

บทที่ 2

การตรวจสอบผลงานวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

ลำไยเป็นผลไม้เฉพาะฤดูกาลที่คนภายในประเทนิยมบริโภคกันมากชนิดหนึ่ง และยังเป็นผลไม้สดส่งออกอันดับหนึ่งของประเทศอีกด้วย ดังนั้นการตลาดและรายได้ของชาวสวนลำไยจึงเป็นเรื่องที่ควรให้ความสนใจศึกษา ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดที่สมบูรณ์แบบ เพื่อที่จะได้ทำการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและเป็นแนวทางในการวางนโยบายเพื่อการส่งเสริมการตลาดลำไยทั้งภายในและต่างประเทศในทิศทางที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยที่ผ่านมาทำการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับลำไยไว้หลายประเด็นด้วยกัน ซึ่งมีรายละเอียดและมีส่วนสัมพันธ์กับวิทยานิพนธ์ที่จะทำการศึกษาดังนี้ คือ

2.1.1 การตลาดลำไย

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องการตลาดลำไยพบว่า การศึกษาเท่าที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาอย่างกว้าง ๆ ถึงพฤติกรรมการซื้อขายลำไยของชาวสวน , พ่อค้าและผู้บริโภค, รูปแบบการจำหน่ายลำไยของชาวสวน , วิถีการตลาดลำไย , ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายลำไยทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งงานการศึกษานี้สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้ คือ

ก. รูปแบบการจำหน่ายลำไยของชาวสวนในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน งานวิจัยที่ผ่านมาจำแนกรูปแบบการจำหน่ายลำไยของชาวสวนเป็นหัวข้อใหญ่ ๆ แยกต่างกัน แต่มีเนื้อหาและรายละเอียดคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถสรุปรูปแบบการจำหน่ายลำไยของชาวสวนออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ ๆ ดังนี้คือ

1) การขายเหมาสวนปีต่อปี คือการขายผลผลิตล่วงหน้าตั้งแต่ลำไยเริ่มออกดอก , เป็นลูกเล็ก จนถึงลูกใหญ่และใกล้เก็บเกี่ยวในปีการผลิตหนึ่ง ๆ ส่วนการกำหนดราคาขายซื้อลำไย ในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นจะแตกต่างกันตามความเสี่ยงของผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ และ ในการขายรูปแบบนี้ชาวสวนจะได้รับเงินสดล่วงหน้าแตกต่างกันไปแล้วแต่เงื่อนไขที่ทำการตกลงกับ พ่อค้าผู้รับซื้อ (ประสาน วัฒนากุล , 2509-2510 : สุภาพรรณ หาญเทพินทร์ , 2520 : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2525 : สมพิศ อยู่วีจิตรและคณะ , 2526 : สมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ , 2527)

2) การเก็บขายเอง ชาวสวนจะเป็นผู้ควบคุมและจัดการเก็บเกี่ยวลำไยทั้งหมดแล้วทำการจำหน่ายที่เชียงใหม่-ลำพูน หรือฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ (ประสาน วัฒนากุล , 2509-2510 : สุภาพรรณ หาญเทพินทร์ , 2520 : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2525 : สมพิศ อยู่วีจิตร และคณะ , 2526 : สมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ , 2527)

สำหรับการขายเหมาสวนปีต่อปีและการเก็บขายเองจะได้กล่าวรายละเอียดต่อไปในบทที่ 3

3) การขายสัญญาระยะยาว เป็นรูปแบบการขายลำไยของชาวสวนที่มีความต้องการเงินทุนล่วงหน้าจำนวนหนึ่ง จึงทำการขายลำไยล่วงหน้าระยะยาวให้แก่พ่อค้าในจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูน การขายในลักษณะนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2525 : สมพิศ อยู่วีจิตรและคณะ , 2526) คือ

3.1 การขายระยะยาวที่กำหนดเวลาเป็นปี คือการที่ชาวสวนทำสัญญาขายลำไยล่วงหน้าให้แก่พ่อค้าโดยกำหนดระยะเวลาเป็นปี เช่น 5 ปี หรือ 10 ปี และในสัญญานั้นอาจจะกำหนดปริมาณผลผลิตลำไยขั้นต่ำในปีหนึ่ง ๆ ไว้ด้วย เมื่อพ่อค้าจ่ายเงินล่วงหน้าให้แก่ชาวสวน พ่อค้าก็จะทำการเก็บเกี่ยวลำไยและจำหน่ายเองแต่เพียงผู้เดียวจนกว่าจะครบกำหนดเวลา แต่ถ้าปีใดปริมาณผลผลิตของสวนนั้น ๆ ต่ำกว่าปริมาณที่กำหนดไว้ในสัญญา พ่อค้าจะไม่ทำการเก็บเกี่ยว แต่จะให้ชาวสวนทำการเก็บขายเองและจะถือว่าปีนั้นไม่ได้รับการหักหนี้ ดังนั้นพ่อค้าสามารถทำการเก็บเกี่ยวลำไยเลื่อนต่อไปได้อีก 1 ปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2525)

3.2 การขายระยะยาวโดยกำหนดปริมาณผลผลิตลำไยเป็นเชิง มีวิธีการและเงื่อนไขคล้ายกับประเภทแรก แต่ต่างกันตรงที่การขายลำไยประเภทนี้แทนที่จะกำหนดเป็นระยะเวลาที่กำหนด ปริมาณการซื้อขายลำไยเป็นจำนวนเชิง ตัวอย่างเช่น ชาวสวนทำสัญญาขายลำไยระยะยาวแก่พ่อค้าจำนวน 500 เชิง ราคาเชิงละ 100 บาท เป็นเงินทั้งสิ้น 50,000 บาท พ่อค้าผู้รับซื้อก็จะจ่ายเงินทั้งหมดให้ชาวสวน ต่อจากนั้นพ่อค้าก็จะเป็นผู้ดำเนินการเก็บเกี่ยวลำไยจนกว่าจะครบจำนวน 500 เชิง (สมพิศ อยู่วิจิตรและคณะ , 2526)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า รูปแบบการขายลำไยของผู้ที่ทำการศึกษาเท่าที่ผ่านมา นั้นจะแตกต่างกันตามระยะเวลา , กลุ่มตัวอย่างของชาวสวน และพื้นที่ทำการศึกษ กล่าวคือ การศึกษาในปี 2503-2507 ชาวสวนทำการขายเหมาสวนสูงถึงร้อยละ 90 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 ทำการเก็บขายเองโดยฝากขายที่ตลาดกรุงเทพฯและจังหวัดใกล้เคียง (ประสาน วัฒนากุล , 2509-2510) แต่การศึกษาในปี 2520 ชาวสวนนิยมทำการขายเหมาสวนและเก็บขายเองโดยฝากขายที่ตลาดกรุงเทพฯ ประมาณร้อยละ 40 และ 50 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 ทำการขายสัญญาระยะยาว (สุภาพรรณ หาญเทพินทร์ , 2520) และการสำรวจของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรในปี 2525 พบว่าชาวสวนทำการขายเหมาสวนสูงถึงร้อยละ 55 รองลงมาคือการเก็บขายเองทั้งชาย ณ แหล่งผลิตและฝากขายในตลาดกรุงเทพฯร้อยละ 41 ส่วนที่เหลือร้อยละ 4 ทำการขายสัญญาระยะยาว แต่การศึกษาของสมพิศวรรณ สิทธิสังข์ในปีเดียวกันได้สัดส่วนตัวเลขที่แตกต่างกัน คือ ชาวสวนทำการขายเหมาสวนประมาณร้อยละ 41.48 , ทำการเก็บขายเอง ณ แหล่งผลิตและฝากขายที่ตลาดกรุงเทพฯร้อยละ 40 และ 17.04 ตามลำดับ ส่วนที่เหลือทำการขายสัญญาระยะยาวร้อยละ 1.48 เหตุที่ผลการศึกษาในปี 2525 ของสองท่านแตกต่างกันอาจเป็นเพราะว่าจำนวนตัวอย่างและพื้นที่ทำการศึกษแตกต่างกันซึ่งจะได้กล่าวรายละเอียดตอนท้ายของบทนี้

จากรายละเอียดของรูปแบบการขายลำไยของชาวสวนในช่วง 23 ปีที่ผ่านมาพบว่ามีแตกต่างกันไปในแต่ละปี กล่าวคือการศึกษาในระยะแรกนั้นรูปแบบการขายลำไยของชาวสวนมีสองรูปแบบเท่านั้น คือ การขายเหมาสวนและการเก็บขายเองโดยการฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ

และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งสัดส่วนของการขายเหมาสวนในช่วงเวลาดังกล่าวสูงมาก ทั้งนี้เนื่องจากจากการขายเหมาสวนได้รวมถึงการขายสัญญาระยะยาวไว้ด้วยซึ่งการขายสัญญาระยะยาวในระยะแรกมีสัดส่วนสูงมากจึงมีผลทำให้เปอร์เซ็นต์ของการขายเหมาสวนสูงถึงร้อยละ 90 แต่ต่อมาสัดส่วนของการขายสัญญาระยะยาวได้ลดลงโดยชาวสวนหันมานิยมทำการเก็บขายเองมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในช่วงเวลาก่อนหน้านั้นสถาบันการเงินในระดับท้องถิ่นยังไม่ให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่ชาวสวน เมื่อชาวสวนมีปัญหาทางการเงิน ชาวสวนจึงต้องทำการขายสัญญาระยะยาวให้แก่พ่อค้าในท้องถิ่นซึ่งการขายรูปแบบนี้ชาวสวนจะมีภาระหนี้สินผูกพันกับพ่อค้าในระยะยาวจนกว่าพ่อค้าจะเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ครบตามสัญญา แต่ต่อมารัฐบาลได้ร่วมมือกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ฯ และสถาบันการเงินอื่น ๆ ทำการช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่ชาวสวนในปี 2519 เป็นต้นมา ชาวสวนจึงสามารถไถ่ถอนหนี้สินและยกเลิกการขายสัญญาระยะยาวมากขึ้น

ส่วนการเก็บลำไยขายเองได้รับความนิยมาจากชาวสวนเพิ่มสูงขึ้นเป็นเพราะในระยะหลังนี้ผู้ส่งออกในกรุงเทพฯ พ่อค้าเร่ต่างจังหวัดเข้ามาทำการรับซื้อลำไยจากชาวสวนในจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูนเพิ่มสูงขึ้นจึงมีผลทำให้ชาวสวนมีทางเลือกที่จะทำการเก็บลำไยขายให้แก่พ่อค้าคนใดคนหนึ่งได้มากขึ้นกว่าเดิม

แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาเท่าที่ผ่านมาเป็นการศึกษารูปแบบการขายลำไยของชาวสวนเฉพาะปีใดปีหนึ่งเท่านั้นเอง สำหรับการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษารูปแบบการขายลำไยและเหตุผลในการขายลำไยของชาวสวนในรูปแบบต่าง ๆ ในช่วง 3 ปี ตั้งแต่ปี 2526-2528 เพื่อที่จะทำให้ทราบแนวโน้มและทิศทางในการขายลำไยของชาวสวนต่อไปในอนาคต

ข. ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการขายเหมาสวนของชาวสวน จะเห็นได้ว่ารูปแบบการขายเหมาสวนนั้นได้รับความนิยมาจากชาวสวนมาตั้งแต่เริ่มมีการซื้อขายลำไยกันมาจนถึงปัจจุบันนี้โดยที่สัดส่วนของการขายเหมาสวนมีถึงครึ่งหนึ่งของรูปแบบการขายลำไยทั้งหมดของชาวสวน ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการขายเหมาสวนของชาวสวนจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งมีผู้ทำการศึกษาเพียงผู้เดียวคือ นายศักดิ์ ศรีสังคม (2527) สามารถสรุปได้ว่าเหตุที่ชาวสวนนิยมทำการขายเหมาสวนนั้นเป็นเพราะว่า

1) ต้องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทางด้านผลผลิต เพราะผลผลิตลำไยส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศซึ่งมีความไม่แน่นอน นอกจากนั้นยังมีแมลงและ ศัตรูที่ชรบกวณอยู่ตลอดเวลาอันจะมีผลต่อปริมาณผลผลิตลำไยในแต่ละปีด้วย ชาวสวนจึงทำการขายเหมาสวนเพื่อหลีกเลี่ยงกับความเสี่ยงทางด้านนี้

2) การรับรู้ข่าวสารข้อมูลทางด้านราคา อาจกล่าวได้ว่าชาวสวนที่ทำการเก็บลำไยขายเองแต่ละรายจะมีอำนาจในการต่อรองราคาขายกับพ่อค้าผู้รับซื้อแตกต่างกัน และปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งที่มีผลทำให้ชาวสวนได้รับราคาขายสูงสุดก็คือ ความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสารข้อมูลทางด้านตลาด, ราคาและความคุ้นเคยกันกับพ่อค้าผู้รับซื้อ ดังนั้นชาวสวนรายใดที่มีโอกาสรับรู้ข่าวสารทางการตลาดน้อยและช้ามากมักทำการขายเหมาสวนเพื่อโอนภาระความเสี่ยงทางด้าน การเคลื่อนไหวของราคาให้แก่พ่อค้า

3) การขาดแคลนแรงงานในครอบครัวที่มีทักษะและความสามารถในการเก็บเกี่ยวลำไย เนื่องจากในการเก็บเกี่ยวลำไยนั้นจะต้องใช้แรงงานที่มีความสามารถและความชำนาญงานในการขึ้นต้นลำไยและบรรจุหีบห่อ ซึ่งจะทำให้ลำไยได้มาตรฐานเป็นไปตามความต้องการของตลาด ดังนั้นในฤดูกาลเก็บเกี่ยวลำไย อุปสงค์ของแรงงานเหล่านี้มีมากและมักเกิดขึ้นพร้อม ๆ กันเกือบทุกสวนฉะนั้นชาวสวนรายใดที่ขาดแคลนแรงงานในครอบครัวที่มีความสามารถในการเก็บเกี่ยวลำไยแล้วมักจะมีแนวโน้มทำการขายเหมาสวนมาก

อย่างไรก็ตามนอกจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบการขายเหมาสวนของชาวสวนแล้วยังมีปัจจัยสำคัญอื่น ๆ อีกที่ชาวสวนคำนึงถึงก่อนที่จะตัดสินใจทำการขายเหมาสวน ซึ่งการศึกษานี้ไม่ได้พิจารณาเจาะลึกในรายละเอียดเท่าที่ควรเนื่องจากขอบเขตและเวลาในการศึกษาค่อนข้างจำกัดเพราะเป็นเพียงรายงานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตรระดับปริญญาตรีเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้จะมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีส่วนกำหนดการขายเหมาสวนของชาวสวนในช่วงปี 2526-2528 และจะมีสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดการขายเหมาสวนของชาวสวนดังจะได้กล่าวรายละเอียดในหัวข้อ 2.2.1

ค. ตลาดลำไยสด ตลาดมหานครและปากคลองตลาดจัดเป็นตลาดภายในประเทศที่สำคัญที่สุด เพราะปริมาณลำไยที่เข้าสู่ตลาดทั้งสองในช่วงฤดูลำไยมีเป็นจำนวนมาก ส่วนตลาดต่างประเทศที่สำคัญ คือ ตลาดฮ่องกง , สิงคโปร์ และมาเลเซียซึ่งมีปริมาณและมูลค่าการซื้อขายลำไยเพิ่มสูงขึ้นทุกปี (สมพิศ อนุรักษ์จิตรและคณะ , 2526 : ธนาคารกสิกรไทย , 2527)

อนึ่ง จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ผู้ที่ทำการศึกษารองวัลไยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะการตลาดลำไยภายในประเทศเท่านั้น เพราะเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดเนื่องจากคนไทยนิยมบริโภคลำไยกันมาก ส่วนตลาดลำไยส่งออกนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาโครงสร้างการตลาดลำไยในลักษณะกว้าง ๆ ซึ่งเป็นเพียงการรายงานและแสดงตารางปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดไปยังประเทศต่าง ๆ เท่านั้นเองยังไม่มีผู้ใดทำการศึกษาลำไยในต่างประเทศอย่างละเอียดและจริงจังทั้ง ๆ ที่ในปัจจุบันนี้ลำไยไทยเป็นผลไม้ส่งออกที่มีลักษณะได้เปรียบทั้งทางด้านการผลิตและคุณภาพมากที่สุดในตลาดโลกและตลาดลำไยส่งออกในขณะนี้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก (ธนาคารกสิกรไทย , 2527) ดังนั้น วิทยานิพนธ์ชิ้นส่วนหนึ่งจะมุ่งศึกษาถึงการตลาดลำไยส่งออกในรูปแบบที่สมบูรณ์ทั้งในด้านปริมาณ ความต้องการลำไยสดของตลาดต่างประเทศ , พันธุ์และคุณภาพลำไยที่เป็นที่ต้องการ , รูปแบบการซื้อขายเพื่อการส่งออก , การบรรจุหีบห่อ , การขนส่ง , รูปแบบการขายและการกำหนดราคาในการส่งออก , มาตรการของรัฐในการส่งออก และปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกเพื่อเป็นแนวนโยบายในการช่วยเหลือและเื้อออำนวยความสะดวกการส่งออกในทิศทางที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

2.1.2 ระบบราคาลำไย

งานวิจัยในเรื่องระบบราคาลำไยเท่าที่ผ่านมาเป็นการศึกษาถึงการกำหนดราคาซื้อขายลำไยของพ่อค้า , การเคลื่อนไหวของราคาลำไยในระดับชาวสวนถึงพ่อค้าประเภทต่าง ๆ และส่วนเหลือของการตลาดระหว่างชาวสวนกับพ่อค้าโดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้ คือ

ก. การกำหนดราคาซื้อขายลำไย จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าชาวสวนที่ทำการขายเหมาสวนและทำการเก็บขายเอง ณ แหล่งผลิตนั้น การกำหนดราคาซื้อขายลำไยจะกำหนดร่วมกันระหว่างชาวสวนและพ่อค้าผู้รับซื้อ (กนก ฤกษ์เกษม , 2526 : สมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ , 2527) แต่ถ้าชาวสวนทำการขายในลักษณะสัญญาระยะยาวและฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ ราคา

ลำไยจะถูกกำหนดโดยผู้รับซื้อแต่เพียงผู้เดียว (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2525 : สมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ , 2527) แต่ก็ยังไม่มีผู้ใดอธิบายถึงรายละเอียดและวิธีการซื้อขายลำไยระหว่างชาวสวนและพ่อค้าทั้งในรูปแบบการขายเหมาสวนและการเก็บขายเอง

ข. ราคาขายลำไยที่ชาวสวนได้รับ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยโดยทั่วไป ทำการศึกษาราคาขายลำไยโดยเฉลี่ยของชาวสวนกลุ่มตัวอย่างเฉพาะปีที่ทำการศึกษานั้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีการศึกษาถึงราคาลำไยที่ชาวสวนได้รับจากการเก็บขายเองโดยทำการขายที่ตลาด เชียงใหม่-ลำพูน กับฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ ซึ่งพบว่าในปี 2525 ราคาขายลำไยที่ตลาดเชียงใหม่-ลำพูนสูงกว่าราคาขายสุทธิ (เมื่อหักต้นทุนการตลาดออกแล้ว) เมื่อทำการฝากขายที่ตลาดกรุงเทพฯ สำหรับลำไยเกรดเอ , บี และซี ถึงร้อยละ 4.96 , 20.86 และ 45.38 ของราคาลำไยที่ฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ (สมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ , 2527) ดังตารางที่ 2.1

นอกจากนั้นยังมีการศึกษาถึงราคาลำไยที่ชาวสวนได้รับจากการขายเหมาสวนกับการขายเองในปี 2526 ปรากฏว่า ชาวสวนที่ทำการขายเหมาสวนได้รับราคาขาย 6.10 บาท/กิโลกรัม ในขณะที่ชาวสวนที่ทำการเก็บขายเองได้รับถึง 8.19 บาท/กิโลกรัม ดังนั้นชาวสวนที่ทำการเก็บขายเองได้รับราคาขายสูงกว่าชาวสวนที่ทำการขายเหมาสวนถึงกิโลกรัมละ 2.09 บาท (กนก - ฤกษ์เกษม , 2526) แต่อย่างไรก็ตามในการศึกษานี้ไม่แสดงต้นทุนในการจัดการเก็บเกี่ยวลำไยให้เห็นอย่างชัดเจนจึงไม่สามารถยืนยันได้อย่างแน่นอนว่า ชาวสวนที่ทำการเก็บขายเองได้รับราคาขายสุทธิสูงกว่าชาวสวนที่ทำการขายเหมาสวน

สำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะทำการศึกษาและเปรียบเทียบราคาขายสุทธิของชาวสวนที่ทำการขายเหมาสวนกับชาวสวนที่ทำการเก็บลำไยขายเองในช่วงปี 2526-2528 เพื่อที่จะได้ทราบข้อมูลด้านราคา และผลตอบแทนในการรับภาระความเสี่ยงทางด้านผลผลิตและการตลาดสำหรับชาวสวนที่ทำการเก็บลำไยขายเองซึ่งไม่มีผู้ใดทำการศึกษาไว้เลย

ค. ต้นทุนการตลาดและส่วนเหลือจากการตลาดลำไย ไพฑูรย์ รอดวินิจ (2526) ได้ให้ความหมายของต้นทุนและส่วนเหลือจากการตลาดไว้ดังนี้ คือ

ตารางที่ 2.1

เปรียบเทียบราคาขายลำไยของชาวสวนที่ทำการขายที่ตลาดเชียงใหม่-
ลำพูนกับราคาขายลำไยของสวนเมื่อทำการฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ
ในปี 2525

หน่วย : บาท/กิโลกรัม

รายการ	เกรดเอ	เกรดบี	เกรดซี
1. ราคาขายลำไยที่ชาวสวนได้รับเมื่อขายที่ตลาดเชียงใหม่-ลำพูน	17.00	13.58	10.08
2. ราคาขายลำไยที่ชาวสวนได้รับเมื่อทำการฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ	19.17	13.33	8.33
3. ต้นทุนการตลาดจากการนำลำไยไปฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ	3.12	2.53	2.03
4. ราคาขายลำไยสุทธิที่ชาวสวนได้รับเมื่อทำการฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ	16.05	10.08	6.30
5. ราคาขายลำไยที่ตลาดเชียงใหม่-ลำพูนสูงกว่าราคาขายสุทธิเมื่อทำการฝากขายในตลาดกรุงเทพฯ	0.95	2.75	3.78
	(4.96)	(20.86)	(45.38)

ที่มา : สมพัชรวรรณ สิทธิสังข์

หมายเหตุ : () หมายถึงร้อยละของราคาขายลำไยในตลาดกรุงเทพฯ

- ต้นทุนการตลาด (MARKETING COST) หมายถึงค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินอันเกิดขึ้นเนื่องจากการทำหน้าที่การตลาดต่าง ๆ เพื่อให้สินค้าและบริการสามารถเคลื่อนจากมือผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค เช่น ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง , เก็บรักษา , แปรรูป , บรรจุหีบห่อ , ประกันภัย และอื่น ๆ

- ส่วนเหลือการตลาด (MARKETING MARGIN) คือความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าที่ผู้บริโภคจ่ายกับราคาที่ได้รับในหน่วยเดียวกัน ในกรณีที่ต้นทุนการตลาดได้รวมกำไรของผู้ประกอบการการตลาดไว้แล้วนั้นคือส่วนเหลือการตลาดนั่นเอง สูตรในการคำนวณหาส่วนเหลือการตลาดมีดังนี้คือ

$$\text{ส่วนเหลือการตลาด} = \frac{\text{ราคาผู้บริโภคจ่าย} - \text{ราคาที่ชาวสวนได้รับ}}{\text{ราคาผู้บริโภคจ่าย}} \times 100$$

การศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2525) พบว่า ราคาขายลำไยของชาวสวนพ่อค้าขายส่งในเชียงใหม่และลำพูน , พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ และพ่อค้าขายปลีก ประมาณกิโลกรัมละ 12.50 , 15.50 , 20.25 และ 24 บาทตามลำดับ โดยเป็นส่วนเหลือการตลาดในขั้นตอนของการจำหน่ายลำไยของชาวสวนและพ่อค้าแต่ละระดับคือ ร้อยละ 12.5 , 19.79 และ 15.63 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.2 นอกจากนั้นยังทำการศึกษาร้อยละส่วนเหลือการตลาดระหว่างชาวสวนกับผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูนอีกด้วยซึ่งมีวิธีการคือ ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี โดยเฉลี่ยประมาณ 21 บาท/กิโลกรัม กำหนดให้เท่ากับ 100 สำหรับส่วนแบ่งของชาวสวนเท่ากับ 17 บาท/กิโลกรัม ดังนั้นส่วนเหลือการตลาดลำไยเท่ากับร้อยละ 19.05 ของราคาส่งออก ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.2

ส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายการตลาดลำไยของพ่อค้าระดับต่าง ๆ ปี 2525

รายการ	จำนวนเงิน(บาท/กก.)	ร้อยละของราคาขายปลีก
ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรได้รับ	12.50	52.08
ค่าขนส่ง	0.08	0.33
ค่าแรงงาน	0.084	0.35
ค่าภาชนะหีบห่อ	0.596	2.48
ค่าดอกเบี้ย	0.538	2.24
ค่าเสื่อมเครื่องมือเครื่องใช้	0.008	0.03
ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน	0.042	0.18
ค่าสูญเสียน้ำหนัก	0.050	0.21
ค่านายหน้า	0.410	1.71
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	0.016	0.07
กำไรของพ่อค้าขายส่งในจังหวัด ส่วนเหลือ	1.176 3.00	4.90 12.50
ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าขายส่งในจังหวัดได้รับ	15.50	64.58
ค่าขนส่ง	1.20	5.00
ค่าแรงงาน	0.09	0.37
ค่าดอกเบี้ย	0.315	1.31
ค่าเสื่อมเครื่องมือเครื่องใช้	0.003	0.01
ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน	0.467	1.95
ค่าสูญเสียน้ำหนัก	0.079	0.33
ค่านายหน้า	0.840	3.50
ค่าเช่าสำนักงานและแผง	0.040	0.17
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	0.010	0.04
กำไรของพ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ ส่วนเหลือ	1.706 4.75	7.11 19.79
ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ ได้รับ	20.25	84.37

รายการ	จำนวนเงิน(บาท/กก.)	ร้อยละของราคาขายปลีก
ค่าขนส่ง	0.30	1.25
ค่าแรงงานของพ่อค้า	0.28	1.17
ค่าภาษีระหับหื้อ	0.163	0.68
ค่าเสื่อมเครื่องมือเครื่องใช้	0.006	0.02
ค่าสูญเสียน้ำหนักและสีคุณภาพ	0.660	2.75
ค่าเช่าแผง	0.184	0.77
กำไรของพ่อค้าขายปลีก	2.157	8.99
ส่วนเหลืออม	3.75	15.63
ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้าขายปลีกได้รับ	24.00	100

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 2.3

ส่วนเสื่อมและค่าใช้จ่ายการตลาดค่าใช้จ่ายเกรดเอของพ่อค้า
ส่งออก * ปี 2525

รายการ	จำนวนเงิน(บาท/กก.)	ร้อยละของราคาส่งออก
ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรได้รับ	17.00	80.95
ค่าแรงงาน	0.094	0.45
ค่าภาษีหน้ที่หอ	0.596	2.84
ค่าดอกเบี้ย	0.048	0.23
ค่าสูญเสียน้ำหนัก	0.045	0.21
ค่าขนส่งจากเชียงใหม่ - กรุงเทพฯ	0.80	3.81
ค่าบริการศุลกากร	0.46	2.19
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (ค่าโทรศัพท์, เครื่องเขียน ฯลฯ)	0.027	0.13
กำไรของพ่อค้าส่งออก	1.93	9.19
ส่วนเสื่อม	4.00	19.05
ราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี. ของพ่อค้าส่งออก	21.00	100

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หมายเหตุ : * จากการสำรวจพ่อค้าส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนการศึกษาของสมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ (2527) ทำการศึกษาส่วนเหลือจากการตลาดลำไย
เกรดเอที่ทำการส่งออกไปยังตลาดฮ่องกง ดังตารางที่ 2.4

ตัวร่างที่ 2.4 ส่วนเหลือจากการตลาดลำไยเกรดเอของพ่อค้าที่ทำการส่งออกตลาดฮ่องกงปี 2525

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
1. ราคาลำไยส่งออก	28.57	100.00
2. ราคาลำไยที่ชาวสวนได้รับ	17.00	59.50
3. ส่วนเหลือจากการตลาด	11.57	40.50
- ต้นทุนการตลาด	5.00	17.60
- กำไรของพ่อค้าส่งออก	6.57	23.00

ที่มา : สมพัทธวรรณ สิทธิสังข์

จากตารางจะเห็นได้ว่าราคาลำไยที่ชาวสวนได้รับประมาณ 17 บาท/กิโลกรัมหรือคิดเป็น
ร้อยละ 59.5 ของราคาลำไยส่งออก ดังนั้นส่วนเหลือจากการตลาดลำไยเพื่อการส่งออกจะเท่ากับร้อย
ละ 40.5 ของราคาส่งออก ซึ่งในจำนวนนี้จะเป็นต้นทุนการตลาดและกำไรของพ่อค้าส่งออกประมาณ
ร้อยละ 17.6 และ 23 ตามลำดับ

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องต้นทุนและส่วนเหลือจากการตลาดจะพบว่า ต้นทุนการตลาด
สำหรับการเคลื่อนย้ายลำไยจากเชียงใหม่-ลำพูน ไปยังตลาดกรุงเทพฯ ประมาณ 2.00-3.50 บาท/
กิโลกรัม และตลาดต่างประเทศประมาณ 5 บาท/กิโลกรัม สำหรับส่วนเหลือจากการตลาดลำไยนั้นจะ
เห็นได้ว่าส่วนเหลือจากการตลาดลำไยจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ถ้าลำไยผ่านขั้นตอนของพ่อค้าหลายระดับ
กว่าจะถึงมือผู้บริโภค ทางด้านส่วนเหลือจากการตลาดลำไยเพื่อการส่งออกนั้นก็มีผู้ทำการศึกษาสองท่านคือ
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2525) และสมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ (2527) ซึ่งใช้ข้อมูลปี 2525

เช่นเดียวกัน แต่ราคาลำไยส่งออกในการศึกษาของสมพัทธวรรณ สิทธิสังข์สูงกว่าการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรประมาณ 7.52 บาท/กิโลกรัม ในขณะที่ราคาลำไยที่ชาวสวนได้รับเท่ากัน ซึ่งมีผลทำให้ส่วนเหลืออมการตลาดของทั้งสองท่านแตกต่างกันถึงร้อยละ 21.45 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการศึกษาของสมพัทธวรรณ สิทธิสังข์เน้นเฉพาะการส่งออกไปยังตลาดฮ่องกงเพียงตลาดเดียวเท่านั้น สำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะทำการ ศึกษาส่วนเหลืออมการตลาดระหว่างชาวสวนที่ทำการขายเหมาสวน กับชาวสวนที่ทำการเก็บขายเอง , ส่วนเหลืออมการตลาดระหว่างชาวสวนกับพ่อค้าในเชียงใหม่ - ลำพูนและตลาดกรุงเทพฯ และส่วนเหลืออมการตลาดลำไยของพ่อค้าส่งออกในตลาดสิงคโปร์ , ฮ่องกง และมาเลเซียในปี 2526-2528

สรุปได้ว่างานวิจัยเกี่ยวกับระบบการตลาดและราคาลำไยเท่าที่ผ่านมาสามารถแยกกลุ่ม ผู้ที่ทำการศึกษาได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มที่ศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากการค้นคว้าจากเอกสาร , งานการศึกษาของบุคคลอื่น และสถิติต่าง ๆ จากหน่วยงานราชการเพียงอย่างเดียวโดยไม่ได้ทำการสอบถามข้อมูลจากชาวสวน ลำไยและพ่อค้าโดยตรง ทั้งนี้เนื่องจากต้องการรายงานถึงภาวะการผลิต , การตลาด , โครงสร้าง และราคาลำไยในลักษณะกว้าง ๆ เท่านั้นเองจึงมีผลทำให้งานการศึกษานี้ไม่แตกต่างจากงานอื่น ๆ มากนัก ผู้ที่ทำการศึกษารูปแบบนี้ได้แก่ สุภาพรรณ หาญเทพินทร์ (2520) , ธนาคารกสิกรไทย (2527)

2. กลุ่มที่ศึกษาโดยการสอบถามชาวสวนลำไยและพ่อค้าประกอบการค้นคว้าจากเอกสาร และสถิติต่าง ๆ จากหน่วยงานราชการซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

- 2.1 การศึกษาที่ไม่ระบุจำนวนตัวอย่างที่ทำการสอบถาม ซึ่งได้แก่ ประสาน - วัฒนากุล (2509-2510) , ขนิษฐา เล็กสวัสดิ์ (2521) , สำนักงานเกษตรภาคเหนือ (2523) , สมพิศ อยุ่วิจิตรและคณะ (2526) และศักดิ์ ศรีสังคม (2527)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า กลุ่มคนเหล่านี้มีวิธีการศึกษาแตกต่างกันทั้งในด้านพื้นที่ที่ทำการศึกษา , ระยะเวลา , ขอบเขตและประเด็นสำคัญในการศึกษา กล่าวคือ ประสาน วัฒนากุล (2509-2510) ทำการศึกษาโดยใช้กับข้อมูลในปี 2503-2507 โดยการค้นคว้าจากเอกสาร , สถิติต่าง ๆ ตลอดจนการสอบถามเจ้าหน้าที่ในหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษามุ่งศึกษาการตลาดลำไย , โครงสร้าง และราคาในลักษณะต่าง ๆ อย่างกว้าง ๆ โดยไม่มีการแยกเป็นหัวข้อที่น่าสนใจและที่สำคัญให้เห็นอย่างเด่นชัด ทั้งนี้อาจเนื่องจากการศึกษาในระยะแรกซึ่งข้อมูลมีจำกัดและไม่แพร่หลายมากนัก ดังนั้นจึงไม่สามารถทำการศึกษาแบบเจาะลึกในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งโดยเฉพาะได้เพียงแต่ต้องการแสดงให้เห็นภาพรวมอย่างกว้าง ๆ ของระบบการตลาดและโครงสร้างราคาลำไยเท่านั้นเอง อย่างไรก็ตามงานการศึกษานี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้เกี่ยวข้องเรื่องลำไยในขณะนั้นและผู้สนใจจะทำการศึกษาต่อไปเป็นอันมาก

สำหรับชนิษฐา เล็กสวัสดิ์ (2521) ทำการสำรวจอย่างชาวสวนในอำเภอบ้านไร่ จังหวัดลำพูน และอำเภอสาร์ภักดิ์ จังหวัดเชียงใหม่ และจากการสอบถามพ่อค้าท้องถิ่นอีก 5 รายในปี 2521 การศึกษานี้ มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของราคาลำไยในตลาดกรุงเทพฯ กับจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ซึ่งมีสมมติฐานว่าราคาซื้อขายลำไยของพ่อค้าชายส่งในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนขึ้นอยู่กับราคาซื้อขายของพ่อค้าชายส่งในตลาดกรุงเทพฯ ผลการศึกษาปรากฏว่าราคาลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนขึ้นอยู่กับราคาในตลาดกรุงเทพฯ เพียง 26% ทั้งนี้เนื่องจากในปี 2521 นั้น ปริมาณผลผลิตลำไยมีน้อยกว่าทุก ๆ ปีที่ผ่านมาประกอบกับข้อมูลตัวอย่างที่ทำการศึกษามีน้อยเกินไปจึงทำให้ความสัมพันธ์ของราคาทั้งสองตลาดแสดงให้เห็นไม่ชัดเจนเท่าที่ควร การศึกษานี้เป็นเพียงปัญหาพิเศษของการศึกษาในระดับปริญญาตรีและทำการศึกษาในระยะเวลาค่อนข้างจำกัดจึงทำให้ผลการศึกษาไม่ละเอียดเท่าที่ควรและเน้นการศึกษาเป็นบางประเด็นเท่านั้นเอง

ส่วนสำนักงานเกษตรภาคเหนือ (2523) ทำการศึกษาเฉพาะการตลาดลำไยสันป่าตอง ซึ่งเป็นตลาดลำไยที่สำคัญตลาดหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่โดยทำการส่งเจ้าหน้าที่ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอสันป่าตองทำการสอบถามและสำรวจปริมาณการซื้อขายลำไยในตลาดแห่งนี้ตั้งแต่ต้นเดือนกรกฎาคมจนถึงวันที่ 5 กันยายน 2523 การศึกษานี้เป็นเพียงการรายงานพฤติกรรมการซื้อขายลำไยระหว่างชาวสวนและพ่อค้าระดับต่าง ๆ ในช่วงฤดูลำไย ทั้งนี้เนื่องจากระยะเวลาในการศึกษาค่อนข้างจำกัด

