

ตลาดขายส่งกระเทียมในประเทศไทย



นางสาวพีรินทร์ กิจศิริพรชัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งทางการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


พ.ศ. 2525

ISBN 974-560-983-8

011507

I16645194

THE WHOLESALE MARKET OF GARLIC IN THAILAND



MISS PATCHARIN KITSIRIPORNCHAI

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Education

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1982

ISBN 974-560-983-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์      ตลาดขายส่งกระเทียมในประเทศไทย

โดย                              น.ส. พิชรินทร์      กิจศิริพรชัย

ภาควิชา                              การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา              อาจารย์นงนิตย์      ศิริโรคาภิก



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการ  
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

*สุพจน์ วัฒน*

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองคณบดีตราจารย์ ดร.สุประดิษฐ์ บุนมาศ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

*สุพจน์ วัฒน* ประธานกรรมการ

..... กรรมการ

*สุพจน์ วัฒน* กรรมการ

..... กรรมการ

*สุพจน์ วัฒน* กรรมการ

..... กรรมการ

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์      ตลาดขายส่งกระเทียมในประเทศไทย  
 ชื่อนิสิต                      น.ส. พิชรินทร์ กิจศิริพรชัย  
 อาจารย์ที่ปรึกษา              อาจารย์นงนิตย์ ศิริโรคาภิก  
 ภาควิชา                          การตลาด  
 ปีการศึกษา                      2524



### บทคัดย่อ

กระเทียมเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่หารายได้ดีให้กับเกษตรกร การค้ากระเทียมโดยทั่วไปมี 2 ระดับ คือ การค้าในท้องถิ่น ซึ่งได้แก่การค้าในจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งผลิตระดับหนึ่ง และอีกระดับหนึ่งเป็นการค้าในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้ากระเทียมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ที่เรียกกันว่า "ตลาดกลาง"

เกษตรกรจะปลูกกระเทียมกันปีละครั้ง หลังจากเก็บเกี่ยวแล้วระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม กระเทียมที่เก็บเกี่ยวได้จะถูกนำมาขายให้พ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นในรูปแบบกระเทียมคละ จากนั้นก็จะถูกส่งเข้ามายังตลาดกลางในรูปแบบกระเทียมที่แยกขนาดแล้ว เป็นขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคและส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศใกล้เคียงสำหรับราคาจำหน่าย พ่อค้าในตลาดกลางจะเป็นผู้กำหนดขึ้นโดยพิจารณาจากอุปสงค์และอุปทานในท้องตลาดแต่ละวัน ราคาที่จำหน่ายได้นี้จะถูกหักเป็นค่าบริการร้อยละ 6.5 ส่วนที่เหลือจะเป็นราคาลูกรีของพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น ในการแจ้งข่าวสาร ภาวะการตลาดและราคา พ่อค้าในตลาดกลางจะเป็นผู้แจ้งให้พ่อค้าในท้องถิ่นทราบเป็นประจำทุก ๆ วันพุธ และวันเสาร์ เพื่อให้พ่อค้าในท้องถิ่นใช้เป็นหลักพิจารณากำหนดราคาซื้อกระเทียมจากเกษตรกร

อนึ่งในการศึกษานี้ผู้เขียนได้ศึกษาทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ โดยออกสัมภาษณ์และสังเกตการณ์การค้า ดำเนินงานของพ่อค้าส่งทั้งในระดับท้องถิ่นและในตลาดกลางอย่างละเอียดสถานที่ศึกษาได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย ลำปาง และตลาดกลางกรุงเทพฯ

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาจากบทความ วารสารและบทวิจัยของเจ้าหน้าที่จากสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ผลสรุปดังนี้

1. ธุรกิจการค้าส่งกระเทียมในตลาดท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ส่วนธุรกิจการค้าส่งในตลาดกลางส่วนใหญ่เป็นกิจการประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด
2. การกำหนดราคา รับซื้อและขายกระเทียมของพ่อค้าทุกระดับจะกำหนดขึ้นจากกฎอุปสงค์ และอุปทานในตลาดกลาง
3. ทั้งเกษตรกรและพ่อค้าต่างประสบปัญหา เรื่องราคาซื้อและราคาขาย ขาดความ - แน่แน่นอนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งปัญหาการแก่งแย่งกันรับซื้อ
4. การคมนาคมขนส่งและการติดต่อสื่อสารระหว่าง เกษตรกรกับพ่อค้าในท้องถิ่นและ - ระหว่างพ่อค้าในท้องถิ่นกับพ่อค้าในตลาดกลางยังไม่ดีพอทำให้เกิดความล่าช้าในการติดต่อ

สำหรับขอเสนอแนะเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้นมีดังนี้

1. ส่งเสริมการค้ากระเทียมทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดกลางดำเนินไปเรื่อย ๆ และโดยสม่ำเสมอ โดยหาทางเพิ่มความต้องการของตลาดต่างประเทศให้สูง ในขณะที่เดียวกันลด ปริมาณการนำเข้ากระเทียมเข้าจากต่างประเทศโดยการเพิ่มภาษีขาเข้าให้สูงขึ้นหรือห้ามการนำเข้าโดย เด็ดขาด อย่างไรก็ตามมาตรการการลดหรือการห้ามนำเข้ากระเทียมเข้าควรเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะความ ต้องการภายในประเทศด้วย
2. ปรับปรุงการคมนาคมในท้องถิ่น โดยสร้างและขยายถนนจากแหล่งผลิตมาสู่ตลาดเป็นไปโดยสะดวกรวดเร็ว จัดระบบการสื่อสารติดต่อให้ได้ประสิทธิภาพ เช่น จัดให้มีโทรศัพท์ในเขตอำเภอ เมือง ให้มากขึ้น
3. กรมวิชาการเกษตร ควรหาทางปรับปรุงพันธุ์กระเทียมไทยให้มีคุณภาพดีขึ้น ทัดเทียมกระเทียมต่างประเทศ เพื่อให้ตลาดต่างประเทศหันมาซื้อกระเทียมไทยเพิ่มขึ้น
4. สนับสนุนกิจการสหกรณ์ให้ดำเนินงานไปอย่างมีประสิทธิภาพและกว้างขวางเพื่อให้ สหกรณ์สามารถให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในด้านต่าง ๆ

Thesis Title      The Wholesale Market of Garlic in Thailand

Name                Miss Patcharin Kitsiripornchai

Thesis Advisor    Nongnit Siripocakij

Department        Marketing

Academic Year    1981



ABSTRACT

Garlic is one of the economic products which earns income for farmers. In general garlic is traded at two levels, namely in the local provinces where garlic is grown, and in the Bangkok Metropolitan which represents the center for garlic trading in Thailand and is referred to as the "central market"

Garlic is grown once a year during November and December after harvesting season. Garlic crops are sold to the middlemen in the provinces in the form of mixed crops which are then graded into different sizes and sent to the central market for sale to the consumers and export to neighboring countries. The wholesale prices of garlic are set up by the middlemen in the central market on the basis of the daily demand and supply. The central middlemen deduct 6.5 % brokerage on the selling price leaving the net price to be earned by the local middlemen. Information on market conditions and market prices is reported

by the middlemen in the central market to the local middlemen every Wednesday and Saturday so that the latter may use the information as guideline for buying garlic from farmers.

This research involved a detail study and analysis of primary and secondary data collected from interviews with both the local and the central middlemen and from observations of their activities. The study was carried out in Chiangmai, Lampon, Chiangrai, Lampang and the central market in Bangkok. References were also made to books, articles and research papers of government agency as the related subject. The following conclusions have been drawn from the research :-

1. Wholesale garlic trade in the local market is mainly in the form of one-man business, whereas in the central market the trade is in the form of limited partnerships.

2. The selling and buying prices of garlic at all levels are set up on the basis of demand and supply in the central market

3. The main problems being faced by both farmers and middlemen are the lack of certainty with regard to selling and buying prices, the rapid price changes, and competition between middlemen

4. Transportation and communication between farmers and local middlemen, and between local middlemen and central middlemen are inadequate and consequently cause delay in trading operations

From the above conclusions, the following suggestions are proposed :-

1. Efforts should be made to promote a continued and consistent wholesale garlic trade in both the local market and the central market, whilst reducing import through increase in tariff or imposing a ban on import. However, any measures taken to decrease or ban import of foreign garlic should be reviewed and revised as necessary to suit local demand.

2. Transportation and Communication systems should be improved by constructing new and enlarging existing roads from production area to the local market, and providing more telephones in the main cities, which would result in faster and more convenient communication.

3. The Department of Agriculture should develop quality Thai garlic which would meet foreign standard and hence secure more demand from foreign market.

4. To enable Co-operatives to provide farmers with the needed assistance, support should be given to Co-operatives to enable them to operate widely and efficiently.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





### กิตติกรรมประกาศ

ความคิดในการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ เกิดขึ้นจากการที่ผู้เขียนมีกิจการร้านค้าส่งกระเทียมในเขตทรงวาด ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้ากระเทียมที่ใหญ่ที่สุด กระเทียมที่ปลูกได้ในเขตภาคเหนือ จะถูกส่งเข้ามายังตลาดทรงวาด จากนั้นจึงจะกระจายไปยังภาคอื่น ๆ ทั่วประเทศไทยเพื่อการบริโภคและการส่งออก ผู้เขียนต้องคลุกคลีอยู่กับวิถีการค้าส่งกระเทียมเป็นประจำทุกวัน จึงเกิดความคิดที่จะรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทางด้านการตลาดเพื่อไว้เป็นอนุสรณ์แก่คนรุ่นหลังและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับอาชีพนี้โดยเฉพาะ

ในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้รับความเมตตาช่วยเหลือและคำแนะนำต่าง ๆ รวมทั้งการแก้ไขข้อบกพร่องและการเรียบเรียงจัดทำวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ จากท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรชันษา วิวัฒน์ชาติ และท่านอาจารย์นงนิตย์ ศิริโรคาภิกข ซึ่งท่านหลังนี้ก็เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของผู้เขียนด้วย ถ้าปราศจากท่านอาจารย์ทั้งสองแล้ว งานเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ก็ยากที่จะสำเร็จลงได้ ผู้เขียนรู้สึกสำนึกในพระคุณของท่านอาจารย์ทั้งสองเป็นอย่างยิ่ง

ท้ายสุดนี้ หากมีสิ่งใดที่ผิดพลาดหรือเป็นที่เสียหายอันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว ผู้เขียนขออภัยรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

พัชรินทร์ กิจศิริพรชัย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ค
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
รายการตารางประกอบ .....	ญ
รายการแผนภาพประกอบ .....	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ข้อความเบื้องต้น .....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	2
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา .....	2
ขอบเขตของการศึกษา .....	3
คำนิยามที่ใช้ในการศึกษา .....	3
วิธีการศึกษา .....	4
วิธีดำเนินการ .....	5
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	6
ปัญหาในการศึกษาวิเคราะห์ .....	7
<b>บทที่ 2 การปลูกและการบำรุงรักษา</b>	<b>7</b>
ประวัติ .....	7
ดินฟ้าอากาศ .....	8
ฤดูปลูก .....	9
ชนิดพันธุ์ .....	9
การเตรียมดิน .....	10

	การเตรียมพันธุ์ปลูก .....	10
	วิธีปลูก .....	11
	การปฏิบัติดูแลรักษา .....	12
	โรคและแมลง .....	15
	การเก็บและการคัดเลือกหัวไว้ทำพันธุ์ .....	15
	การปลูกกระเทียมของจังหวัดเชียงใหม่-สาพน .....	15
บทที่ 3	ภาวะการผลิตและการค้ากระเทียมโดยทั่วไป .....	19
	เนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิต .....	19
	แหล่งผลิตกระเทียมของประเทศไทย .....	20
	ต้นทุนการผลิต .....	26
	การตลาดกระเทียม .....	28
	1. นโยบายการค้ากระเทียม .....	28
	2. การค้าโดยทั่วไป .....	28
	3. การนำกระเทียมเข้าจากต่างประเทศ .....	40
	4. ความแตกต่างของราคาขายส่งกระเทียมที่ผลิตได้ภายในประเทศกับ- กระเทียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ.....	40
	5. การบริโภคกระเทียมภายในประเทศและแนวโน้มในอนาคต .....	42
บทที่ 4	การตลาดและการค้าส่งกระเทียมในตลาดท้องถิ่น .....	44
	ความหมายของการค้าส่ง .....	44
	ความหมายของพ่อค้าคนกลาง .....	44
	ชนิดของพ่อค้าคนกลาง .....	45
	ประเภทของตลาด .....	46
	การค้าส่งกระเทียมในแหล่งผลิตของพ่อค้าส่ง .....	46

	การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น .....	54
บทที่ 5	การตลาดและการค้าส่งกระเทียมในตลาดกลาง .....	62
	ลักษณะทั่วไปในการดำเนินธุรกิจของพ่อค้าขายส่ง .....	62
	ลักษณะของสถานที่ประกอบการ .....	62
	การซื้อและการขายส่งกระเทียม .....	63
	การพิจารณาและกำหนดคุณภาพมาตรฐานกระเทียมที่ซื้อขาย .....	65
	การเก็บรักษากระเทียม .....	66
	การขนส่งกระเทียม .....	67
	เงินทุนในการดำเนินการ .....	67
	บริการข่าวสารเกี่ยวกับราคาซื้อและขายกระเทียม .....	68
	การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พ่อค้าส่งในตลาดกลาง .....	68
บทที่ 6	สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ .....	73
	สรุปผลการศึกษา .....	73
	ข้อคิดเห็น .....	76
	ข้อเสนอแนะ .....	79
	บรรณานุกรม .....	82
	ภาคผนวก .....	83
	ประวัติผู้เขียน .....	86

## รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
1	แสดงผลผลิตกระเทียมในฤดูกาลผลิต ปี 2518/19-2522/23 .....	19
2	แสดงสถิติการปลูกกระเทียม ปี พ.ศ. 2518/19 .....	21
3.	แสดงสถิติการปลูกกระเทียมปี พ.ศ. 2519/20 .....	22
4	แสดงสถิติการปลูกกระเทียมปี พ.ศ. 2520/21 .....	23
5	แสดงสถิติการปลูกกระเทียมปี พ.ศ. 2521-22 .....	24
6	แสดงสถิติการปลูกกระเทียมปี พ.ศ. 2522/23 .....	25
7	แสดงต้นทุนการผลิตของเกษตรกร.....	26
8	แสดงค่าใช้จ่ายในการขายของเกษตรกร .....	27
9	แสดงราคาเฉลี่ยกระเทียมหน้าเข้าแยกรายประเทศ พ.ศ. 2518-2522 .....	31
10	แสดงปริมาณและมูลค่ากระเทียมหน้าเข้ารายเดือน พ.ศ. 2518-2522 .....	33
11	แสดงปริมาณและมูลค่ากระเทียมหน้าเข้ารายประเทศ พ.ศ. 2518-2522.....	34
12	แสดงปริมาณและมูลค่ากระเทียมส่งออกรายเดือน พ.ศ. 2518-2522 .....	36
13	แสดงปริมาณและมูลค่ากระเทียมส่งออกรายประเทศ พ.ศ. 2518-2522 .....	37
14	แสดงปริมาณและมูลค่ากระเทียมส่งออกและนำเข้ารายปี พ.ศ. 2518-2522..	38
15	แสดงราคาขายส่งกระเทียมที่ผลิตได้ภายในประเทศและราคากระเทียมหน้าเข้า- พ.ศ. 2518-2522 .....	41
16	แสดงประมาณการการผลิตการบริโภคและสต็อกและการนำกระเทียมแห้งเข้า..	43
17	แสดงประเภทของธุรกิจของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น .....	55
18	แสดงอาชีพหลักของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น .....	55
19	แสดงระยะเวลาในการทำการค้าของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น .....	56
20	แสดงแหล่งรับซื้อกระเทียมของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น .....	56

ตารางที่	หน้า
21	แสดงวิธีการรับซื้อกระเทียมของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น ..... 57
22	แสดงสถานที่เก็บกระเทียมของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น ..... 58
23	แสดงวิธีการขนส่งกระเทียมไปจำหน่ายของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น ..... 58
24	แสดงแหล่งจำหน่ายกระเทียมของพ่อค้าส่งที่ไม่ได้อยู่ในเขตอำเภอเมือง ..... 59
25	แสดงแหล่งจำหน่ายกระเทียมของพ่อค้าส่งที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง ..... 60
26	แสดงการพิจารณาคุณภาพในการซื้อและขายกระเทียมของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น 61
27	แสดงแหล่งที่มาของข่าวสารเกี่ยวกับราคาของพ่อค้าส่งในตลาดท้องถิ่น ..... 61
28	แสดงประเภทของธุรกิจของพ่อค้าส่งในตลาดกลาง ..... 69
29	แสดงอาชีพหลักของพ่อค้าส่งในตลาดกลาง ..... 70
30	แสดงระยะเวลาในการทำการค้าของพ่อค้าส่งในตลาดกลาง ..... 70
31	แสดงวิธีการรับซื้อกระเทียมของพ่อค้าส่งในตลาดกลาง ..... 71
32	แสดงสถานที่เก็บกระเทียมของพ่อค้าส่งในตลาดกลาง ..... 71

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการแผนภาพประกอบ

ตารางที่		หน้า
1	แสดงผลผลิตกระเทียมรายปี .....	20
2	แสดงวิธีการตลาดกระเทียม .....	30
3	แสดงปริมาณและมูลค่ากระเทียมส่งออกและนำเข้า พ.ศ. 2518-2522 ....	39
4	แสดงโครงสร้างของทางเดินของกระเทียมในตลาดท้องถิ่น .....	53



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย