่าด้านบนหรือด้านล่างของตะกร้าต้องจัดให้เสมอกันของเกรด AA เกรด A เกรด B หรือ เกรด C

นอกจากนี้ผู้ขายต้องปฏิบัติเพิ่มเติมดังนี้

- ลำไยที่รับซื้อต้องทำให้แห้งก่อนนำมาขาย พ่อค้าบางรายอาจกำหนดไม่รับซื้อลำไยเปียก
- เกษตรกรต้องไม่นำผลผลิตลำไยที่อบรมควัน อบกำมะถัน แล้วมาขาย
- เกษตรกรต้องไม่นำผลผลิตลำไยที่มีลักษณะแก่ ผิวลาย ผิวบาง หรือมีเชื้อราดำ มาขาย
- ต้องผูกเชือกฟางที่ตะกร้าสี่ไต่บ้าง
- เวลาส่งผลผลิตที่จุดรับซื้อให้ลงผลผลิตลำไยแยกเป็นเกรดเพื่อความสะดวกในการตรวจรับซื้อได้เร็วขึ้น

เมื่อชาวสวนได้ข้อมูลข้างต้นมาจากพ่อค้าก็จะต้องทำการบรรจุตามที่ตกลงกันเอาไว้ เพราะถ้าหากทำไม่ตรงกับข้อตกลงอาจจะได้ราคาไม่ดีหรือบางครั้งพ่อค้าอาจปฏิเสธไม่รับซื้อได้ โดยทั่วไปชาวสวนมักจะบรรจุลำไยเป็น 4 เกรด ด้วยกัน ได้แก่ เกรด AA หรือ จัมโบ้ เกรด A หรือเบอร์ 1 เกรด B หรือเบอร์ 2 และเกรด C หรือเบอร์ 3 แต่เวลาขายจะต้องมีการตรวจเกรดกันอีกครั้งหนึ่งจากผู้รับซื้อ

## (2) การขายคละ

ในการขายลักษณะนี้ชาวสวนจะต้องพาพ่อค้าหรือผู้รับซื้อเข้าไปดูผลผลิตลำไยในสวนเพื่อตกลงราคากันก่อนเก็บผลผลิต ราคาที่ตกลงกันจะเป็นราคาที่ขายลำไยรวมทุกเกรด ค่าใช้จ่ายในการเก็บเกี่ยวทั้งหมดชาวสวนจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด พ่อค้ารับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง และจะเป็นผู้คัดลำไยไปขายในลักษณะลำไยช่อสดหรือทำเป็นรูปร่าง

## (3) การขายรูปร่าง

การขายลักษณะนี้เป็นการขายเพื่อการแปรรูปโดยเฉพาะการทำลำไยอบแห้งทั้งเปลือก เนื่องจากในปีที่ผลผลิตลำไยมีมากส่งผลให้ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยว ประกอบกับราคาลำไยที่ส่งออกตกต่ำ ชาวสวนอาจเลือกวิธีนี้เพราะชาวสวนต้องการลดต้นทุนในการเก็บเกี่ยว อย่างไรก็ตามในปัจจุบันลำไยอบแห้งเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ การขายลำไยในลักษณะรูปร่าง หรือ ระยะเวลาเรียกว่า “ลำไยร่วง” ก็กลายเป็นลักษณะการขายลำไยสดที่มีความสำคัญเทียบเคียงกับการขายลำไยช่อสดแบบคัดเกรด ซึ่งชาวสวนหรือพ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่นที่เลือกวิธีนี้อาจจะนำไปอบแห้งเองหรือส่งเข้าโรงงานอบแห้ง ซึ่งเมื่อขายจะนำไปเข้าเครื่องร่อนคัดเกรดตามขนาดของผล ออกเป็นเกรด AA เกรด A เกรด B และเกรด C แล้วจึงตกลงราคาซื้อขาย ส่วนใหญ่พ่อค้ารับซื้อจะให้บริการเครื่องร่อนคัดเกรด ณ จุดรับซื้อ โดยไม่คิดค่าบริการ หรือพ่อค้าบางรายอาจคิดค่าบริการ

### 3.2.2.3 การแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและลำไยอบแห้งเนื้อก่อนขาย

ในปัจจุบันการแปรรูปลำไยอบแห้งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการทำกันเป็นประจำในช่วงฤดูการเพราะได้ราคาดี จึงทำให้ชาวสวนลงทุนซื้อเตาอบลำไยหรือทำขึ้นเองไว้ หรือบางครั้งลำไยอบแห้งมีราคาดีมากก็อาจจะจูงใจให้ชาวสวนทำการแปรรูปลำไยแทนการจำหน่ายลำไยสด โดยชาวสวนบางรายอาจมีการรวมตัวกันทำการแปรรูปเป็นกลุ่มเกษตรกร หรือกลุ่มแม่บ้าน

## 3.2.3 ระดับของพ่อค้าลำไยช่อสด

### (1) พ่อค้าคนกลางในตลาดระดับท้องถิ่น

จากการสำรวจพ่อค้าคนกลางในตลาดระดับท้องถิ่นมีการตั้งจุดรับซื้อลำไยทั้งที่เป็นลำไยช่อสด หรือรูปร่าง (ในปัจจุบันเรียกว่า “ลำไยร่วง”) ในแหล่งผลิตตามถนนสายหลัก เช่น จุดรับซื้อตามถนนจอมทอง-ฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ถนนสายต้นยางของอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ที่เชื่อมกับเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เป็นต้น พบว่า ในส่วนของลำไยช่อสดพ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากชาวสวนลำไยเพื่อนำไปขายให้แก่พ่อค้าส่งออก ณ จุดรับซื้อของผู้

ส่งออก ซึ่งพ่อค้าท้องถิ่นจะต้องตรวจสอบคุณภาพของลำไยว่าเป็นพันธุ์ และเกรดตามที่ต้องการหรือไม่ ลำไยแต่ละเกรดของพ่อค้าท้องถิ่นบางครั้งอาจจะไม่ตรงกับเกรดของพ่อค้าส่งออก แต่ก็อยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดคุณภาพและการจัดเกรดนั้น ในทางปฏิบัติค่อนข้างจะกระทำได้ยาก พ่อค้าท้องถิ่นจึงมักใช้การตัดสินใจจากประสบการณ์ และสายตาที่ต้องมีความแม่นยำต่อขนาดของผลลำไยว่าขนาดใดอยู่ในเกรดใด และการจัดเรียงในตะกร้าว่าทำการจัดเรียงดีหรือไม่ โดยพ่อค้าจะมองดูการจัดเรียงของขนาดทั้งทางด้านบน ด้านล่าง และด้านข้าง ตะกร้า ว่ามีความสม่ำเสมอทุกๆ ผล และมีผลเล็กปะปนหรือไม่ ซึ่งจะต้องพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น ในการตัดสินใจกำหนดเกรดรับซื้อ หลังจากที่พ่อค้าท้องถิ่นได้คัดเกรดลำไยของชาวสวนแล้วจะทำการจัดหมวดหมู่แบ่งเป็นเกรดต่างๆ แยกไว้ อาจทำเครื่องหมายโดยใช้เชือกฟางร้อยหูตะกร้าเป็นสีต่างๆ แยกตามเกรดแล้วแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งกลุ่มเดียวกันจะเป็นตะกร้าลำไยที่อยู่ในเกรดเดียวกัน (รูปที่ 3.4) เช่น

เกรด AA	ใช้เชือกฟางสีทอง
เกรด A	ใช้เชือกฟางสีแดง
เกรด B	ใช้เชือกฟางน้ำเงิน
เกรด C	ใช้สีฟ้าหรือสีเขียว

เมื่อทำการรวบรวมลำไยเกรดต่างๆ ที่ได้จากการจัดเกรดใหม่ของพ่อค้าท้องถิ่นจึงขนส่งไปยังพ่อค้าส่งออกอีกต่อหนึ่ง สำหรับลำไยที่จะส่งไปขายในตลาดภายในประเทศ พ่อค้าท้องถิ่นอาจดำเนินการopakáมะดันตามความต้องการของพ่อค้าในปลายทางก่อนส่งไปตลาดปลายทาง



ที่มา : การสำรวจ

รูปที่ 3.4 การรับซื้อผลผลิตลำไยของพ่อค้าคนกลาง ณ ตลาดระดับท้องถิ่น

(1.1) ลักษณะทั่วไปของตัวอย่างพ่อค้าท้องถิ่นที่รับซื้อผลผลิตลำไย  
สภาพข้อมูลด้านการขายของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง

- ลักษณะประสบการณ์ และเหตุการณ์ดำเนินธุรกิจการค้า  
ลำไย

ลักษณะการค้าลำไยของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่างอยู่ในลักษณะ

ผู้รวบรวมรายย่อยระดับท้องถิ่น ทั้งหมด ส่วนมากมีประสบการณ์การค้าลำไยอยู่ในช่วง 6-10 ปี ถึง  
ร้อยละ 40.0 และ โดยเฉลี่ยพ่อค้าท้องถิ่นมีประสบการณ์การค้าลำไยเฉลี่ย 10 ปี (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าลำไยซอสดในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามประสบการณ์การค้า  
ลำไย

ประสบการณ์การค้าลำไย (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5	2	20.00
6-10	4	40.00
11-15	2	20.00
16-20	2	20.00
รวม	10	100.00

ที่มา : การสำรวจ

เหตุผลส่วนใหญ่ที่ทำให้พ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่างตัดสินใจดำเนินธุรกิจการค้าลำไยเนื่องจากมีสวนลำไยเป็นของตนเองที่สะดวกและง่ายต่อการจัดการซึ่งหากทำเองจะได้กำไรมากกว่า พ่อค้าฯ อีกส่วนหนึ่ง ประกอบอาชีพค้าขายผลไม้อยู่แล้วจึงสนใจที่ทำการการค้าลำไย ซึ่งทั้ง 2 เหตุผล มีสัดส่วนอย่างละเท่า ๆ กัน ร้อยละ 30.0 (ตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าลำไยข้อสดในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามเหตุผลการค้าดำเนินธุรกิจการค้าลำไย

เหตุผลที่ทำการการค้าลำไย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีสวนลำไยเป็นของตนเอง	3	30.00
ค้าขายผลไม้อยู่แล้ว	3	30.00
เป็นธุรกิจส่วนตัว	1	10.00
ต้องการทราบกลไกตลาด	1	10.00
พืชเศรษฐกิจของจังหวัด	1	10.00
สร้างรายได้ดี	1	10.00
รวม	10	100.00

ที่มา : การสำรวจ

ร้อยละ 30 ของพ่อค้าท้องถิ่นทำการค้าเฉพาะลำไยเพียงอย่างเดียว อีกร้อยละ 50 ทำการค้าลำไยประกอบการค้าผลไม้อื่นและพืชไร่ นอกจากนี้พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 20 ยังทำการค้าลำไยร่วมกับการประกอบธุรกิจอื่นๆ อีก เช่น ธุรกิจน้ำดื่ม และธุรกิจการทำปราสาทและโรงศพ (ตารางที่ 3.4)

ตารางที่ 3.4 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าลำไยข้อสดในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามธุรกิจที่ทำ

ธุรกิจที่ทำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค้าลำไยอย่างเดียว	3	30.00
ค้าลำไย และผลไม้อื่น (ลิ้นจี่)	1	10.00
ค้าลำไย ผลไม้อื่น (ลิ้นจี่) และพืชไร่ (กระเทียม)	1	10.00
ค้าลำไย และผลไม้อื่น (ลิ้นจี่ และทุเรียน)	1	10.00
ค้าลำไย และผลไม้อื่น (ลิ้นจี่ และส้ม)	1	10.00
ค้าลำไย และผลไม้ตามฤดูกาล	1	10.00
ค้าลำไย และธุรกิจอื่น*	2	20.00
รวม	10	100.00

หมายเหตุ : \* ธุรกิจอื่นได้แก่ น้ำดื่ม และการทำปราสาทและโรงศพ

ที่มา : การสำรวจ

- การจ้างแรงงานของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง

พ่อค้าท้องถิ่นมีการจ้างลูกจ้างในธุรกิจการค้าค้าขายอย่างน้อย 1-2 คน และอย่างมากที่สุด 5 คน โดยมีการจ้างลักษณะรายวันมากกว่ารายเดือน ซึ่งมีอัตราจ้างรายวันและรายเดือนเฉลี่ยประมาณ 170 บาท/วัน และ 4,900 บาท/เดือน ตามลำดับ ส่วนมากลูกจ้างจะทำหน้าที่ได้ทั้งงานส่งของ ยกของ และคัดเกรด ได้พร้อมๆ กัน อย่างไรก็ตามอัตราค่าจ้างขึ้นอยู่กับลักษณะงานที่ทำและประสบการณ์ของลูกจ้าง ซึ่งงานลักษณะส่งของ และยกของ มีอัตราค่าจ้างที่ถูกกว่าลูกจ้างที่ทำหน้าที่ทั้งงานส่งของ ยกของ และคัดเกรด

สำหรับการคัด/ตีเกรด ส่วนใหญ่พ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง ร้อยละ 70 จะทำหน้าที่นี้เอง หรือทำร่วมกับเครือญาติ หรือให้เครือญาติทำ เนื่องจากมีประสบการณ์และไม่เกิดความลำเอียง ซึ่งลูกจ้างอาจจะยังไม่มีประสบการณ์พอที่จะสามารถทำหน้าที่นี้ได้ อย่างไรก็ตามยังมีพ่อค้าส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 30) ที่มีการจ้างลูกจ้างให้ทำหน้าที่นี้ แต่จะต้องฝึกกับพ่อค้าฯ โดยตรงก่อนถึงวิธีการตีเกรดเป็นเวลานานพอที่จะสามารถตีเกรดได้ (ตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.5 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าค้าขายข้อศกในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามหลักเกณฑ์พิจารณาคนที่ทำหน้าที่คัดและตีเกรด

หลักเกณฑ์พิจารณาคนที่ทำหน้าที่คัดและตีเกรด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อค้าท้องถิ่น	4	40.00
ลูกจ้าง <sup>1</sup>	3	30.00
ทั้งพ่อค้าท้องถิ่นและเครือญาติ	2	20.00
เครือญาติ	1	10.00
รวม	10	100.00

หมายเหตุ : <sup>1</sup>ต้องฝึกกับพ่อค้าท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของก่อน

ที่มา : การสำรวจ

(1.2) ลักษณะการรับซื้อผลผลิตลำไยข้อศก

- การรับซื้อผลผลิตจากผู้ขายแต่ละประเภทของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง

จากการสำรวจตัวอย่างพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่างมีการรับซื้อผลผลิตลำไยจากผู้ขายส่งมากที่สุดร้อยละ 70 รองลงมารับซื้อจากเกษตรกรร้อยละ 20 และผู้รวบรวมท้องถิ่นร้อยละ 10 (ตารางที่ 3.6)

ตารางที่ 3.6 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าค้าขายในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามประเภทผู้ขาย

ประเภทผู้ขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ขายส่ง	7	70.00
เกษตรกร	2	20.00
ผู้รวบรวมท้องถิ่น	1	10.00
รวม	10	100.00

ที่มา : การสำรวจ

พ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่างมีการติดต่อรับซื้อผลผลิตลำไยกับผู้ขายส่งส่วนใหญ่เป็นการติดต่อกันประจำ ร้อยละ 80 และไม่ประจำคือเปลี่ยนผู้ขายไปเรื่อยๆ พ่อค้าผู้ขายรายใดที่ซื้อ อีก ร้อยละ 20 (ตารางที่ 3.7) โดยพ่อค้าฯ มีการชำระค่าผลผลิตลักษณะจ่ายเป็นเงินสดทันทีแก่ผู้ขายทั้ง 3 ประเภท และรับซื้อผลผลิตลำไยที่มีการจัดชั้นแล้วทั้งหมด โดยลักษณะการจัดชั้นอาจมี 2 ระบบคือ ระบบเกรด AA เกรด A เกรด B และ เกรด C และระบบเกรด 2A เกรด 1 เกรด 2 และ เกรด 3 ที่มีการเรียกชื่อเกรดต่างกันแต่คุณภาพยังคงเหมือนเดิม

ตารางที่ 3.7 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าค้าขายในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามประเภทผู้ขายและลักษณะการติดต่อซื้อขาย

ประเภทผู้ขาย	การติดต่อซื้อขาย		รวม
	ประจำ	ไม่ประจำ	
ผู้ขายส่ง	5 (80.00)	2 (20.00)	7(100.00)
เกษตรกร	1 (50.00)	1 (50.00)	2(100.00)
ผู้รวบรวมท้องถิ่น	0 (0.00)	1 (100.00)	1(100.00)
รวม	6 (60.00)	4 (40.00)	10 (100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ แสดงค่าร้อยละ

ที่มา : การสำรวจ

- ผู้กำหนดราคาซื้อขายของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง

จากการสำรวจการกำหนดราคาซื้อขายของพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 80 ระบุว่าพ่อค้าในกรุงเทพมหานครเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายของตน (ตารางที่ 3.8) และอีกร้อยละ 20 ระบุว่าพ่อค้าผู้ส่งออกเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายของตนแทนที่จะเป็นลูกค้า เช่น เกษตรกรหรือผู้รวบรวมในท้องถิ่น แสดงว่าโดยแท้จริงแล้วพ่อค้าท้องถิ่นเองเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายผลผลิตลำไยข้อสด แต่เนื่องจากพ่อค้าท้องถิ่นใช้ราคาที่เขาได้รับจากพ่อค้าในกรุงเทพฯ หรือผู้



ส่งออก ซึ่งเป็นผู้กำหนดราคาขายลำไยช่อสดของพ่อค้าท้องถิ่น (ดูรายละเอียดในหัวข้อ 1.3 หน้า 48) มากำหนดราคารับซื้ออีกต่อหนึ่ง

ตารางที่ 3.8 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าท้องถิ่นลำไยช่อสดในตลาดระดับท้องถิ่น จำแนกตามผู้กำหนดราคาซื้อ

ผู้กำหนดราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อค้าในกรุงเทพฯ	8	80.00
ผู้ส่งออก	2	20.00
รวม	10	100.00

ที่มา : การสำรวจ

### (1.3) ลักษณะการขายผลผลิตลำไยช่อสด

#### ● การจัดชั้นของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง

การจัดชั้นลำไยช่อสดของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่างพิจารณาจากคุณภาพด้านขนาดของผล สีผิว ความหวาน ความแข็งของผล และปริมาณน้ำในผล โดยให้พ่อค้าฯ ระบุความสำคัญ โดยมีการแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ ไม่สำคัญ สำคัญน้อยที่สุด สำคัญน้อย สำคัญปานกลาง และสำคัญมาก โดยมีคะแนน 1-5 ตามลำดับ พบว่าคุณภาพด้านสีผิวมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.60 รองลงมาได้แก่ คุณภาพด้านขนาดเท่ากับ 4.40 ซึ่งจัดได้ว่ามีระดับความสำคัญค่อนข้างมากต่อการจัดชั้น สำหรับคุณภาพด้านความหวาน ความแข็งของผล และปริมาณน้ำในผล ไม่มีความสำคัญต่อการจัดชั้นของพ่อค้าฯ (ตารางที่ 3.9)

ตารางที่ 3.9 คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญของตัวแปรคุณภาพผลผลิตที่ใช้จัดชั้นของตัวอย่างพ่อค้าลำไยช่อสดในตลาดท้องถิ่น

ตัวแปรคุณภาพลำไย	คะแนนเฉลี่ยลำดับความสำคัญ
สีผิว	4.60
ขนาด	4.40
ความหวาน	1.00
ความแข็งของผล	1.20
ปริมาณน้ำในผล	1.00

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมีดังนี้

5. สำคัญมาก      4. สำคัญปานกลาง      3. สำคัญน้อย      2. สำคัญน้อยที่สุด      1. ไม่สำคัญ

ที่มา : การสำรวจ

พ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง มีการพิจารณาขนาด และสีผิวของ  
เกรคอื่นที่ไม่ใช่เกรคที่ต้องการ โดยส่วนใหญ่ยอมให้เข้ามาปะปนได้ไม่เกิน ร้อยละ 20 ซึ่งการ  
พิจารณาถึงการปะปนนั้นพ่อค้าจะใช้การคาดคะเนทางสายตาและประสบการณ์ที่มีอยู่เป็นเกณฑ์  
ในการพิจารณาเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามพ่อค้าฯส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 40) ไม่ยอมให้มีขนาด และสีผิว  
ของเกรคอื่นที่ไม่ใช่เกรคที่พิจารณาเข้ามาปะปนได้ (ตารางที่ 3.10) เมื่อพิจารณาที่ค่าเฉลี่ยของร้อย  
ละการปะปนที่พ่อค้าท้องถิ่นยอมรับได้พบว่า อยู่ในระดับร้อยละ 10.5

ตารางที่ 3.10 จำนวน และร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าค้าขายในตลาดท้องถิ่น จำแนกการปะปนขนาด และสีผิว  
ตามเกรคต่างๆ

การปะปน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ยอมให้เข้ามาปะปน	4	40.00
20%	5	50.00
5%	1	10.00
รวม	10	100.00

ที่มา : การสำรวจ

- การขายผลผลิตให้แก่ผู้ซื้อแต่ละประเภทของพ่อค้าท้องถิ่น  
ตัวอย่าง

พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 60 มีการขายผลผลิตให้แก่พ่อค้าส่ง  
และขายให้แก่บริษัทส่งออก และผู้บริโภคร้อยละ 20 เท่าๆ กัน (ตารางที่ 3.11) การจำหน่ายแก่  
พ่อค้าขายส่งส่วนมาก ร้อยละ 90 มีการติดต่อแบบประจำที่ไม่มีการทำสัญญาซื้อขายแต่อย่างใด  
เช่นเดียวกับการขายให้แก่บริษัทส่งออก และผู้บริโภค (ตารางที่ 3.12)

ตารางที่ 3.11 จำนวน และร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าค้าขายในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ประเภทของผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อค้าขายส่ง	6	60.00
บริษัทส่งออก	2	20.00
ผู้บริโภค	2	20.00
รวม	10	100.00

ที่มา : การสำรวจ

ตารางที่ 3.12 จำนวน และร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าค้าขายข้อสดในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามประเภทผู้ซื้อ และการติดต่อซื้อขาย

ประเภทผู้ซื้อ	การติดต่อซื้อขาย		รวม
	ประจำ	ประจำ	
พ่อค้าขายส่ง	5 (90.00)	1 (10.00)	6 (100.00)
บริษัทส่งออก	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ผู้บริโภค	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	9 (90.00)	1 (10.00)	10 (100.00)

ที่มา : การสำรวจ

- การรับเงินค่าผลผลิต

การจำหน่ายผลผลิตค้าขายของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70) มีการรับเงินค่าผลผลิตลักษณะเป็นการจ่ายเงินสดทันที และยังมี การจ่ายเงินค่าผลผลิตในลักษณะอื่นๆ อีก เช่น จ่ายภายใน 1 สัปดาห์ จ่ายเงินสดแต่ถ้าเกิดกรณีตรงกับวันหยุดที่ไม่สามารถจ่ายเงินได้ต้องรอรับในวันทำการต่อไป และจ่ายเป็นงวดๆ ขึ้นอยู่กับการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและพ่อค้าฯ ว่างวดละกี่วัน (ตารางที่ 3.13)

ตารางที่ 3.13 จำนวน และร้อยละของตัวอย่างพ่อค้าค้าขายข้อสดในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามลักษณะการชำระเงินของผู้ซื้อผลผลิต ค้าขาย

ลักษณะการชำระเงินของพ่อค้าท้องถิ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จ่ายเงินสดทันที	7	70.00
จ่ายภายใน 1 สัปดาห์	1	10.00
จ่ายเงินสด <sup>1</sup>	1	10.00
จ่ายเป็นงวดๆ	1	10.00
รวม	10	100.00

หมายเหตุ : <sup>1</sup>กรณีตรงกับวันหยุดต้องรอรับเงินในวันทำการถัดไป

ที่มา : การสำรวจ

- ลักษณะการกำหนดราคาขายผลผลิตของพ่อค้าลำไยข้อสดตลาดในระดับท้องถิ่น

จากการสำรวจการขายผลผลิตของพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง ร้อยละ 60 ระบุว่าผู้ส่งออกเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ตลาดในและต่างประเทศ ร้อยละ 30 และลำดับสุดท้ายได้แก่ พ่อค้าในกรุงเทพฯ รายอื่นที่พ่อค้าท้องถิ่นนำผลผลิตไปจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง ร้อยละ 10 (ตารางที่ 3.14)

ตารางที่ 3.14 ตัวอย่างพ่อค้าลำไยข้อสดในตลาดท้องถิ่น จำแนกตามผู้กำหนดราคาขาย

ผู้กำหนดราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ส่งออก/บริษัทส่งออก	6	60.00
ตลาดในและต่างประเทศ	3	30.00
พ่อค้าในกรุงเทพฯ	1	10.00
รวม	10	100.00

ที่มา : การสำรวจ

#### (1.4) ปริมาณ และราคาซื้อขายเฉลี่ยผลผลิตลำไยข้อสด

จากการสำรวจพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง จำนวน 10 ราย โดยแบ่งออกเป็นผู้รวบรวมรายใหญ่ และรายย่อย พบว่า พ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่มีส่วนการซื้อขายเฉลี่ย 555 ตัน/ปี โดยค้าเฉพาะลำไยพันธุ์อีดอเพียงพันธุ์เดียวเท่านั้น ส่วนพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยมีปริมาณการซื้อขายลำไยเฉลี่ยประมาณ 106 ตัน/ปี โดยมีสัดส่วนการซื้อขายเฉลี่ยของลำไยพันธุ์อีดอ สีชมพู เบี้ยวเขียว และแห้ว ร้อยละ 37, 26, 14 และ 23 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.15) ในด้านราคาซื้อขายและราคาขาย พ่อค้าท้องถิ่นจะซื้อลำไยพันธุ์อีดอในราคาสูงสุดคือ รับซื้อในราคาเฉลี่ยประมาณ 12 บาท/กิโลกรัมและขายในราคาเฉลี่ย 14 บาท/กิโลกรัม (ตารางที่ 3.16) และซื้อลำไยพันธุ์แห้วในราคาต่ำสุด (รับซื้อในราคาเฉลี่ย 8.50 บาท/กิโลกรัมและขายในราคาเฉลี่ย 10.30 บาท/กิโลกรัม) เมื่อเปรียบเทียบผลต่างของราคารับซื้อและราคาขายเฉลี่ยทั้ง 4 พันธุ์จะมีผลต่างเท่าๆกันคือประมาณ 1.80 บาท/กิโลกรัม อย่างไรก็ตามพันธุ์อีดอยังคงเป็นพันธุ์ที่มีสัดส่วนการซื้อขายสูงสุด เนื่องจากเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ (ตารางที่ 3.16)

ตารางที่ 3.15 ปริมาณซื้อขายเฉลี่ยและร้อยละของพันธุ์ลำไยของระดับพ่อค้าตัวอย่างพ่อค้าลำไยข้อสดในตลาดท้องถิ่น

ระดับพ่อค้า ท้องถิ่น	ปริมาณซื้อขาย เฉลี่ย (ตัน)	ร้อยละของพันธุ์				
		อีตอ	สีชมพู	เบี้ยวเขียว	แห้ว	รวม
ผู้รวบรวมรายใหญ่	555.00 (240-4,200)	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
ผู้รวบรวมรายย่อย	106.41 (60-600)	37.00	26.10	13.99	22.91	100.00

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงช่วงของปริมาณซื้อขายของระดับพ่อค้าท้องถิ่นตัวอย่าง  
ที่มา : การสำรวจ

ตารางที่ 3.16 ราคาซื้อขาย และผลต่างราคาเฉลี่ยผลผลิตลำไยข้อสดแต่ละพันธุ์ของตัวอย่างพ่อค้าลำไยข้อสดในตลาดท้องถิ่น

พันธุ์	ราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)		ผลต่างราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)
	รับซื้อ	ขาย	
อีตอ	12.20	14.00	1.80
สีชมพู	8.00	9.80	1.80
แห้ว	8.50	10.30	1.80
เบี้ยวเขียว	8.80	10.50	1.70

ที่มา : การสำรวจ

### (1.5) ความเคลื่อนไหวของราคาซื้อขายเฉลี่ยในช่วงการศึกษา

พ่อค้าท้องถิ่นมีการกำหนดราคาตามเกรด และบวกราคาเพิ่มสูงขึ้นเมื่อคุณภาพลำไยสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน เช่น มีผลขนาดใหญ่เข้ามาปะปนในแต่ละเกรดมากขึ้น และผลผลิตมีสีผิวที่ดีขึ้น (สีนวล) ความเคลื่อนไหวของราคาซื้อขายเฉลี่ยในช่วงการศึกษาดตามข้อมูลในตารางที่ 3.17 ซึ่งให้เห็นว่า ราคาลำไยข้อสดจะสูงโดยเฉลี่ยในระดับ 16.55 บาท/กิโลกรัมสำหรับราคารับซื้อและ 18.28 บาท/กิโลกรัมสำหรับราคาขาย ในเดือนมิถุนายน (ตารางที่ 3.17) และจะลดลงไปอยู่ในระดับต่ำที่ 9.53 บาท/กิโลกรัมสำหรับราคาซื้อ และ 11.45 บาท/กิโลกรัมสำหรับราคาขาย อย่างรวดเร็วในช่วงต้นเดือนกรกฎาคม และจะเพิ่มขึ้นไปอยู่ในระดับปานกลางเป็น 13.20 บาท/กิโลกรัมสำหรับราคาซื้อและ 14.75 บาท/กิโลกรัมสำหรับราคาขายในช่วงปลายกรกฎาคมถึงต้นสิงหาคม และจะกลับมาอยู่ในระดับสูงเป็น 16.55 บาท/กิโลกรัมสำหรับราคาซื้อและ 18.28 บาท/

เลขหมู่.....  
สำนักเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิโกลกรัมสำหรับราคาขาย อีกครั้งในช่วงกลางถึงปลายสิงหาคม ตารางที่ 3.17 แสดงรายละเอียดการเคลื่อนไหวราคาลำไยข้อสดเกรดต่างๆ

ตารางที่ 3.17 ระดับราคาซื้อขายเฉลี่ยของลำไยแต่ละเกรด จำแนกตามช่วงเวลาและระดับราคา

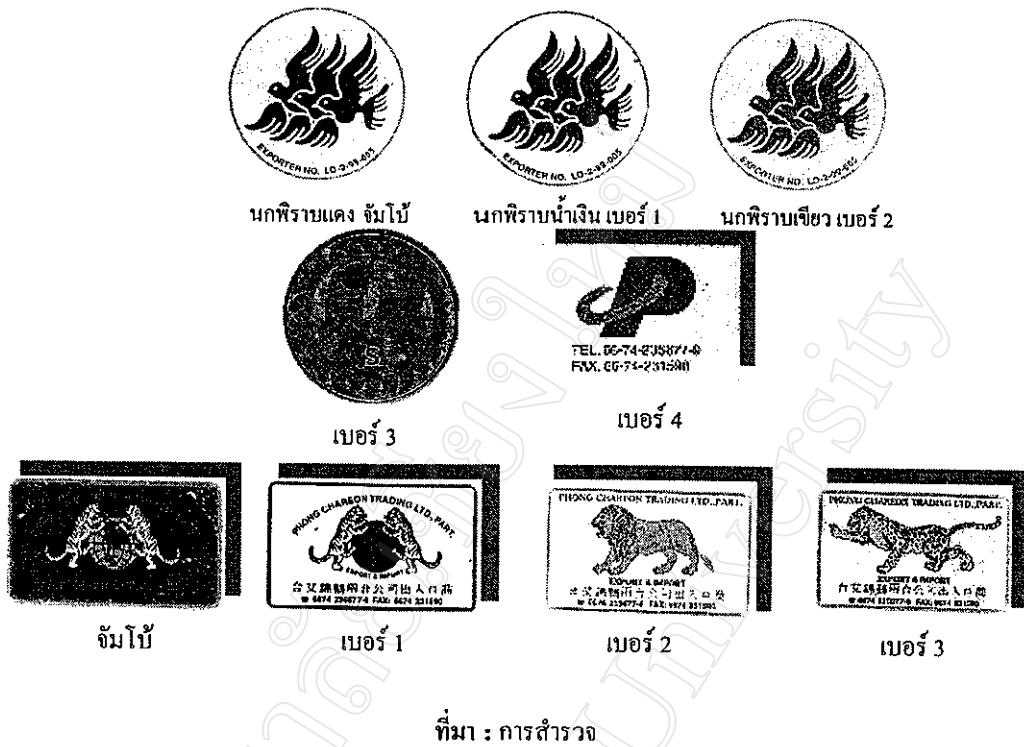
ช่วงเวลา	ระดับราคา	ระดับราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)									
		AA		A		B		C		เฉลี่ย	
		ซื้อ	ขาย	ซื้อ	ขาย	ซื้อ	ขาย	ซื้อ	ขาย	ซื้อ	ขาย
ต้นเดือนกรกฎาคม	ต่ำ	14.20	16.10	10.90	13.20	8.40	10.00	4.60	6.50	9.53	11.45
ปลายเดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนสิงหาคม	กลาง	18.60	20.10	15.40	17.10	11.10	12.70	7.70	9.10	13.20	14.75
เดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม	สูง	23.90	25.00	19.40	20.90	14.10	16.30	8.80	10.90	16.55	18.28
ความแตกต่างของราคาช่วงเวลาที่สูงและต่ำ		9.70	8.90	8.50	7.70	5.70	6.30	4.20	4.40	7.02	6.83

ที่มา : การสำรวจ

## (2) พ่อค้าส่งออกลำไยข้อสด

พ่อค้าส่งออกจะเป็นผู้รวบรวมลำไยจากพ่อค้าคนกลาง หรือชาวสวนบางราย อาจติดต่อซื้อขายกับพ่อค้าส่งออกโดยตรงก็ได้ พ่อค้าส่งออกจะต้องตรวจลำไยที่พ่อค้าท้องถิ่นส่งมาอีกครั้งหนึ่ง แต่บางครั้งจะไม่มี การตรวจสอบคุณภาพลำไยซ้ำอีก แล้วแต่จะตกลงกัน แต่โดยปกติทั่วไปจะต้องทำการตรวจซ้ำอีกครั้งก่อนที่จะทำการจัดหมวดหมู่ตามเกรดของลำไยต่อไป โดยปกติการจัดเกรดของพ่อค้าท้องถิ่นอาจมี 4 เกรด แต่พ่อค้าส่งออกมีมากกว่า 4 เกรด จึงทำให้พ่อค้าส่งออกมีการตีเกรดใหม่เพื่อให้ราคาที่แตกต่างกัน (อารณี, กำลังจัดพิมพ์)

พ่อค้าส่งออกจะใช้พนักงานหรือลูกจ้างที่มีความชำนาญ ประสบการณ์ และมีความแม่นยำเที่ยงตรงในการตัดสินใจเพื่อทำหน้าที่ตีเกรด รวมทั้งต้องมีความรู้เกี่ยวกับลำไยดีพอลำไยที่ถูกตรวจสอบจะถูกแบ่งเป็นหมวดหมู่ โดยจะใช้สติ๊กเกอร์สีต่างๆ และสติ๊กเกอร์เหล่านี้จะมีตราหรือโลโก้ของแต่ละผู้ส่งออก จากการสำรวจมีตัวอย่างโลโก้ เช่น รูปสิงโต รูปเสือ รูปโลก รูปนก หรือตัวหนังสือภาษาจีน หรือตัวหนังสือภาษาอังกฤษ (รูปที่ 3.5) แล้วแต่จะกำหนดกันเอง เพื่อให้ผลผลิตของตนแตกต่างไปจากพ่อค้าผู้ส่งออกรายอื่นและสร้างความเชื่อถือทางการค้า



ที่มา : การสำรวจ

รูปที่ 3.5 ตัวอย่างตราสินค้าของผู้ส่งออกผลไม้สด

เกรดลำไยที่ถูกแบ่งออกโดยพ่อค้าส่งออกจะมีได้มากกว่า 4 เกรด อาจมีมากได้กว่า 10 เกรด (ตารางที่ 3.18) เพราะนอกจากจะใช้ขนาดของลำไยเป็นองค์ประกอบแล้วยังใช้สีผิวของลำไยประกอบอีกด้วย ถ้าหากลำไยผลโตและสีไม่สวย ก็มีสีน้ำตาลเข้มเกือบดำก็จะได้ราคาต่ำกว่าลำไยที่มีผิวสีเหลืองทองที่มีขนาดของผลเท่ากัน

ตารางที่ 3.18 ตัวอย่างลำดับเกรดลำไยของบริษัทผู้ส่งออกลำไย

ลำดับเกรด	ชื่อเกรดที่ใช้	สัดส่วนเกรดระดับตลาดท้องถิ่น
1	ทอง	เป็นเกรด AA 100%
2	เหลือง	เป็นเกรด AA 80% และเกรด A 20%
3	แดง	เป็นเกรด AA 70% และเกรด A 30%
4	เขียว	เป็นเกรด AA 60% และเกรด A 40%
5	ฟ้า	เป็นเกรด A 50% และเกรด B 50%
6	ทอง T	ตัว T เป็นลำไยที่มีสีผิวไม่สวยแต่มีขนาด ใหญ่ เรียงลำดับขนาดใหญ่นำเล็ก
7	เหลือง T	
8	แดง T	
9	เขียว T	
10	ฟ้า T	
11	ฟ้า T - ฟ้าฝุ่น	

ที่มา : อารณี (กำลังจัดพิมพ์)

จากการสำรวจเมื่อพนักงานแยกเกรดเป็นขั้นตอนแรกเสร็จแล้วก็จะคัดตะกร้าเพื่อพร้อมที่จะขนส่งได้แล้วจึงนำไปรวมวันกำหนดในขั้นตอนที่สอง แต่สำหรับตะกร้าที่แยกว่าเป็นเกรดทอง เหลือง และแดง หรือสำหรับพ่อค้ารายอื่นๆ ที่มีชื่อเกรดต่างออกไปก็จะใช้เกรดสูงสุดประมาณ 3 เกรดแรก จะยังไม่มีกรรคัดตะกร้าก่อนการอบกัมมะถัน หลังจากอบด้วยกัมมะถันซึ่งเป็นขั้นตอนที่สามแล้วจะต้องนำมาแยกเกรดอีกครั้งเนื่องจากเกรดสูงๆ มีราคาสูงและการรมกัมมะถันอาจทำให้สีผิวลำไยเปลี่ยนแปลงไป (รูปที่ 3.6 ง) บริษัทจึงต้องพิถีพิถันในการคัดแยกเกรดอีกครั้งเพื่อรักษาคุณภาพผลผลิต และชื่อเสียงของบริษัท

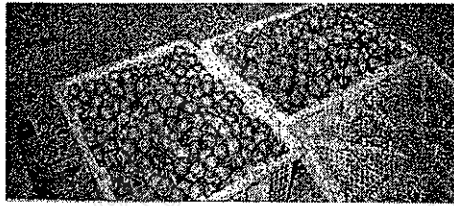




ก. ขั้นตอนที่ 1 การแยกแกรด

ข. ขั้นตอนที่ 2 การรีดตะกร้า

ค. ขั้นตอนที่ 3 การอบก้ามะถัน



ง. ลำไยที่อบก้ามะถันแล้ว

ที่มา : การสำรวจ

รูปที่ 3.6 ขั้นตอนการรับซื้อของพ่อค้าส่งออก

ลำไยที่ติดสตักเกอร์แล้วจะถูกนำเข้าไปปรมทวันด้วยก้ามะถันก่อนทำการขนขึ้นรถตู้คอนเทนเนอร์ (รถตู้คอนเทนเนอร์นี้สามารถบรรจุลำไยได้ ประมาณ 22-24 ตัน) ที่มีเครื่องปรับอากาศ จากจุดรับซื้อของผู้ส่งออกเข้าสู่ตลาดส่งออกที่ท่าเรือคลองเตยที่กรุงเทพฯ หรือท่าเรือแหลมฉบังโดยตรง หลังจากนั้นลำไยก็จะถูกขนส่งทางเรือบรรทุกสินค้าต่อไปยังประเทศผู้นำเข้าต่อไป

นอกจากนี้ อารณี (กำลังจัดพิมพ์) รายงานว่าในบรรดาพ่อค้าผู้ส่งออกลำไยสดที่มีอยู่ประมาณ 100 รายเศษ นี้จะมีผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สามารถเป็นผู้นำราคาในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูนเพียงรายเดียว ผู้ส่งออกรายนี้จะรับซื้อลำไยสดเพื่อส่งออกเป็นจำนวนมาก นอกจากจะรับซื้อลำไยสดจากชาวสวน และพ่อค้าท้องถิ่น ยังอาจรับซื้อจากผู้ส่งออกรายเล็กกว่าเพื่อส่งออกอีกส่วนหนึ่งด้วย ดังนั้น พ่อค้าท้องถิ่นและชาวสวนที่ต้องการขายผลผลิตให้ได้ราคาดีจึงมักต้องตรวจสอบราคาจากผู้ส่งออกรายใหญ่

### (3) พ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่จากต่างจังหวัด

พ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่เป็นพ่อค้าต่างจังหวัดที่เดินทางเข้ามาจับซื้อลำไยข้อสดจากชาวสวนหรือพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นเพื่อนำกลับไปขายปลีกให้แก่ผู้บริโภคในท้องถิ่นของตน พ่อค้าเหล่านี้จะมีพาหนะเป็นของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่ใช้รถกระบะที่ต่อเติมส่วนท้ายให้สามารถบรรทุกผลผลิตได้จำนวนมากขึ้น เมื่อซื้อลำไยได้เต็มคันรถก็จะนำกลับไปขายยังท้องถิ่นของตนจนหมดแล้วกลับมาซื้ออีกครั้ง (อารณี, กำลังจัดพิมพ์)

### (4) พ่อค้าปลีกลำไยสด

การค้าปลีกลำไยสดจะมีอยู่ทั่วไปตามแผงลอยขายผลไม้ในตลาดสดต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการขายปลีกในแหล่งตลาดขายส่งลำไยที่สำคัญ เช่น จากการสำรวจตลาดค้าปลีกลำไยสดในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ได้แก่

- ตลาดเมืองใหม่และตลาดหนองหอย      จังหวัดเชียงใหม่
  - ตลาดหนองคอก      จังหวัดลำพูน
- ส่วนในต่างจังหวัดนอกภาคเหนือ (พงษ์ศักดิ์ และคณะ, 2542) ได้แก่
- ตลาดโคราช      จังหวัดนครราชสีมา
  - ตลาดหัวอิฐ      จังหวัดนครศรีธรรมราช
  - ตลาดสุโขทัย      จังหวัดนครราชสีมา
  - ตลาดสี่มุมเมือง      ในเขตกรุงเทพฯ
  - ตลาดไท      ”
  - ตลาดปากคลองตลาด      ”
  - ตลาดสี่แยกมหานาค      ”
  - ตลาดสะพานใหม่      ”

นอกจากนี้ยังมีการวางปลีกในห้างซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ อีกด้วย พ่อค้าปลีกในตลาดสดมักเป็นพ่อค้าปลีกขายผลไม้ที่อยู่ในตลาดสดเหล่านั้นอยู่แล้ว แต่ในช่วงที่ลำไยออกสู่ตลาดในปริมาณมากโดยเฉพาะฤดูกาลผลิตปกติก็มักมีพ่อค้าปลีกขาจรที่เข้ามาตั้งจุดขายลำไยอย่างง่ายในตลาดสดในช่วงฤดูกาลผลิต พ่อค้าเหล่านี้มักมีการใช้คำพูดเชิญชวนผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวให้ซื้อลำไยโดยจงใจให้ราคาถูกหรือแถมเพิ่มเติมให้ เมื่อซื้อในปริมาณมาก เช่น 3 กิโลกรัม หรือ 5 กิโลกรัม เป็นต้น

### (5) พ่อค้าปลีกค้าปลีกในตลาดข้างถนน

พ่อค้าปลีกในตลาดข้างถนนส่วนใหญ่เป็นคนกลางรับซื้อผลผลิตลำไยจากชาวสวนหรือพ่อค้าคนกลางเพื่อนำมาขายให้แก่ผู้สัญจรไปมาตามถนนสายหลัก โดยเฉพาะถนนสายเชียงใหม่-ลำปาง ซึ่งมีผู้สัญจรจากต่างจังหวัดผ่านไปมาจำนวนมาก ตลาดลำไยข้างถนนหลักอยู่บริเวณ ตำบลคอยติ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งมีพ่อค้าปลีกเหล่านี้ตั้งแผงเล็กๆ ข้างถนนอยู่ประมาณ 40 ราย ในอดีตการค้าลำไยข้างถนนจะทำการค้าเฉพาะช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก (เดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนสิงหาคม) แต่ในปัจจุบันชาวสวนมีการใช้สารโพแทสเซียมคลอไรด์ (KClO<sub>3</sub>) เพื่อกระตุ้นการออกดอกลำไยช่วยให้ติดผลผลิตช่วงนอกฤดูจึงมีการค้าลำไยข้างถนนเกือบตลอดทั้งปี นับเป็นช่องทางกระจายผลผลิตลำไยของชาวสวนได้ดีช่องทางหนึ่ง พ่อค้าปลีกข้างถนนมักเชิญชวนผู้สัญจรด้วยการใช้ป้ายบอกราคาหรือพันรู้ลำไยที่มีจำหน่ายซึ่งมักบอกเป็นจำนวนกิโลกรัมต่อ 100 บาท เช่น 2 3 4 หรือ 5 กิโลกรัม ต่อ 100 บาท หรือบอกให้รถจอดและชูพวงลำไยให้ลูกค้าเห็นหรืออย่างน้อยก็จะต้องแสดงความกระตือรือร้นว่าพร้อมที่จะขายจึงจะมีผู้บริโภคจอดรถหยุดซื้อมากขึ้น (รูปที่ 3.7) เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ที่นำประจำแผงส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้หญิงเนื่องจากจะสามารถเรียกลูกค้าได้ดีกว่าผู้ชาย และในการตั้งแผงเพื่อขายลำไยของพ่อค้าปลีกข้างถนนมักตั้งไม่ห่างไกลกันนักเพราะเมื่อลูกค้าจอดรถซื้อในแผงใดแผงหนึ่งแล้วไม่พอใจด้านคุณภาพหรือราคาก็สามารถไปเลือกซื้อจากแผงข้างเคียงได้ ซึ่งจะช่วยให้เกือกลกันและมีผลให้แต่ละแผงขายได้มากขึ้น



ที่มา : พงษ์ศักดิ์ และคณะ (2542) และการสำรวจ

### รูปที่ 3.7 การจำหน่ายลำไยริมทาง

<sup>1</sup> ในปัจจุบันพ่อค้าส่วนมาก (บางรายหยุดไปเมื่อหมดฤดูกาลปลูกของลำไย) เริ่มวางขายผลไม้ชนิดอื่น เช่น ส้ม ลิ้นจี่ หรือผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปในช่วงผลผลิตลำไยมีน้อยหรือไม่มี ทำให้มีการทำธุรกิจขายปลีกตลอดทั้งปี

### 3.3 การแทรกแซงตลาดของรัฐบาลในปี 2545/46

ในช่วงที่เป็นการศึกษาได้มีมาตรการแทรกแซงตลาดลำไยของรัฐบาลปี 2545/46 ซึ่งนโยบายนี้ได้มีมติเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2545 และวันที่ 4 กรกฎาคม 2545 ได้กำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาราคาลำไยตกต่ำ ปี 2545 ไว้ 4 แนวทาง (เอกสารการประกาศจังหวัดเชียงใหม่, 2545) คือ

#### แนวทางที่ 1 การกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต

อนุมัติเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย 450 ล้านบาท ให้กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน จัดสรรให้จังหวัดแหล่งผลิต ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย พะเยาแพร่ น่าน ลำปาง ตาก และแหล่งอื่นๆ ตามปริมาณผลผลิตหรือตามความจำเป็นของแต่ละจังหวัด เพื่อจัดสรรให้ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ หอการค้าจังหวัด หรือผู้ประกอบการ และให้องค์การคลังสินค้าเข้าไปใช้รับซื้อลำไยสดจากเกษตรกร และขนส่งไปจำหน่ายยังจังหวัดปลายทาง หรือส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยได้โอนเงินให้จังหวัดใช้ดำเนินโครงการแล้ว<sup>2</sup> และได้กำหนดราคาขั้นต่ำตามสถานการณ์ตลาด โดยลำไยช่อที่มีจำนวนผลตั้งแต่ 85- 94 ผล/กก. หรือมีขนาดเบอร์ 1 ราคาขั้นต่ำที่รับซื้อเท่ากับ 20 บาท/กก. ลำไยช่อที่มีจำนวนผลตั้งแต่ 95-104 ผล/กก. หรือมีขนาดเบอร์ 2 ราคารับซื้อเท่ากับ 16 บาท/กก. และลำไยช่อที่มีจำนวนผลตั้งแต่ 105-114 ผล/กก. หรือมีขนาดเบอร์ 3 ราคารับซื้อเท่ากับ 13 บาท/กก. (ตารางที่ 3.19) ส่วนลำไยช่อขนาดเบอร์ 1 หรือมีจำนวนผลไม่เกิน 85 ผล/กก. ไม่มีการรับซื้อ เนื่องจากผลผลิตลำไยช่อสดที่ผลิตมีขนาดผลเบอร์ 2 เบอร์ 3 และเบอร์ 4 มากกว่าขนาดเบอร์ 1 รวมทั้งพ่อค้าที่รับซื้อตามจุดรับซื้อต่างมีการกำหนดราคาของลำไยขนาดเบอร์ 1 ที่สูงอยู่แล้ว ส่วนราคาของลำไยขนาดเบอร์ 2 เบอร์ 3 และเบอร์ 4 เกิดการกดราคาตนเองของพ่อค้าที่รับซื้อเพราะมีผลผลิตมากจึงทำให้เกษตรกรไม่ได้รับราคาตามเกรด และราคาต่ำ

<sup>2</sup> เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2545

ตารางที่ 3.19 การรับซื้อลำไยตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ปี 2545

เกรด	จำนวนผล	ราคารับซื้อ (บาท/กก.)
	<b>ลำไยข้อ</b>	
เบอร์ 1	มีจำนวนผลไม่เกิน 85 ผล/กก.	ไม่รับซื้อ
เบอร์ 2	มีจำนวนผลตั้งแต่ 85-94 ผล/กก.	20
เบอร์ 3	มีจำนวนผลตั้งแต่ 95-104 ผล/กก.	16
เบอร์ 4	มีจำนวนผลไม่เกิน 105-114 ผล/กก.	13
	<b>ลำไยร่วง</b>	
AA	มีจำนวนผลไม่เกิน 91 ผล/กก.	15
A	มีจำนวนผลตั้งแต่ 91-100 ผล/กก.	9
B	มีจำนวนผลตั้งแต่ 101-111 ผล/กก.	5

ที่มา : เอกสารการประกาศจังหวัดเชียงใหม่

### แนวทางที่ 2 การแปรรูปลำไยอบแห้ง

อนุมัติเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย 450 ล้านบาท ให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมวิชาการเกษตร เพื่อนำไปจัดสรรให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรรับซื้อผลผลิตลำไยสดจากเกษตรกรในราคาตามข้อ 1 เพื่อนำมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง โดยกำหนดจัดสรรให้แต่ละ 35,000 บาท ระยะเวลาดำเนินการ พฤษภาคมถึงกันยายน 2545 ระยะเวลาโครงการพฤษภาคม 2545 ถึงเดือนเมษายน 2546 โดยค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลของทางราชการและจัดจ้างเจ้าหน้าที่ดูแลการซื้อขายตามที่จ่ายจริงไม่เกินร้อยละ 1 ของวงเงินดำเนินการ<sup>3</sup>

### แนวทางที่ 3 การรับจํานําลำไยอบแห้ง

อนุมัติให้องค์การคลังสินค้า (อ.ค.ส.) องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) ดำเนินการในด้านการรับฝากเก็บและออกใบประทวนสินค้า และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ดำเนินการด้านการรับจํานํานำใบประทวนสินค้า รับจํานําลำไยอบแห้ง ปริมาณเป้าหมาย 40,000 ตัน โดยมีแนวทางปฏิบัติในการรับจํานํานำอบแห้ง ดังนี้

<sup>3</sup> โดยได้โอนเงินให้จังหวัดใช้ดำเนินโครงการแล้ว เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2545 และวันที่ 28 มิถุนายน 2545

## (1) ชนิดสินค้า

- ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ความชื้นไม่เกิน ร้อยละ 13.5
- ผลที่มีรอยบุบ ไม่เกินร้อยละ 15 ของพื้นผิวเปลือกปะปนได้ไม่เกิน ร้อยละ 15 โดยน้ำหนัก และผลที่มีรอยบุบเกินร้อยละ 15 แต่ไม่เกิน ร้อยละ 20 ของพื้นที่ผิวเปลือกปะปนได้ไม่เกินร้อยละ 3 ของน้ำหนัก
- ผิวเปลือก มีสีน้ำตาลอ่อนสม่ำเสมอ ไม่เป็นน้ำหมาก ไม่มีรู และรอยแตก
- คุณภาพเนื้อใน เนื้อแห้ง จับแล้วไม่เหนียวติดมือ มีสีเหลืองทอง ไม่มี รอยไหม้ ไม่มีเชื้อรา
- รสชาติหอมหวาน อมเปรี้ยว

## (2) ปริมาณรับจํานํารวม 40,000 ตัน

- (3) ราคารับจํานํานํา ผู้จํานํานําต้องรับภาระค่าใช้จ่ายทางด้านการคัดแยกเกรดตรวจคุณภาพ (quality control : QC) และค่ากล่อง รวมกันในกิโลกรัมละ 4 บาท ซึ่งราคาจํานํานําที่ผู้จํานํานําลำไยอบแห้งได้รับเกรด AA A และ B เท่ากับ 68 , 50 และ 32 บาท/กิโลกรัม (ตารางที่ 3.20)

ตารางที่ 3.20 รายละเอียดการรับจํานําลำไยอบแห้งตามชนิดของ คชก. ปี 2545

เกรด	รายละเอียด	ราคารับจํานํานํา (บาท/กก.)
เกรด AA	ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 เซนติเมตร ขึ้นไป	72
เกรด A	ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.2-2.4 เซนติเมตร	54
เกรด B	ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 1.9-2.1 เซนติเมตร	36

ที่มา : ข่าวสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่

## (4) ระยะเวลา

- ระยะเวลารับจํานํานํา เดือนกรกฎาคม-กันยายน 2545
- ระยะเวลาไถ่ถอน ภายใน 3 เดือน นับถัดจากเดือนที่รับจํานํานํา
- ระยะเวลาโครงการ เดือนกรกฎาคม 2545-กุมภาพันธ์ 2546

## (5) ผู้จำหน่าย

- เกษตรกรรายย่อย กำหนดให้จำหน่ายได้ตามผลผลิตที่มีอยู่จริง แต่ไม่เกินมูลค่า 250,000 บาท
- สถาบันเกษตรกร โดยสถาบันเกษตรกรที่ได้รับเงินทุนหมุนเวียนทำลำไยอบแห้ง ปี 2545 มีสิทธิจำหน่ายลำไยอบแห้งได้แต่ต้องทำการชำระหนี้เงินกู้ยืมทำลำไยอบแห้งก่อนใช้สิทธิในการรับจำหน่าย กำหนดให้จำหน่าย ดังนี้
  - กลุ่มเกษตรกร ไม่เกินกลุ่มละ 20 ล้านบาท
  - สหกรณ์ ไม่เกินสหกรณ์ละ 100 ล้านบาท

## (6) ผู้รับจำหน่าย

- อคส. และ อ.ต.ก. ดำเนินการด้านการรับฝากเก็บและออกใบประทวนสินค้า
- ธ.ก.ส. ดำเนินการด้านรับจำหน่ายใบประทวน

## (7) วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงาน

## 7.1 เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร

- เกษตรกรที่จำหน่ายลำไยอบแห้ง ต้องขึ้นทะเบียนเป็นเกษตรกรกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกลูกค้า ธ.ก.ส.
- ลำไยอบแห้งที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายต้องผลิตมาจากลำไยสดของตนเอง ในกรณีสถาบันเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายต้องเป็นลำไยอบแห้งที่ทำการผลิตเองหรือรวบรวมมาจากสมาชิก โดยมีบัญชีรายชื่อสมาชิกเกษตรกรเจ้าของลำไยอบแห้ง เพื่อมิให้เกิดการซ้ำซ้อนกับการจำหน่ายของเกษตรกรรายบุคคล
- เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร นำลำไยอบแห้งมายังจุดรับจำหน่าย เพื่อให้ตรวจคุณภาพสินค้า (quality control : QC) ทำการคัดแยกเกรดตรวจคุณภาพ และบรรจุกล่อง (เกษตรกรรับภาระค่ากล่องพร้อมอุปกรณ์ ในกิโลกรัมละ 2 บาท และค่าตรวจสอบคุณภาพอีกกิโลกรัมละ 2 บาท โดย ธ.ก.ส. หักจากเงินค่าจำหน่ายสินค้า)

- ยื่นจำหน่ายใบประทวนสินค้าและรับเงินจาก ธ.ก.ส. ภายใน 5 วันทำการ นับตั้งแต่วันที่รับ ใบประทวนสินค้า

#### 7.2 อ.ต.ก. / อคส.

- ตรวจสอบคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐาน
- ออกใบประทวนสินค้าภายใน 3 วันทำการ นับตั้งแต่วันรับมอบลำไยอบแห้ง และได้รับเอกสารครบถ้วน
- เก็บลำไยอบแห้งให้อยู่ในสภาพดีตลอดช่วงเวลาการรับจำหน่าย
- รายงานปริมาณรับจำหน่ายแยกเป็นรายจุดรายวัน ให้พาณิชย์จังหวัดใน ฐานะเลขานุการคณะกรรมการเพื่อการแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตร ระดับจังหวัด และกรมการค้าภายใน ทราบทุกวัน เพื่อติดตามผลการรับจำหน่าย

#### 7.3 ธ.ก.ส.

จ่ายเงินให้เกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกร ธ.ก.ส. จะต้องดำเนินการ ภายใน 3 วันทำการ นับตั้งแต่วันที่ได้รับใบประทวนสินค้า โดยหักเงินค่ากล่องพร้อมอุปกรณ์ ค่าบรรจุ ค่าคัดแยกเกรด และค่าตรวจสอบคุณภาพจ่ายให้แก่ อ.ต.ส. และ อ.ต.ก. ต่อไป

#### (8) การกำกับดูแล

- ให้คณะกรรมการฯ ระดับจังหวัดกำกับดูแลการรับจำหน่ายให้เป็นไป ด้วยความเรียบร้อย
- ให้ อคส. และ อ.ต.ก. จัดจ้างเจ้าหน้าที่วุฒิปริญญาตรี หรือ ปวส. หรือ ปวช. ประจำจุดรับฝาก จุดละ 2 คน และผู้แทนเกษตรกร จุดละ 1 คน

โดยองค์การคลังสินค้า (อคส.) และองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก.) ได้ เปิดจุดรับจำหน่ายลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย และพะเยา ดังนี้

- จุดรับจำหน่ายองค์การคลังสินค้า (Public Warehouse Organization)

จุดรับจำหน่ายขององค์การคลังสินค้า มีจำนวนทั้งสิ้น 12 แห่ง แบ่ง ออกเป็นจุดรับจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 แห่ง จังหวัดลำพูน 4 แห่ง จังหวัดเชียงราย 3 แห่ง และจังหวัดพะเยา 1 แห่ง ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.21



ตารางที่ 3.21 จุดรับจำหน่ายไฮออบแห้งขององค์การคลังสินค้า

จังหวัด	จุดรับจำหน่าย	ที่อยู่
เชียงใหม่	1. บริษัท อาหารเชียงใหม่อุตสาหกรรม จำกัด 2. บริษัท ที พี เอพอินเตอร์เทรด 3. สหกรณ์นิคมแม่แตง 4. ชุมนุมสหกรณ์เชียงใหม่	อำเภอสันป่าดอง อำเภอสันป่าดอง อำเภอแม่แตง อำเภอเมือง
ลำพูน	1. โกดังนายสมเกียรติ ดันกลมลาสน์ 2. บริษัท สักดิ์ทองพูน จำกัด 3. ชุมนุมสหกรณ์ลำพูน 4. หจก. นอร์เทิร์นเอนเตอร์ไพรส์	อำเภอป่าซาง อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านธิ อำเภอเมือง
เชียงราย	1. โกดังนายวิโรจน์ สุทธภักดิ์ 2. หจก. โรงสี ก.เทพสวัสดิ์ 3. บริษัท ที พี เอพอินเตอร์เทรด	อำเภอพาน อำเภอพาน อำเภอแม่สาย
พะเยา	1. บริษัท ที พี เอพอินเตอร์เทรด	อำเภอเมือง

ที่มา : กรมการค้าภายใน, 2545

- จุดรับจำหน่ายองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (Marketing Organization for Farmers)

จุดรับจำหน่ายขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร มีจำนวนทั้งสิ้น 5 แห่ง แบ่งออกเป็นจุดรับจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 แห่ง จังหวัดลำพูน และจังหวัดเชียงราย พื้นที่ละ 1 แห่ง ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.22

ตารางที่ 3.22 จุดรับจำหน่ายไฮออบแห้งขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

จังหวัด	จุดรับจำหน่าย	ที่อยู่
เชียงใหม่	1. บริษัท ไทยเวลล์อุตสาหกรรมน้ำผึ้ง จำกัด 2. บริษัท สหมิตร โภคภัณฑ์ จำกัด 3. บริษัท ที อี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	กิ่งอำเภอคอกหย่อม อำเภอหางดง อำเภอจอมทอง
ลำพูน	1. บริษัท อีเจ็ทอุตสาหกรรม จำกัด	อำเภอเมือง
เชียงราย	1. บริษัทบุญทิพย์ฟู๊ดส์โปรดักส์ จำกัด	อำเภอแม่สาย

ที่มา : กรมการค้าภายใน, 2545

#### แนวทางที่ 4 การจัดซื้อเตาอบลำไยของสถาบันเกษตรกร หรือเกษตรกร

อนุมัติเงินทุนหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย จำนวน 80 ล้านบาท ให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร และกรมส่งเสริมสหกรณ์ หน่วยงานต่างๆ ก็นำไปจัดสรรให้สถาบันเกษตรกรกู้ยืมหรือให้สมาชิกกู้ยืมเพื่อจัดซื้อเตาอบลำไยเป็นของตนเอง จำนวน 1,600 เตา ระยะเวลาผ่อนชำระคืนไม่เกิน 4 ปี

#### 3.4 คุณภาพมาตรฐานลำไยข้อศกของราชการ

ลำไยเป็นผลไม้ที่จัดคุณภาพมาตรฐานได้ยาก เมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้ชนิดอื่นๆ เช่น ทุเรียน หรือส้ม เพราะในแต่ละซอมีขนาดของผลไม้ไม่เท่ากัน สีผิวไม่เหมือนกัน คุณภาพเนื้อก็แตกต่างกัน บางซอมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กผสมกันเป็นการยากที่จะแบ่งแยกเกรดได้โดยชัดเจน การจัดเกรดจึงมีข้อยืดหยุ่นไปตาม

- ประเทศที่ส่งออกไป ผู้ส่งออกแต่ละรายจะกำหนดเกรดลำไยไว้ไม่เหมือนกัน สำหรับการส่งออกในแต่ละประเทศ
- ช่วงเวลาที่ผลผลิตออกสู่ตลาด ในช่วงต้นฤดูกาลที่ลำไยไม่แก่ ลำไยจะมีขนาดเล็กกว่าช่วงกลางฤดูที่ลำไยแก่พอดี
- สภาพอากาศ ปีใดสภาพอากาศดีผลลำไยจะมีขนาดใหญ่กว่าปีที่สภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย

อย่างไรก็ตามการพิจารณาเกรดของลำไย พิจารณาได้จากปัจจัยดังนี้

##### (1) พันธุ์

การจัดเกรดลำไยจะต้องเป็นพันธุ์เดียวกัน ไม่มีการนำพันธุ์อื่นเข้ามาปะปนด้วย พันธุ์ลำไยที่นิยมในตลาดและขายได้ราคาดีคือ พันธุ์อีตอ เนื่องจากผิวของผลลำไยมีสีส้มสวยงาม รสหวาน เนื้อไม่แห้ง ส่วนพันธุ์อื่นๆ เช่น พันธุ์สีชมพู และแก้ว ไม่นิยมนำมาแปรรูป เนื่องจากเนื้อลำไยมีสีที่แปลกออกไป และเนื้อแห้งกรอบ สำหรับพันธุ์เขียวตลาดยังไม่ให้ความสนใจมากเท่าใดนัก เนื่องจากผลผลิตออกสู่ตลาดช้า และมีปริมาณน้อย

##### (2) ขนาด

กรมวิชาการเกษตร (2542) ได้จัดทำเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณภาพมาตรฐานลำไยข้อศก เพื่อสร้างความเชื่อถือในตลาดต่างประเทศ คือ

- ลำไยชั้นพิเศษเกรด 1 หรือ เบอร์ 1 มีจำนวนผลไม่เกิน 85 ผลต่อกิโลกรัม และมีเส้นผ่าศูนย์กลาง ณ แนวกว้างสุด มากกว่า 2.80 เซนติเมตร ขึ้นไป
- ลำไยเกรด 2 หรือ เบอร์ 2 มีจำนวนผลระหว่าง 85-94 ผลต่อกิโลกรัม และมีเส้นผ่าศูนย์กลาง ณ แนวกว้างสุด ระหว่าง 2.70-2.80 เซนติเมตร
- ลำไยเกรด 3 หรือ เบอร์ 3 มีจำนวนผลระหว่าง 95-104 ผลต่อกิโลกรัม และมีเส้นผ่าศูนย์กลาง ณ แนวกว้างสุด ระหว่าง 2.60-2.70 เซนติเมตร
- ลำไยเกรด 4 หรือ เบอร์ 4 มีจำนวนผลระหว่าง 105-114 ผลต่อกิโลกรัม และมีเส้นผ่าศูนย์กลาง ณ แนวกว้างสุด ระหว่าง 2.50-2.60 เซนติเมตร
- ลำไยเกรด 5 หรือ ตกเกรด มีจำนวนผลมากกว่าหรือเท่ากับ 115 ผลต่อกิโลกรัม และมีเส้นผ่าศูนย์กลาง ณ แนวกว้างสุด ระหว่าง 2.40-2.50 เซนติเมตร

โดยแต่ละเกรดมีข้อขีดหุ่นด้านเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องขนาดที่ยอมให้ ลำไยทุกเกรดมีขนาดใหญ่ หรือเล็กกว่าในชั้นถัดไปหนึ่งชั้นปลงมาได้ไม่เกิน 20% สำหรับลำไยข้อสด

### 3.5 การตรวจสอบคุณภาพลำไยข้อสดเพื่อกำหนดราคารับซื้อของพ่อค้าท้องถิ่น

ราคาลำไยข้อสดจะถูกกำหนดจากผู้ส่งออก โดยราคาที่พ่อค้าส่งออกกำหนดนี้จะอิงจากอุปสงค์จากต่างประเทศและอุปทานภายในประเทศ หลังจากที่พ่อค้าส่งออกกำหนดราคาส่งออกแล้ว ราคาเหล่านี้จะเป็นเกณฑ์อ้างอิงในการตั้งราคาระดับต่างๆ ต่อไปกันเป็นทอดๆ ไปยังพ่อค้าคนกลางและชาวสวน นอกจากนี้ตลาดลำไยข้อสดที่ระดับสวนเกรด A และ B มีการส่งผ่านราคากันอย่างมีประสิทธิภาพไปยังตลาดขายส่ง รวมทั้งตลาดที่ระดับขายส่งก็มีการส่งผ่านราคาอย่างมีประสิทธิภาพไปยังตลาดลำไยข้อสดที่ระดับสวนด้วย (สมลาภ, 2545) แสดงว่าราคาลำไยข้อสดเกรด A และ B ของตลาดทั้ง 2 ระดับ มีความเร็วต่อการส่งผ่านราคา คือ เมื่อราคาของลำไยข้อสดเกรด A และ B ที่ระดับใดระดับหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลให้ตลาดอีกระดับหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาลักษณะลำไยข้อสดทั่วไปการซื้อขายทั่วไปในตลาดขายส่งระดับท้องถิ่นพบว่า พ่อค้าท้องถิ่นมีวิธีการตรวจสอบคุณภาพลำไยเพื่อกำหนดเกรดโดยการ

พิจารณาจากสายตาและประสบการณ์ของผู้จัดเกรดเป็นสำคัญ ไม่มีเกณฑ์วัดคุณภาพที่แน่นอน หากพ่อค้าเห็นว่าลำไยช่อสดได้เกณฑ์มาตรฐานของแต่ละเกรดแต่มีคุณภาพสูงกว่า เช่น มีขนาดผลขนาดใหญ่กว่าเกณฑ์ปะปนมากขึ้น หรือมีผิวสีนวลสวยดีขึ้นก็จะให้ราคาเพิ่มสูงขึ้นจากราคามาตรฐานของแต่ละเกรด การกำหนดราคารับซื้อจะขึ้นอยู่กับดุลพินิจของพ่อค้าผู้รับซื้อแต่เพียงฝ่ายเดียว จึงมักมีปัญหาเรื่องราคาจำหน่ายระหว่างเกษตรกรชาวสวนกับพ่อค้าอยู่เสมอ แต่อย่างไรก็ตามพ่อค้าส่วนใหญ่ก็ยังคงนิยมตรวจสอบคุณภาพลำไยด้วยวิธีนี้เพราะมีความคล่องตัวสูง แต่มีข้อเสียคือ การกำหนดราคารับซื้อขึ้นอยู่กับดุลพินิจของคนเพียง 1-2 คน เท่านั้น ทำให้การรับซื้อเกิดความล่าช้า เกษตรกรชาวสวนต้องคอยคิวเป็นเวลานาน