สำหรับสมพิศ อยุธยาจิตรและคณะ (2526) ทำการสอบถามชาวสวนและพ่อค้าในอำเภอเมือง สารภี และสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอเมือง , ป่าซาง และบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน ในช่วงเดือนสิงหาคม 2526 การศึกษานี้เป็นการรายงานถึงกลไกการตลาดลำไย , ปัญหาการตลาดและมาตรการในการแทรกแซงตลาดลำไยทั้งภายในและต่างประเทศซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญที่ได้รับความสนใจจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง แต่เป็นเพียงการรายงานถึงผลการศึกษาอย่างคร่าว ๆ คล้ายกับผู้ศึกษารายอื่น ๆ เนื่องจากเวลาในการศึกษาและข้อมูล มีค่อนข้างจำกัด

ส่วนศักดิ์ ศรีสังคม (2527) ทำการศึกษารูปแบบการขายเหมาสวนของชาวสวนและข้อคิดเห็นบางประการต่อนโยบายการแทรกแซงการตลาดโดยรัฐ โดยใช้ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสอบถามชาวสวนในจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูนปี 2526 ซึ่งการศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการสัมมนาวิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตรระดับปริญญาตรีจึงมีขอบเขตการศึกษาค่อนข้างจำกัดทั้งในเรื่องกลุ่มตัวอย่างและเวลาในการศึกษา แต่อย่างไรก็ตามการศึกษานี้แสดงรายละเอียดถึงเหตุผลที่ชาวสวนต้องทำการขายเหมาสวนได้ชัดเจนทีเดียว แต่ก็ยังไม่ได้ศึกษาถึงเหตุผลที่แท้จริงที่ชาวสวนทำการตัดสินใจขายเหมาสวน

2.2 การศึกษาที่ระบุจำนวนตัวอย่างที่ทำการสอบถาม เช่น สำนักงานเศรษฐกิจ - การเกษตร (2525) , กนก ฤกษ์เกษม (2526) และสมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ (2527) ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะมีขอบเขตและรายละเอียดในการศึกษาแตกต่างกันบ้างดังนี้ คือ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2525) ทำการศึกษาการตลาดลำไยโดยทำการสุ่มตัวอย่างเกษตรกรแบบ STRATIFIED RANDOM SAMPLING ซึ่งทำการสำรวจเกษตรกรร้อยละ 3 ของจำนวนครัวเรือนในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนในวันที่ 4-19 สิงหาคม 2525 การศึกษานี้เป็นเพียงการรายงานถึงโครงสร้างการตลาด , วิถีการตลาดลำไย , ระบบการขนส่งลำไยและความเคลื่อนไหวของราคาลำไยเฉพาะปี 2525 เท่านั้น

สำหรับกนก ฤกษ์เกษม (2526) ทำการสำรวจข้อมูลจากชาวสวน 20 รายและพ่อค้า 10 ราย แต่ไม่ได้ระบุพื้นที่ที่ทำการศึกษาให้ชัดเจนซึ่งการศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดกลางลำไยขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนและยังทำการศึกษาสภาพโดยทั่วไปของชาวสวนลำไย

ทั้งในด้านการผลิต , การตลาด และโครงสร้างของราคาอย่างกว้าง ๆ

ส่วนสมพัภวรณ สิทธิสังข์ (2527) ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลในปี 2525 เพียงปีเดียว และจำนวนตัวอย่างนั้นพิจารณาเลือกโดยใช้อัตราร้อยละ 2 ของพื้นที่ปลูกลำไยของเชียงใหม่และลำพูนในปี 2525 ทารด้วยจำนวนเนื้อที่ปลูกลำไยต่อครัวเรือนของแต่ละจังหวัดซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างของชาวสวนในจังหวัดเชียงใหม่ 66 ครัวเรือนและลำพูน 49 ครัวเรือนรวมเป็น 115 ครัวเรือน จากนั้นจะทำการแบ่งแยกรายอำเภอที่จะทำการศึกษาดังนี้

จังหวัดเชียงใหม่

อำเภอเมือง	11	ครัวเรือน
อำเภอสารภี	27	ครัวเรือน
อำเภอหางดง	15	ครัวเรือน
อำเภอสันทราย	13	ครัวเรือน

จังหวัดลำพูน

อำเภอเมือง	30	ครัวเรือน
อำเภอป่าซาง	19	ครัวเรือน

จากนั้นทำการแบ่งชาวสวนออกเป็น 3 ขนาดโดยใช้จำนวนต้นลำไยที่ปลูกเป็นเกณฑ์กำหนด คือ ชาวสวนขนาดเล็กทำการปลูกลำไย 1-50 ต้น , ขนาดกลางปลูกลำไย 51-100 ต้น และขนาดใหญ่ทำการปลูกลำไย 101 ต้นขึ้นไปและยังทำการสอบถามพ่อค้าในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน 6 ราย พ่อค้าในกรุงเทพฯ 2 ราย และผู้ส่งออกอีก 3 ราย

ผลการศึกษาส่วนใหญ่จะเสนอในรูปของการหาค่าร้อยละและตารางประกอบโดยเน้นทางด้านระบบการผลิตและการตลาดลำไยรวมทั้งการเสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาการผลิตและการตลาดโดยให้ชาวสวนรวมกลุ่มดำเนินการในรูปสหกรณ์ (ขณะศึกษาอยู่นั้นยังไม่มีการจัดตั้งสหกรณ์ชาวสวนลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน) เนื่องจากเห็นว่าระบบสหกรณ์นี้สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ และประสบความสำเร็จ

สำเร็จในประเทศญี่ปุ่นและเนเธอร์แลนด์ จึงเสนอแนะให้ดัดแปลงรูปแบบสหกรณ์ของประเทศทั้งสองนำมาประยุกต์ใช้กับประเทศไทย

ในปัจจุบันนี้ชาวสวนลำไยได้มีการรวมกลุ่มจัดตั้งสหกรณ์ชาวสวนลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนตั้งแต่ปี 2526 เพื่อที่จะรักษาผลประโยชน์ระหว่างชาวสวนที่เป็นสมาชิกและเพื่อก่อให้เกิดอำนาจต่อรองกับพ่อค้าทุกประเภทและสหกรณ์นี้ยังได้รับอนุญาตให้ทำการส่งออกลำไยไปยังตลาดต่างประเทศได้โดยไม่ต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งออกผักและผลไม้ไทยอีกด้วย แต่การดำเนินงานของสหกรณ์เท่าที่ผ่านมาแล้วยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากชาวสวนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงผลประโยชน์จากการรวมกลุ่มอย่างถ่องแท้จึงขาดความร่วมมือการปฏิบัติอย่างจริงจังจากชาวสวน , สหกรณ์ และภาครัฐบาล ส่วนทางด้านตลาดต่างประเทศนั้นสหกรณ์ฯ ยังเป็นหน่วยงานใหม่สำหรับตลาดส่งออกลำไยซึ่งบุคลากรยังขาดประสบการณ์และการจัดการในการติดต่อกับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นจำเป็นจะต้องใช้เวลาในการศึกษาตลาดส่งออกให้มากกว่านี้เพื่อหาช่องทางในการขยายตลาดต่างประเทศให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

2.2 กรอบของการวิเคราะห์

ตำบลท่ากว้างและตำบลหนองข้างคีนเป็นแหล่งปลูกลำไยที่สำคัญที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ซึ่งทั้งสองตำบลนี้มีพื้นที่ติดต่อกันและมีคุณลักษณะของดินและอากาศที่คล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ยังอยู่ในเขตชลประทานแม่ปิงเก่าจึงมีน้ำใช้ตลอดเวลา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยต่อการทำสวนลำไยเป็นอันมาก ผลผลิตลำไยจึงมีคุณภาพดีทั้งด้านผลใหญ่ , เนื้อหนา และรสหวานกรอบ ซึ่งมีผลทำให้สองตำบลนี้มีชื่อเสียงทางด้านการทำสวนลำไยและรายได้ที่ได้รับจากสวนลำไยจะเป็นรายได้หลักของประชาชนในบริเวณนี้ ดังนั้นการศึกษาถึงรายได้และการตลาดของชาวสวนลำไยในตำบลท่ากว้างและหนองข้างคีนจึงเป็นเรื่องที่ควรให้ความสนใจเป็นอย่างมากซึ่งจะทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดลำไยที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

2.2.1 สมมติฐานในการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่า การขายเหมาสวนปีต่อปีและการเก็บลำไยขายเอง เป็นรูปแบบการขายที่ได้รับความนิยมจากชาวสวนมากที่สุดและเป็นที่เข้าใจกันว่ารายได้สุทธิจากการเก็บลำไยขายเองนั้นจะมากกว่ารายได้จากการขายเหมาสวน ซึ่งปัจจัยนี้จึงเป็นสิ่งจูงใจทำให้ชาวสวนเก็บขายเอง แต่เหตุใดจึงยังมีชาวสวนเกือบครึ่งหนึ่งของชาวสวนทั้งหมดทำการขายเหมาสวนอยู่ ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ไม่มีผู้ใดทำการศึกษาระบบเจาะลึกถึงปัจจัยที่แท้จริงที่กำหนดให้ชาวสวนทำการขายเหมาสวนหรือทำการเก็บขายเอง ดังนั้นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเน้นศึกษาในเรื่องนี้ โดยในส่วนแรกจะทำการศึกษาดังเหตุผลสำคัญที่ทำให้ชาวสวนทำการเก็บขายเองก่อน จากนั้นจะทำการศึกษาดังปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวสวนเลือกรูปแบบการขายเหมาสวนแทนที่จะทำการเก็บขายเอง และต้องการพิสูจน์ว่าการขายเหมาสวนของชาวสวนเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับชาวสวนที่ทำการตัดสินใจขายเหมาสวนไป

จากงานวิจัยที่ผ่านมาข้อมูลสรุปว่า สาเหตุที่ชาวสวนนิยมทำการขายเหมาสวนนั้นประการแรก ได้แก่ ต้องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทางด้านผลผลิต ประการที่สองเป็นเพราะว่าชาวสวนขาดแคลนแรงงานในครอบครัวที่มีความสามารถในการเก็บเกี่ยวลำไย แต่ในการศึกษาคั้งนี้จะมีสมมติฐานหลักว่าปัจจัยที่ทำให้ชาวสวนขายเหมาสวนนั้น ได้แก่

ก. การจัดการแรงงานในการเก็บเกี่ยวลำไย การเก็บเกี่ยวลำไยในแต่ละขั้นตอนนั้นจะต้องใช้แรงงานที่มีทักษะและความสามารถเฉพาะอย่างสำหรับการขึ้นต้นลำไยและบรรจุหีบห่อ ซึ่งจะมีผลทำให้ลำไยร่วงหรือเกิดความเสียหายน้อยที่สุด ดังนั้นชาวสวนที่ไม่มีความสามารถในการจัดการแรงงานเพื่อการเก็บเกี่ยวลำไยหรือไม่เต็มใจที่จะจัดการแล้วจะทำการขายเหมาสวนไป แต่ถ้าชาวสวนรายใดเต็มใจที่จะรับภาระในการจัดการแรงงานสำหรับการเก็บเกี่ยวลำไยเองก็จะทำการเก็บขายเอง

ข. ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงิน ในช่วงก่อนที่จะทำการเก็บเกี่ยวลำไยนั้น ชาวสวนอาจมีรายจ่ายที่จะต้องจ่ายอย่างกะทันหันซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้ เช่น รายจ่ายเพื่อการลงทุนหรือซื้อสวนลำไยแห่งใหม่ , สร้างหรือซ่อมแซมที่อยู่อาศัยซึ่งได้ดำเนินการไว้แล้ว , รายจ่ายเพื่อการศึกษาของบุตรธิดา , ค่ารักษาพยาบาลและรายจ่ายเพื่อการซื้อเหมาสวนจากสวนอื่น ๆ และในเวลาเดียว

กันชาวสวนมีรายได้(เงิน)ไม่เพียงพอในช่วงเวลานั้น ชาวสวนจะมีทางเลือกในการหารายได้
ได้หลายทาง เช่น ทำการกู้ยืมเงินจากพ่อค้านายทุนในท้องถิ่นซึ่งจะต้องเสียดอกเบี้ยถึงร้อยละ 5
ต่อเดือน หรือทำการขายเหมาสวนในช่วงเวลานั้น เพราะจะมีพ่อค้าเข้ามาทำการติดต่อรับซื้อเหมา
สวนอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นชาวสวนผู้ซึ่งมีเหตุผลจะพยายามหารายได้ที่จะทำให้เสียต้นทุนน้อยที่สุด
นั่นคือชาวสวนจะทำการประมาณรายได้จากการขายเหมาสวนบวกกับค่าเสียโอกาสของเงินที่ตน
เผชิญอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ แล้วเปรียบเทียบกับรายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากการเก็บขายเอง
ถ้ารายได้จากการขายเหมาสวนมากกว่ารายได้จากการเก็บขายเอง ชาวสวนก็จะทำการขายเหมา
สวน แต่ถ้ารายได้จากการขายเหมาสวนน้อยกว่า ชาวสวนก็จะเลือกทำการเก็บขายเอง

สมมติฐานข้างต้นนี้จะทำการทดสอบโดยใช้วิธีการทางสถิติวิธีหนึ่งคือการใช้ F-TEST
ซึ่งจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไปในบทที่ 5

นอกจากนั้นยังจะทำการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ อีก คือ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ
และรูปแบบการจำหน่ายลำไยของชาวสวน , ผลตอบแทนในการรับภาระความเสี่ยงทางด้าน
ผลผลิตและการตลาดของชาวสวนที่ทำการเก็บขายเอง , การเปรียบเทียบราคาขายสุทธิของ
การขายเหมาสวนในแต่ละช่วงเวลาที่เกิดการขายเหมาสวน , การเปรียบเทียบผลตอบแทน
ของการทำสวนลำไยกับพืชเศรษฐกิจบางชนิดในพื้นที่ตัวอย่างนั้น และตลาดลำไยส่งออก

2.2.2 การแบ่งขนาดของตัวอย่าง

ในการศึกษานี้จะทำการแบ่งชาวสวนออกเป็น 3 ขนาดเช่นเดียวกับงานวิจัยของสมพัทธวรรณ
สิทธิสังข์(2527) แต่สมพัทธวรรณ สิทธิสังข์ทำการแบ่งขนาดของสวนตามจำนวนต้นลำไยที่ปลูกคือสวน
ขนาดเล็กทำการปลูกลำไย 1-50 ต้น , สวนขนาดกลางทำการปลูกลำไย 51-100 ต้น และสวนขนาด
ใหญ่ปลูกลำไยตั้งแต่ 101 ต้นขึ้นไป แต่งานวิจัยนี้ไม่ได้กล่าวถึงเหตุผลที่แบ่งชาวสวนลำไยในลักษณะนี้
สำหรับวิทยานิพนธ์นี้จะทำการแบ่งขนาดของสวนโดยใช้พื้นที่ทำการปลูกลำไยเป็นหลักคือ ชาวสวน

ขนาดเล็กทำการปลูกลำไยน้อยกว่า 6 ไร่ , ขนาดกลางปลูกลำไย 6-30 ไร่ และขนาดใหญ่ปลูกลำไยมากกว่า 30 ไร่ขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากชาวสวนแต่ละขนาดเหล่านี้ทำการบำรุงรักษาสวนและใช้เทคโนโลยีในการปลูกแตกต่างกัน กล่าวคือ ชาวสวนขนาดเล็กมักใช้เทคนิคการผลิตและการบำรุงรักษาสวนแบบดั้งเดิมที่บรรพบุรุษเคยทำมาก่อน ดังนั้นต้นทุนในการบำรุงรักษาสวนจึงไม่สูงมากนักสวนชาวสวนขนาดกลางนั้นจะให้ความสนใจดูแลรักษาสวนต่อไร่มากกว่า ต้นทุนในการบำรุงรักษาสวนจึงสูงกว่าชาวสวนขนาดเล็ก สำหรับชาวสวนขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยและมักนิยมทำการเก็บลำไยขายเองทั้งภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ อนึ่งสวนขนาดกลางที่จะทำการศึกษานี้ไม่จำเป็นจะต้องเป็นสวนผืนเดียวติดต่อกันเพราะเทคนิคการผลิตที่ใช้ไม่ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเท่าที่ควรและจากการสำรวจชาวสวนขนาดกลางในตำบลท่ากว้างและหนองช้างค้ำพบว่าสวนลำไยที่เป็นผืนเดียวกันมีเพียงร้อยละ 40 ของสวนลำไยขนาดกลางทั้งหมด นอกนั้นชาวสวนขนาดกลางนี้จะมีสวนลำไยหลายที่ซึ่งเมื่อรวมพื้นที่ที่ปลูกลำไยแล้วจัดว่าทำการปลูกลำไย 6-30 ไร่ ทั้งนี้เนื่องจากทั้งสองตำบลนี้เป็นแหล่งปลูกลำไยดั้งเดิมของจังหวัดซึ่งในระยะแรกนั้นชาวสวนมักจะทำการปลูกลำไยในบริเวณบ้านที่อยู่อาศัยจำนวนไม่มากนัก แต่ต่อมาจะขยายพื้นที่ปลูกในบริเวณที่เปลือยอยู่และใกล้เคียงซึ่งบางครั้งอาจอยู่ต่างหมู่บ้านกัน

2.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นจังหวัดที่จะทำการศึกษาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 19 อำเภอ และ 1 กิ่งอำเภอ ส่วนจังหวัดลำพูนนั้นแบ่งเขตการปกครองเป็น 5 อำเภอและ 1 กิ่งอำเภอ ประชาชนส่วนใหญ่ของสองจังหวัดนี้มีอาชีพเกษตรกรรมซึ่งการทำสวนลำไยเป็นอาชีพที่สำคัญอย่างหนึ่งของสองจังหวัดนี้ จากสถิติของสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนในปี 2527/2528 พื้นที่ทำการปลูกลำไยทั้งสิ้นมีประมาณ 32,967 และ 26,720 ไร่ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายอำเภอและตำบลแล้วพบว่า ตำบลท่ากว้าง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ และตำบลหนองช้างค้ำ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เป็นแหล่งปลูกลำไยที่สำคัญที่สุดโดยมีพื้นที่ปลูกลำไย/ครัวเรือนของชาวสวนลำไยสูงถึง 1.10 และ 1.66 ไร่/ครัวเรือน (ตารางที่ 2.5) และจากการสอบถามกำนันและผู้ใหญ่บ้านทั้งสองพื้นที่ดังกล่าวพบว่า ตำบลท่ากว้าง อำเภอสารภีมีชาวสวนลำไยประมาณ 583 ครัวเรือนซึ่งในจำนวนนี้เป็นชาวสวนขนาดเล็กประมาณ 493 ครัวเรือนและที่เหลือจะเป็นชาวสวนขนาด

ตารางที่ 2.5 จำนวนชาวสวนลำไยและพื้นที่ปลูกลำไยของชาวสวนในตำบลท่ากว้าง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ และ ตำบลหนองช้างตน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ปี 2527/2528

รายการ	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดลำพูน
	ตำบลท่ากว้าง	อำเภอสารภี	
1. ชาวสวนลำไย (ครัวเรือน)	583	8,417	25,067
2. พื้นที่ปลูกลำไย (ไร่)	641	7,191	9,394
3. พื้นที่ปลูกลำไย/ครัวเรือนของชาวสวนลำไย (ไร่/ครัวเรือน)	1.10	1.17	0.37

ที่มา
 1. สำนักงานเกษตรอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
 2. สำนักงานเกษตรอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

กลางประมาณ 90 ครัวเรือน ส่วนตำบลหนองข้างคันทน์ อำเภอเมืองนั้นมีชาวสวนลำไยทั้งสิ้น 895 ครัวเรือนซึ่งในจำนวนนี้เป็นชาวสวนขนาดเล็ก 603 ครัวเรือนและที่เหลือจะเป็นชาวสวนขนาดกลาง 292 ครัวเรือน

สำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะทำการศึกษาคำตลาดและรายได้ของชาวสวนลำไยในจังหวัด เชียงใหม่และลำพูนโดยจะเลือกสุ่มตัวอย่างชาวสวนแบบเฉพาะเจาะจงจากพื้นที่ที่ติดต่อกันทั้งเป็น แหล่งปลูกลำไยที่สำคัญและมีคุณภาพดีที่สุด นอกจากนั้นยังจะต้องเป็นแหล่งที่มีชาวสวนทั้งชาวสวนขนาดเล็กและขนาดกลางรวมอยู่ด้วย

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ชาวสวนลำไยในตำบลท่ากว้าง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ และตำบลหนองข้างคันทน์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จึงเป็นกลุ่มประชากรตัวอย่างที่จะทำการศึกษา โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างชาวสวนแบบแบ่งเป็นพวก (STRATIFIED RANDOM SAMPLING) ซึ่งจะทำให้ การสอบถามชาวสวนร้อยละ 5 ของจำนวนครัวเรือนทั้งสองตำบลดังกล่าวข้างต้น ปรากฏผลดังนี้คือ

1. ชาวสวนขนาดเล็ก

- ตำบลท่ากว้าง	24	ครัวเรือน
- ตำบลหนองข้างคันทน์	30	ครัวเรือน

2. ชาวสวนขนาดกลาง

- ตำบลท่ากว้าง	5	ครัวเรือน
- ตำบลหนองข้างคันทน์	15	ครัวเรือน

รวมทั้งหมด 74 ครัวเรือน

และยังจะทำการสอบถามชาวสวนขนาดใหญ่ที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยและเน้นการผลิตเพื่อการค้าต่างประเทศของจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูน 3 ราย , พ่อค้าระดับต่าง ๆ เช่น พ่อค้าระดับท้องถิ่น 8 ราย , ตัวแทนของผู้ส่งออกทั้งในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่-ลำพูน 3 ราย และผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของเชียงใหม่-ลำพูน 4 ราย

นอกจากนี้ จะทำการเก็บรวบรวมจากเอกสารและสถิติตัวเลขต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ข้อมูลของ

- สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน , สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ฯ

- พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน , สำนักงานการค้าเขต 5 จังหวัดเชียงใหม่ กรม-
การค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

- กรมการค้าต่างประเทศ , กรมศุลกากร กระทรวงการต่างประเทศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved