

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร

การตลาดลำไย ในจังหวัดลำพูน ปี พ.ศ. 2544

โดย

นายสุรสิทธิ์ วงศ์การณ์

พฤษภาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก

ภาควิชา/คณะ : ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการตลาดลำไยในจังหวัดลำพูนปีการผลิต พ.ศ. 2544 และเพื่อศึกษาถึงปัญหาการตลาดที่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยและพ่อค้าคนกลางในจังหวัดลำพูนในปี พ.ศ. 2544 โดยรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกลำไย จำนวน 100 ราย และพ่อค้าคนกลางในจังหวัดลำพูน จำนวน 31 ราย ในปี พ.ศ. 2544

ผลการศึกษาด้านสถานภาพโดยทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกลำไย พบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 38 – 47 ปี มีการศึกษาระดับ ป.4 – ป.6 และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีพื้นที่เพาะปลูกลำไยรวมเฉลี่ยรายละ 12.68 ไร่ เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างนิยมปลูกลำไยพันธุ์อีดอมากที่สุด มีปริมาณผลผลิตรวมทั้งปีเฉลี่ยรายละ 7,516.54 กิโลกรัม มีรายได้จากการขายลำไยในฤดูเฉลี่ยรายละ 107,150.68 บาท และมีรายได้จากการขายลำไยนอกฤดูเฉลี่ยรายละ 156,148.15 บาท

ผลการศึกษาวิธีการตลาดลำไยในฤดูของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยในจังหวัดลำพูน พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้วิธีการจำหน่ายลำไยในฤดูโดยการเก็บผลผลิตไว้ขายเอง โดยจะขายเป็นลำไยสด (ไม่ร่วง) ในลักษณะของการคัดเกรดบรรจุตะกร้า และนิยมขายให้พ่อค้าในท้องที่ ส่วนวิธีการตลาดลำไยนอกฤดูของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยในจังหวัดลำพูน จะใช้วิธีการจำหน่ายลำไยนอกฤดูโดยการเก็บผลผลิตไว้ขายเอง โดยเกษตรกรจะขายเป็นลำไยสด (ไม่ร่วง) มากที่สุด ในลักษณะของการคัดเกรดบรรจุตะกร้ามากที่สุด และนิยมขายให้พ่อค้าส่งออกมากที่สุด เกษตรกรผู้ปลูกลำไยในจังหวัดลำพูนที่ขายลำไยในฤดูและนอกฤดูประเภทลำไยสด (ไม่ร่วง) และลำไยอบแห้ง ประสบกับปัญหาทางการตลาดในเรื่องของราคาผลผลิตตกต่ำมากที่สุด

ผลการศึกษาด้านพ่อค้าคนกลาง พบว่า ในปี พ.ศ. 2544 พ่อค้าลำไยสดรายใหญ่เป็นพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อลำไยถึง 27,860 ตัน/ปี โดยรับซื้อลำไยในฤดูจำนวน 16,150 ตัน/ปี และรับซื้อลำไยนอกฤดูจำนวน 11,710 ตัน/ปี โดยพ่อค้าลำไยสดรายใหญ่และรายย่อยต่างก็รับซื้อลำไยสดทั้งในฤดูและนอกฤดูแบบคัดเกรดบรรจุตะกร้ามากที่สุด โดยพ่อค้าลำไยสดรายใหญ่และรายย่อยจะนิยมรับซื้อผลผลิตลำไยโดยวิธีการให้เกษตรกรนำมาขายเอง

สำหรับวิธีการตลาดลำไยในฤดูของพ่อค้าคนกลางในจังหวัดลำพูน ปี พ.ศ. 2544 พบว่า พ่อค้าลำไยสดรายใหญ่จะส่งออกเอง ส่วนพ่อค้าลำไยสดรายย่อยจะขายต่อให้กับผู้ส่งออก สำหรับพ่อค้าลำไยอบแห้งจะส่งออกเองประมาณร้อยละ 56.15 ส่วนอีกร้อยละ 43.85 จะขายให้กับผู้ส่งออก พ่อค้าลำไยรายใหญ่และรายย่อยจะนิยมใช้วิธีการกำหนดราคาโดยการพิจารณาจากสายตาและประสบการณ์ สำหรับพ่อค้าลำไยอบแห้งจะใช้วิธีการกำหนดราคาด้วยเครื่องคัดเกรด พ่อค้าคนกลางในจังหวัดลำพูนนิยมขนส่งลำไยทางรถยนต์มากที่สุด สำหรับวิธีการตลาดลำไยนอกฤดูของพ่อค้าคนกลางในจังหวัดลำพูน ปี พ.ศ. 2544 พบว่า พ่อค้าลำไยสดรายใหญ่จะส่งออกเอง ส่วนพ่อค้าลำไยสดรายย่อยจะขายต่อให้กับผู้ส่งออก สำหรับพ่อค้าลำไยอบแห้งจะส่งออกเองมากที่สุด พ่อค้าลำไยรายใหญ่และรายย่อยจะใช้วิธีการกำหนดราคาโดยการพิจารณาจากสายตาและประสบการณ์ ส่วนพ่อค้าลำไยอบแห้งจะใช้วิธีการกำหนดราคาด้วยเครื่องคัดเกรด

วิธีการตลาดลำไยโดยรวมในจังหวัดลำพูน ปี พ.ศ. 2544 เกษตรกรจะขายลำไยออกเป็น 2 ประเภท คือ ลำไยสด (ไม่ร่วง) และลำไยร่วง โดยลำไยสดจะขายให้กับพ่อค้าเร่ พ่อค้าในท้องถิ่น พ่อค้าส่งออก พ่อค้าห้องที่ โดยพ่อค้าห้องที่จะขายนำไปขายต่อให้กับพ่อค้าห้องถิ่น และพ่อค้าส่งออก ซึ่งพ่อค้าห้องถิ่นจะนำไปขายต่อกับพ่อค้าปลีกซึ่งเป็นผู้ที่จะนำไปขายให้กับผู้บริโภคในประเทศต่อไป ส่วนพ่อค้าส่งออกจะนำไปขายต่อผู้ส่งออกซึ่งจะนำไปขายให้กับผู้บริโภคในต่างประเทศต่อไป สำหรับลำไยร่วงเกษตรกรจะขายให้กับผู้อบแห้งรายย่อย โรงงานอบแห้ง โรงงานกระป๋อง ซึ่งโรงงานลำไยอบแห้ง และโรงงานลำไยกระป๋อง แปรรูปส่งขายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ และขายผู้ส่งออกเพื่อนำไปขายให้กับผู้บริโภคต่างประเทศต่อไป

พ่อค้าคนกลางในจังหวัดลำพูนนิยมขนส่งลำไยทางรถยนต์มากที่สุด พ่อค้าคนกลางในจังหวัดลำพูนประสบกับปัญหาคุณภาพของผลผลิตลำไยในฤดูต่ำมากที่สุด โดยที่พ่อค้าลำไยสดรายใหญ่ประสบกับปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำและคุณภาพของผลผลิตลำไยต่ำมากที่สุด ส่วนพ่อค้าลำไยสดรายย่อยประสบกับปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำและไม่มีอำนาจต่อรองราคากับผู้รับซื้อลำไย

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Agricultural Economics

MARKETING OF LONGAN IN LAMPHUN PROVINCE, 2001

By

SURASIT WONGKARN

MAY 2002

Chairman : Assistant Professor Jamnian Bunmark
Department/Faculty : Department of Agricultural Economics and Cooperatives,
Faculty of Agricultural Business

The objectives of this study were to examine the marketing of longan in Lamphun province in the year 2001 and to find out marketing problems of longan growers and traders in Lamphun province. The data were collected from 100 longan growers and 31 traders in Lamphun province.

The results of the study revealed that most longan growers were male, 38-47 years old, had completed a primary level of education, were members of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), and had an average growing area of 12.68 rai. The most popular kind of longan grown was Edoor, the yield of which was 7,516.54 kilograms per year. The average income from in-season longan was 107,150.68 baht and off-season longan, 156,148.15 baht.

Most longan growers were found to sell in-season fresh longan, graded and packed in plastic baskets to district traders and off-season longan, graded and packed likewise, to exporters. The growers selling in-season and off-season longan fresh and dried longan faced a problem of low prices of produce.

Middle-men were found to be major fresh longan buyers; they bought 27,860 tons/year, consisting of 16,150 tons/year in-season and 11,710 tons/year off-season longan. The growers brought their produce, graded and packed in plastic baskets, to sell to both large and small traders.

For the marketing channels of in-season and off-season fresh longan, it was found that large traders exported the produce themselves while small traders sold the produce to exporters. Both large and small traders of fresh longan fixed the prices by estimation and experience while dried longan traders, by grading machine. Trucks were mostly used for transporting the produce. About 56 percent of in-season dried longan traders exported the produce themselves and the rest sold it to exporters. Off-season dried longan traders mostly exported the produce themselves.

In general, two types of longan were sold in Lumphum : fresh longan and dropped longan. Fresh longan was usually sold to peddlers and district traders. The district traders sold it to local traders and small exporters. Local traders sold it further to retailers who sold it to domestic consumers and small exporters sold the produce to large exporters. Dropped longan was sold to small driers, drying factories, and canneries to process and sell to domestic consumers as well as export to other countries.

Trucks have been a popular means of longan transportation. The problems facing large fresh longan traders were low prices and low qualities of in-season longan, and those facing small traders were low prices of produce and lack of bargaining power with buyers.