

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

โครงสร้างตลาดและวิถีตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง  
ปีการผลิต 2543

ชื่อผู้เขียน

นายสมพร นันทะชัย

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. ดร. เสถียร ศรีบุญเรือง

ประธานกรรมการ

รศ. ดร. พิชิต ธานี

กรรมการ

ผศ. วชิร พุกยกานนท์

กรรมการ

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่องโครงสร้างตลาดและวิถีการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งปีการผลิต 2543 มี วัตถุประสงค์ 4 ประการคือ ประการที่หนึ่ง เพื่อศึกษาโครงสร้างและวิถีการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ประการที่สอง เพื่อศึกษาการบริหารจัดการทางด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ ลำไยอบแห้ง ประการที่สาม ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง และ ประการที่สี่ หามาตรการเชิงนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

ผลการศึกษาพบว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งมีลักษณะโครงสร้างเป็นตลาดซึ่งมีผู้ผลิต รายย่อยขนาดเล็กจำนวนมากตลาดรับซื้อผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งมีลักษณะเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อน้อย รายค่อนข้างมีอำนาจผูกขาดผลการศึกษาวิถีการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งชี้ให้เห็นว่า ปริมาณผลผลิตส่วนใหญ่มาจากผู้ผลิตรายย่อยคิดเป็นร้อยละ 63.86 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ส่วนปริมาณผลผลิตที่เหลือคิดเป็นร้อยละ 24.4 และร้อยละ 11.74 มาจากผู้ผลิตที่ทำหน้าที่เป็นทั้ง ผู้ผลิตและผู้รวบรวมและผู้ผลิตที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ผลิตผู้รวบรวมและผู้ส่งออกตามลำดับส่วนผลผลิต ของผู้ผลิตรายย่อยจำหน่ายต่อ 3 ช่องทางตลาดโดยขายไปให้กับผู้ผลิตและผู้รวบรวมคิดเป็นร้อยละ 8.33 ขายต่อให้กับผู้รวบรวมคิดเป็นร้อยละ 36.44 และขายให้กับผู้รวบรวมและผู้ส่งออกคิดเป็นร้อย ละ 10.86 และขายให้แก่ผู้ผลิต ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก ร้อยละ 8.23 ส่วนผู้ผลิตและผู้รวบรวมนั้น จำหน่ายต่อไปให้กับผู้รวบรวมและผู้ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 15.43 ขายให้ผู้ผลิต ผู้รวบรวม

และผู้ส่งออกคิดเป็นร้อยละ 10.54 ขายให้กับผู้นำเข้าคิดเป็นร้อยละ 6.76 ในส่วนของผู้ผลิต ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก จำหน่ายต่อให้กับผู้นำเข้าคิดเป็นร้อยละ 43.25 สำหรับผู้รวบรวมภายหลัง จาการรวบรวมผลผลิตจากผู้ผลิตรายย่อยแล้วจำหน่ายต่อให้กับผู้รวบรวมและผู้ส่งออกคิดเป็นร้อยละ 23.70 และขายให้กับผู้ผลิต ผู้รวบรวมและผู้ส่งออกคิดเป็นร้อยละ 12.74 ส่วนผู้รวบรวมและผู้ส่งออก นั้นจำหน่ายต่อให้กับผู้นำเข้าในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 49.99

ผลการศึกษาด้านการบริหารและการจัดการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง พบว่า ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่ส่งออกนั้นมีการคัดเกรด มีการจัดชั้นมาตรฐานตามคุณภาพผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง แต่ละชนิดซึ่งแบ่งออกเป็น 4 เกรดคือ เกรดเอเอ เกรดเอ เกรดบีและเกรดซี ตามลำดับ โดยในการจัดชั้นมาตรฐานนั้นต้องมีการคัดแยกสิ่งเจือปนออกและมีความชื้นได้ไม่เกินร้อยละ 18 ลักษณะเนื้อภายในมีสีน้ำตาลจนถึงสี น้ำตาลดำ มีกลิ่นหอม ไม่มีกลิ่นไหม้ โดยมีการบรรจุหีบห่อในกล่องกระดาษ ซึ่งมีแยกออกตามเกรดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนดำเนินการส่งออกไปยังต่างประเทศ

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดพบว่า เนื่องจากเกษตรกรผู้ปลูกลำไย มักมีปัญหาด้านการผลิต โดยมีมาตรฐานการผลิตไม่แน่นอน เกษตรกรยังขาดความรู้ความชำนาญ ในกระบวนการแปรรูป และกระบวนการแปรรูปมักมีความเร่งรีบโดยพยายามดำเนินการให้เสร็จ ในระยะเวลาสั้นๆ ดังนั้น กระบวนการแปรรูปจึงได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่ขาดคุณภาพและ มักไม่ตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้เกษตรกรยังมีปัญหาการขาดแคลนเงินทุนดำเนินการซึ่งมีผลให้มาตรฐานการแปรรูปและผลผลิตที่ได้มีคุณภาพต่ำประกอบกับมีสถานที่เก็บรักษา ผลผลิตที่ผ่านการแปรรูปไม่เพียงพอ

ผลการศึกษาทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายคือ รัฐบาลควรกำหนดนโยบายโดย การให้ความช่วยเหลือด้านการฝึกอบรมความรู้เรื่องการแปรรูปที่ถูกต้องวิธี สนับสนุนด้านเงินทุนให้ เพียงพอกับความต้องการและทันกับช่วงเวลาแปรรูป พยายามขยายตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดย อาศัยการจัดงานแสดงสินค้าในตลาดต่างประเทศให้แพร่หลายมากขึ้น นอกจากนี้แล้วรัฐบาลควร ดำเนินมาตรการสนับสนุนและส่งเสริมตลาดให้มีการแข่งขันมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อลดการผูกขาดที่เกิดขึ้นในตลาดผู้ซื้อลงควบคู่ไปกับการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่มีมาตรฐานเดียวกัน และสนับสนุนการจัดสร้างสถานที่เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอ

<b>Independent Study Title</b>	Market Structure and Marketing Channels of Dehydrated Longan in Production Year 2000	
<b>Author</b>	Mr.Somporn Nantachai	
<b>M.Econ.</b>		
<b>Examining Committee</b>	Assoc. Prof. Dr. Satiean Sriboonruang	Chairperson
	Assoc. Prof. Dr. Pichit Thanee	Member
	Asst. Prof. Watcharee Prugsiganont	Member

### **ABSTRACT**

The independent study entitled the market structure and marketing channel of dehydrated longan manufacturing year 2000 has 4 main objectives. Firstly, to study structure and marketing channel of dehydrated longan. Secondly, to study marketing management and administration for dehydrated longan products. Thirdly, to study export problem and obstacle of dehydrated longan products. Fourthly, to find out the policy measures for market problem solving of dehydrated longan products.

The research result showed that the market structure of dehydrated longan products was the market comprised with a large number of small scale producers. Meanwhile, the buyer market was oligopoly that exercise some monopoly power. The research result of marketing channel of dehydrated longan products indicated that the total product of dehydrated longan came mainly from the small scale producers that accounted for 63.86 percent of the total amount in market. The rest or about 24.40 percent and 11.74 percent came from the producer who act as both producers and collectors, and the producer who act as producers, collector and exporter, respectively. For the small scale producers they sold their products to the producer who act as both producers and collector that accounted for 8.33 percent. They also sold their products to the

collectors that accounted for 36.44 percent, through product collectors and exporters about 10.86 percent and through producers who act as producers, collectors and exporters accounted for 8.23 percent. Meanwhile, the producers who act as collectors sold their products to product collectors and exporters accounted for 15.43 percent. They also sold to producer who act as producers and exporters about 10.54 percent and sold to importers about 6.76 percent. For the producers who act as both product collectors and exporters sold their products to the importers that accounted for 43.25 percent. For the product collectors after their collecting process, they sold their products to exporters about 23.70 percent, and sold to producers who act as both product collectors and exporters about 12.74 percent. For product collectors and exporters, they sold their products to importers about 49.99 percent.

The research result involving market administration and management of dehydrated longan products found that the exported dehydrated longan products must have grading system and standardization process according to each type of grading namely, grade AA, grade A, grade B and grade C, respectively during the standardization process the contaminated substances must be screened and the level of longan texture humidity must be less than 18 percent. The texture color of dehydrated longan products could be ranging from brown to dark brown color, with good smell and without unpleasant burning odor. The products have to package in the paper box according to grading system and their quality before exportation

The research result involving market problem and obstacles found that since the longan grower always has their production problem especially, the uncertainty of product standard. More over, the longan growers also lack of the knowledge and skill in food processing procedure and moreover, such dehydrated process try to spend very short of time for dehydrating. Therefore, the outcome from such processing procedure would be low quality and inconsistent with consumer demand. The longan grower faces with the situation of capital shortage that causes of low quality and low standard of dehydrated longan product as well as shortage of the storage facility.

Policy recommendation obtained from the research result are as follow; government should implement the training program on food processing, supporting and try to make capital

and fund available for the need of longan growers for their dehydrated process. Try to expand the exporting market through trade exposition and exhibition. Moreover, government should support and promote the market for dehydrated longan products to be close as the perfect competition market in order to reduce monopoly power of buyer as well as to define benchmarking for product standardization and together with the expansion of storage facility.