

บทที่ 5

การตลาดข้าวเม่า

เนื่องจากข้าวเม่าเป็นสินค้าที่สำเร็จรูปในตัวเอง และเป็นสินค้าชั้นกลางที่จะนำไปประกอบเป็นอาหารอื่น ๆ ได้ด้วย ในการกล่าวถึงการตลาดข้าวเม่าในที่นี้จะกล่าวเฉพาะช่วงการผลิตและซื้อขายในลักษณะที่ข้าวเม่าเป็นสินค้าชั้นกลางเท่านั้น และเนื่องจากในการสำรวจข้อมูลไม่อาจรวบรวมข้อมูลในรายละเอียดจากพ่อค้าคนกลางที่ทำการซื้อขายข้าวเม่าได้โดยตรงทุกรายได้ ประกอบกับมีผู้ทำหน้าที่ซื้อขายเพียงน้อยราย การศึกษาหาค่าแนวโน้ม ค่าเฉลี่ยหรือปริมาณที่แท้จริงของสินค้าที่นำไปจำหน่ายยังตลาดต่าง ๆ ย่อมทำได้ยาก ฉะนั้น ในการเสนอข้อมูลในส่วนนี้ นอกจากจะกล่าวถึงขั้นตอนการจำหน่ายการผลิตของหมู่บ้านตอนกลางแล้ว ยังจำเป็นต้องกล่าวรวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ในจังหวัดราชบุรีและสุพรรณบุรีด้วย เนื่องจากพ่อค้าคนกลางคนหนึ่ง ๆ จะทำการรับซื้อจากแหล่งผลิตหลายที่โดยเฉพาะข้าวเม่าข้าวเหนียวซึ่งทำในฤดูการผลิตนั้น ๆ เพียงเดือนเดียวหรือ 2 เดือน คือระหว่างสิงหาคม ถึงกันยายน หรือบางท้องที่ เช่น ราชบุรี สุพรรณบุรี ผลิตเฉพาะเดือนกันยายน ฉะนั้น เพื่อให้คุ้มกับต้นทุนการขนส่ง พ่อค้าคนกลางก็จำเป็นต้องหาสินค้าให้พอเพียงที่จะนำไปจำหน่าย ฉะนั้น ในการสัมภาษณ์ข้อมูลจึงจำเป็นต้องกล่าวรวมถึงแหล่งผลิตอื่น ๆ นอกเหนือจากหมู่บ้านตอนกลางด้วย

1. ตลาดและช่องทางการตลาดข้าวเม่า

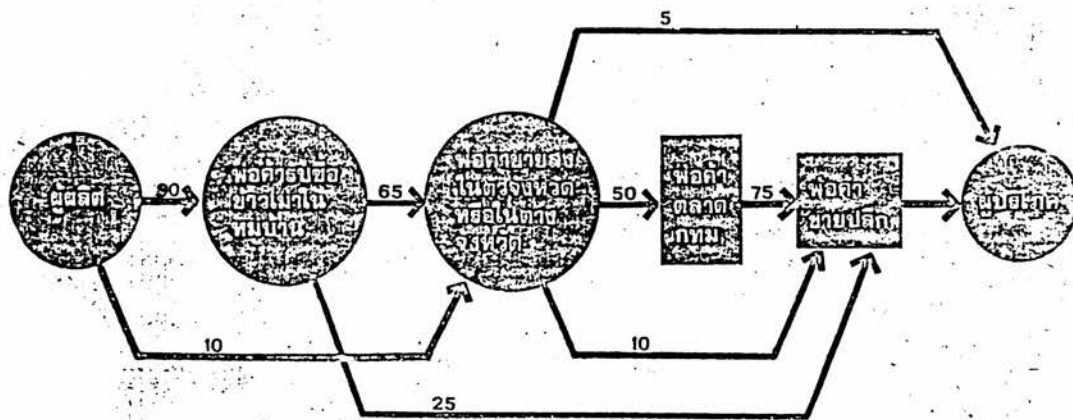
1.1 ตลาดข้าวเม่า ตลาดที่รับซื้อข้าวเม่าแหล่งรวมที่ใหญ่ที่สุด ได้แก่ ที่กรุงเทพฯ คือ ตลาดมหานาค ตลาดทรงวาด และตลาดจักรวรรดิ โดยตลาดมหานาคจะรับซื้อข้าวเม่าที่มาจากสุพรรณบุรีและอยุธยาเป็นส่วนใหญ่ (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้าวพองหรือข้าวเม่าข้าวเหนียว) ตลาดที่จักรวรรดิและทรงวาดจะรับซื้อข้าวเม่าที่มาจากจังหวัดราชบุรีและสุพรรณบุรี สำหรับตลาดที่จะจำหน่ายต่อไปยังที่อื่น ๆ นั้น จะเป็นดังนี้

ตลาดที่รับซื้อจากจังหวัดสุพรรณบุรีนอกจากกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ราชบุรี ล่องพี่น้อง สิงห์บุรี ฃมาย ชลบุรี นครสวรรค์ สุโขทัย บ้านโป่ง นครปฐม เพชรบุรี มหาชัย อ่างทอง ชัยนาท

ตลาดที่จังหวัดสุพรรณบุรีส่วนใหญ่จะส่งให้ตลาดกรุงเทพฯ เพราะเป็นการจำหน่ายในรูปแบบสินค้าที่จะนำไปประกอบอาหาร คือจำหน่ายเฉพาะข้าวพองซึ่งทำมาจากข้าวเม่าข้าวเหนียวซึ่งแล้ว

1.2 ช่องทางการตลาดข้าวเม่า ในการผลิตและจำหน่ายข้าวเม่าในหมู่บ้าน

ตอนกลาง มีผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้คือ เมื่อผู้ผลิตค้าแล้วจะจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งผู้ผลิตอาจนำไปจำหน่ายเองให้แก่พ่อค้าในต่างจังหวัด ซึ่งจะรับซื้อสินค้ารวมไว้เพื่อส่งต่อไปให้พ่อค้าใหญ่ในกรุงเทพฯ สำหรับพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อในหมู่บ้านก็จะนำสินค้าไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าขายส่งที่รวบรวมในตัวจังหวัดและอีกส่วนหนึ่งจำหน่ายให้พ่อค้าขายปลีกในต่างจังหวัด และพ่อค้าขายส่งจะขายให้กับพ่อค้ารวบรวมในกรุงเทพฯ ซึ่งจะขายให้พ่อค้าขายปลีกในต่างจังหวัดซึ่งจะขายให้ผู้บริโภค สำหรับพ่อค้าที่รวบรวมในกรุงเทพฯ ก็จะจำหน่ายให้แก่พ่อค้าที่เข้ามารับซื้อไปจำหน่ายตามจังหวัดต่าง ๆ อีกต่อหนึ่ง ดังแสดงช่องทางการตลาดดังภาพที่ 11

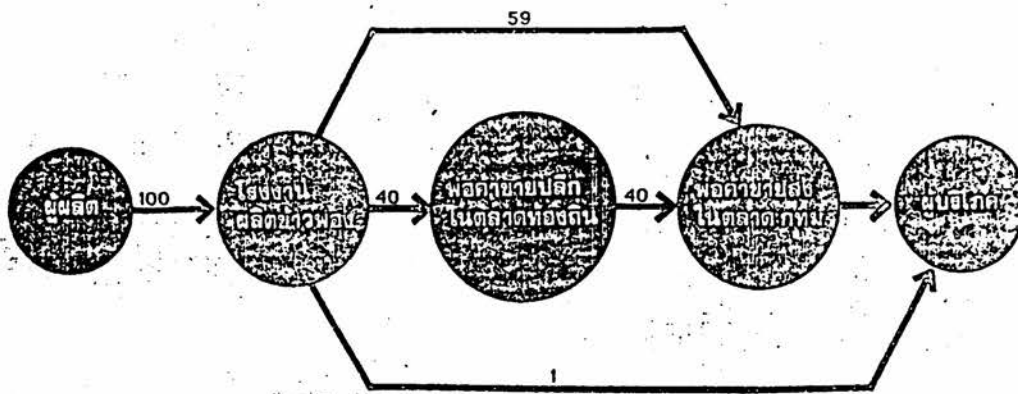


ภาพที่ 11 แสดงช่องทางการตลาดข้าวเม่าของจังหวัดสุพรรณบุรีและมูลค่าการซื้อขาย

ถ้าให้ผู้ผลิตสามารถผลิตได้สินค้าจำนวน 100 ตังข้าวเม่า^{1/} ผู้ผลิตจะจำหน่ายให้แก่พ่อค้าที่เข้ามารับซื้อในหมู่บ้านประมาณร้อยละ 90 ของผลผลิต อีกร้อยละ 10 จะขายให้พ่อค้าในตัวจังหวัดโดยนำไปขายเองซึ่งจากข้อมูล พบว่าร้อยละ 63.3 ของผู้ให้สัมภาษณ์จะนำผลผลิตไปขายโดยใช้รถจักรยานยนต์โดยไม่มีผู้ใดตอบว่าใช้พาหนะอื่น ๆ เช่น รถยนต์หรือรถรับจ้างเลย (ตารางที่ 38)

^{1/} จำนวนตัวเลขที่ระบุในช่องทางการตลาดเป็นค่าเฉลี่ยที่ประมาณการจากสัมภาษณ์พ่อค้าที่เข้ามารับซื้อข้าวเม่าในหมู่บ้านจำนวน 4 ราย

พ่อค้าคนกลางที่รับซื้อในหมู่บ้านจะนำไปจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าขายส่งประมาณ ร้อยละ 65 ของผลผลิตทั้งหมดและขายให้พ่อค้าปลีกในต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 25 ของผลผลิต พ่อค้าขายส่งจะรับซื้อแล้วนำไปส่งต่อให้พ่อค้าในตลาดกรุงเทพฯ คือตลาดจ๊กวรรรดี มหาภาค หรือ ตลาดทรงวาด ร้อยละ 50 ของผลผลิต ร้อยละ 10 จะขายให้พ่อค้าปลีกบ้าง และมีส่วนน้อยประมาณร้อยละ 5 ขายให้แก่ผู้บริโภค พ่อค้าในกรุงเทพมหานครจะเป็นแหล่งรวมที่พ่อค้าขายปลีกในต่างจังหวัดจะมารับซื้อไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่อไป



ภาพที่ 12 แสดงช่องทางการตลาดข้าวเม่าของจังหวัดราชบุรีและจังหวัดสระบุรี และประมาณการมูลค่าการซื้อขาย

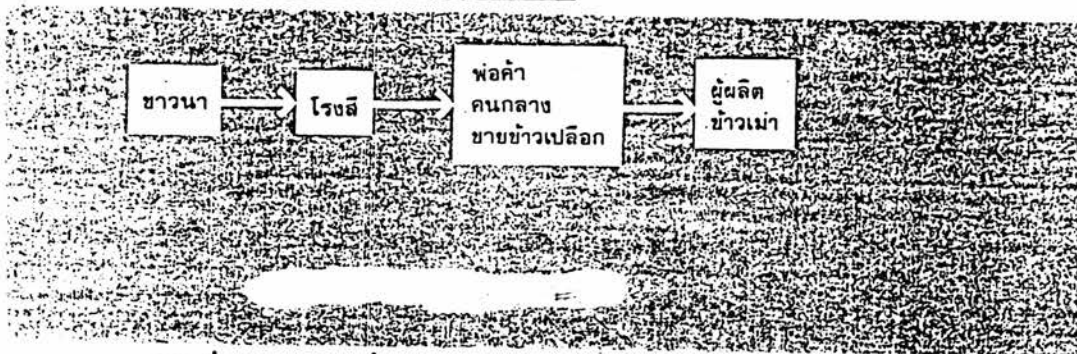
ช่องทางการตลาดดังกล่าว เป็นลักษณะการจำหน่ายสินค้าข้าวเม่าจากหมู่บ้านตอนกลางซึ่งจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับขั้นตอนการจำหน่ายข้าวเม่าข้าวเหนียวของจังหวัดราชบุรี ดังภาพที่ 11 แต่จะแตกต่างกับการจำหน่ายข้าวเม่าข้าวเหนียวในจังหวัดสระบุรีในภาพที่ 12 อย่างมาก คือการผลิตในสระบุรีผู้ผลิตจะต้องจำหน่ายผลผลิตให้แก่เจ้าของโรงงานข้าวพองเท่านั้น เพราะโรงงานจะรับซื้อโดยไม่จำกัดปริมาณเพื่อนำมาผลิตเป็นข้าวพอง จำหน่ายไปยังตลาดกรุงเทพฯ อีกต่อหนึ่ง ซึ่งพบว่า ร้อยละ 100 ของผลผลิตจะจำหน่ายให้โรงงานข้าวพองจากโรงงานข้าวพองจะส่งให้ตลาดกรุงเทพมหานครร้อยละ 40 ของผลผลิต ส่วนร้อยละ 59 จำหน่ายให้แก่พ่อค้าในท้องถิ่นที่จะรับไปจำหน่ายปลีก มีส่วนน้อยประมาณร้อยละ 1 ที่ขายให้ผู้บริโภค

1.3 ตลาดข้าวเปลือก เนื่องจากระดับราคาข้าวเม่าจะแปรผันเช่นใดขึ้นอยู่กับระดับราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตด้วย ดังนั้น การศึกษาถึงระดับราคาและตลาดข้าวเปลือกจึงมีส่วน

เกี่ยวข้องอย่างสำคัญที่จะทำให้ทราบว่าระดับราคาข้าวเม่าจะเป็นเช่นใด และจะทำให้ทราบถึงปริมาณข้าวเปลือกจากแหล่งผลิตและมูลค่าการซื้อขายที่เข้าสู่การผลิตในอุตสาหกรรมนี้ด้วย

จากการสัมภาษณ์พ่อค้าข้าวเปลือกที่นำข้าวเปลือกมาจำหน่ายให้ผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลางในหมู่บ้านที่จำหน่ายข้าวเปลือกและรับซื้อข้าวเม่า ไปจำหน่ายทราบว่าข้าวเปลือกส่วนใหญ่ที่นำมาขายให้แก่ผู้ผลิตข้าวเม่าจะมาจาก อําเภอลำสัก จังหวัดเพ็ชรบูรณ์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดลำปาง จังหวัดชัยภูมิ และพ่อค้าคนกลางจะซื้อจากยี่ปั้วหรือโรงสีเป็นส่วนใหญ่ การซื้อจากชาวนาโดยตรงมีเป็นลํว่นน้อย ทั้งนี้เนื่องจากเป็นการซื้อขายข้าวเปลือกนอกฤดูการผลิตทำให้ลํว่นค้าหายากและเพื่อความลํว่นสะดวกเร็วในการค้าจึงต้องซื้อจากแหล่งรวมจะให้ประโยชน์มากกว่า

1.4 ช่องทางการตลาดข้าวเปลือก



ภาพที่ 13 แสดงช่องทางการตลาดข้าวเปลือก

สังเกตเห็นได้ว่าช่องทางการตลาดข้าวเปลือกจะเริ่มจากชาวนาผู้ผลิตข้าวจะขายข้าวให้กับโรงสีในท้องถิ่นหรือพ่อค้ารับซื้อข้าวเปลือกในท้องถิ่น พ่อค้าคนกลางอาจซื้อข้าวเปลือกจากโรงสีหรือซื้อจากชาวนาโดยตรง แล้วนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตข้าวเม่า

ในการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดข้าวเปลือก มีข้อจำกัดในด้านเวลาและงบประมาณในการวิจัย จึงทำให้ไม่อาจรวบรวมข้อมูลการซื้อขายข้าวเปลือกจากแหล่งผลิตในระดับต่าง ๆ ได้ ทำให้ไม่สามารถประมาณการร้อยละของสินค้าแต่ละช่วงในโครงสร้างการตลาดได้

แต่อย่างไรก็ตาม ได้พยายามประมาณการใช้ข้าวเปลือกในการผลิตทั้งหมดจากสถิติค่าเฉลี่ยในการใช้ข้าวเปลือกในการผลิตเป็นรายวันของแหล่งผลิตทั้งสามแห่ง เพื่อทราบมูลค่าเป็นตัวเงินตั้งข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 49

จากข้อมูลในตารางที่ 49 ถ้ากำหนดให้จำนวนครัวเรือนที่ทำการผลิตข้าวเม่าในท้องที่จังหวัดสุพรรณบุรี ราชบุรี และสระบุรี มีจำนวนแหล่งผลิตละ 78 ครัวเรือน 100 ครัวเรือน

และ 90 ครัวเรือนตามลำดับ และปริมาณการการใช้ปริมาณข้าวเปลือกต่อวันแหล่งผลิตละ 13 ถึง 17 ถึง และ 20 ถึงตามลำดับ โดยให้ใช้เวลาในการผลิตเฉลี่ยตลอดฤดูกาลผลิตแหล่งละ 120 วัน 60 วัน และ 60 วัน ตามลำดับ จะพบว่ามีการใช้ข้าวเปลือกในท้องที่ที่ทำการผลิตตลอดฤดูกาลผลิต รวม 121,680 ถึง 102,000 ถึง และ 108,000 ถึง หรือ 1,216.8 เกวียน 1,020 เกวียน และ 1,080 เกวียน ตามลำดับ ซึ่งเมื่อกำหนดให้ครัวเรือนตัวอย่างแต่ละท้องที่ซื้อข้าวเปลือกในราคาเฉลี่ยถึงละ 35.6 บาท 30 บาท และ 32 บาท ตามลำดับแล้ว จะพบว่ามูลค่าของข้าวเปลือกคิดเป็นตัวเงินในแต่ละแห่งผลิตมีมูลค่าถึง 4,339,919.9 บาท 3,060,000 บาท และ 3,456,000 บาท ตามลำดับ โดยเมื่อรวมมูลค่าข้าวเปลือกทั้ง 3 ท้องที่แล้ว มีมูลค่าถึง 10,855,919 บาท

จะเห็นว่ามูลค่าการใช้ข้าวเปลือกเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการผลิตข้าวเม่านี้น่าจะมีมากพอที่จะช่วยทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ไปสู่ท้องถิ่นในชนบท เป็นการช่วยขยายตลาดการค้าข้าวเปลือกและช่วยยกระดับราคาข้าวเปลือกมิให้ตกต่ำลง และเป็นการช่วยให้ วิธีการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นเกิดมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นโดยการแปรสภาพสินค้า

ตารางที่ 49 แสดงมูลค่ารวมของการใช้ข้าวเปลือกจากแหล่งผลิตต่าง ๆ ในการผลิตข้าวเม่า

รายการ	จังหวัด		
	สุพรรณบุรี	ราชบุรี	สระบุรี
1. จำนวนคร่าว เรือนที่ทำการผลิตข้าวเม่า	78	100	90
2. ปริมาณข้าวเปลือกที่ใช้ในการผลิตโดยเฉลี่ยต่อวัน (ถัง)	13	17	20
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตข้าวเม่าตลอดฤดูการผลิต (วัน)	120	60	60
4. ปริมาณข้าวเปลือกตลอดฤดูการผลิต (ถัง)	121,680	102,000	108,000
5. ราคาข้าวเปลือกเฉลี่ยถังละ (บาท)	35.6 ^{2/}	30 ^{3/}	32 ^{4/}
6. มูลค่าข้าวเปลือกคิดเป็นเงิน (บาท)	4,339,919.9	3,060,000	3,456,000
รวม (บาท)		10,855,919.0	

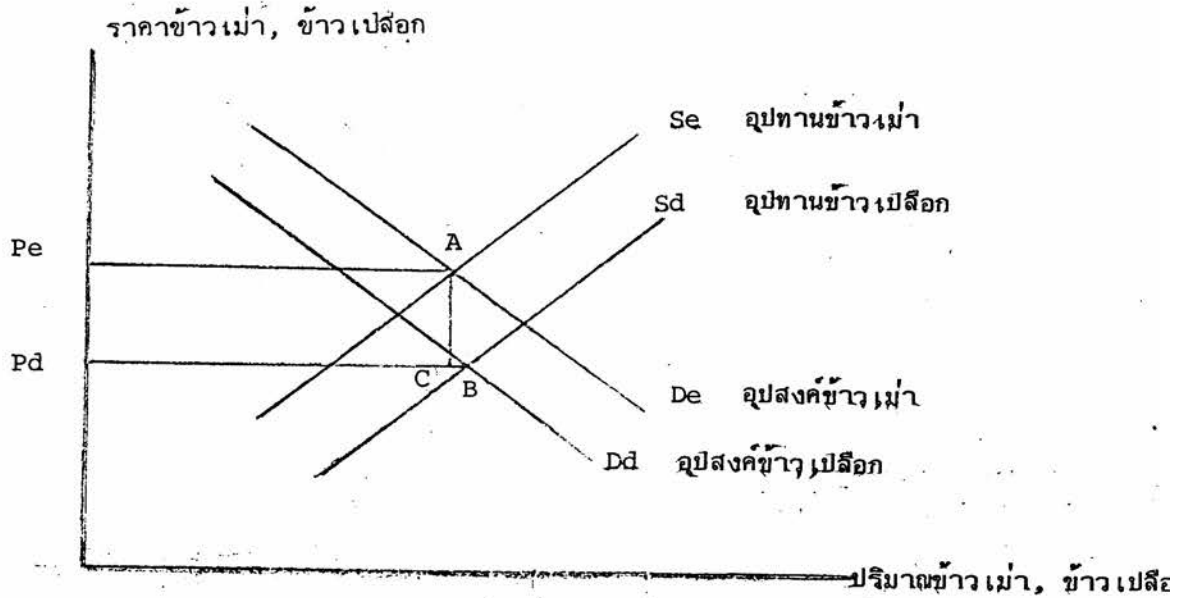
^{2/} ค่าเฉลี่ยรวมจากตารางที่ 44 รายการที่ 1

^{3/} จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตในจังหวัดราชบุรี

^{4/} จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตในจังหวัดสระบุรี



2. การวิเคราะห์โครงสร้างการตลาดข้าวเม่าโดยพิจารณาจากส่วนเหลือการตลาด



ภาพที่ 14 แสดงส่วนเหลือการตลาดข้าวเม่า

ถ้าในตลาดซื้อขายข้าวเม่า ราคาของข้าวเม่า ถูกกำหนดโดยเส้นอุปสงค์ D_e และเส้นอุปทาน S_e ราคาข้าวเม่าในท้องตลาดจะเท่ากับ OP_e ต่อตั้ง และถ้าให้ D_d เป็นอุปสงค์ข้าวเปลือก และ S_d เป็นอุปทานข้าวเปลือก P_d จะเป็นราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตข้าวเม่าต่อตั้ง นั่นคือในการแปรรูปข้าวเม่าจะต้องเสียต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการผลิตอันได้แก่ ค่าตอบแทนแรงงาน การบรรจุหีบห่อ ค่าเชื้อเพลิง ค่าขนส่ง รวมทั้งกำไรของผู้ผลิตข้าวเม่าด้วย ซึ่งรายจ่ายส่วนที่เพิ่มขึ้นมานี้เป็นส่วนเหลือการตลาดที่ต้องรวมกับต้นทุนราคาข้าวเปลือกเพื่อกำหนดเป็นราคาขายข้าวเม่าในตลาดได้ ฉะนั้น หากต้องการทราบราคาต้นทุนข้าวเปลือกต่อตั้งก็สามารถทำได้โดยนำส่วนเหลือการตลาดไปหักออกจากราคาสินค้าที่ขายขณะนั้น ในที่นี้ $P_e P_d$ คือส่วนเหลือการตลาด

ฉะนั้น ถ้านำส่วนเหลือการตลาดมาวิเคราะห์โครงสร้างการตลาดโดยกำหนดให้ราคาขายข้าวเม่าเฉลี่ยรวมทั้ง 3 ชนิด ตั้งละ 75.8 บาท (ตารางที่ 48 นำราคาเฉลี่ยรวมของข้าว 3 ชนิดมาหาค่าเฉลี่ย) แล้วจะพบว่า ผู้ผลิตข้าวเม่า พ่อค้าคนกลาง และพ่อค้ารับซื้อรายใหญ่ จะได้รับผลประโยชน์แตกต่างกันดังนี้

2.1 ผู้ผลิตข้าวเม่า จากตารางที่ 74 ถ้านำรายการที่ 2, 3 และรายการที่ 5 รวมกันจะได้ค่าใช้จ่ายรวมซึ่งเป็นต้นทุนรวมต่อถังหรือเป็นส่วนเหลือมราคาที่ยังไม่ได้รวมกำไรจะมีมูลค่า 14.4 บาทต่อถัง และจากตารางที่ 45 นำค่าฐานนิยม มาหาค่าเฉลี่ยรวมจะได้ค่าเฉลี่ยรวมของต้นทุนข้าวเปลือกทั้ง 3 ชนิด ถังละ 35.6 บาท แล้วนำค่าเฉลี่ยรวมดังกล่าวรวมกันแล้วหักออกจากราคาเฉลี่ยรวมของข้าวเม่าที่ขายได้ (ตารางที่ 48 นำค่าเฉลี่ยรวมมาหาค่าเฉลี่ย) ถังละ 75.8 จะได้กำไรถังละ 25.8 บาท โดยที่เมื่อได้ค่าเฉลี่ยของปริมาณการผลิตที่ผู้ผลิตข้าวเม่าที่สามารถผลิตได้วันละ 12 ถัง โดยทำงานจากชั่วโมงทำงานเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง แล้วจะได้มูลค่าของรายได้เป็นเงินชั่วโมงละ 32.04 บาท และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบรายไดดังกล่าวกับค่าตอบแทนในอาชีพอื่น ๆ เป็นอาชีพรับจ้างทั่วไป ที่มีค่าตอบแทนเฉลี่ยชั่วโมงละ 4.37 บาท และอาชีพช่างไม้ ซึ่งมีค่าตอบแทนเฉลี่ยชั่วโมงละ 13.75 บาท แล้วการผลิตข้าวเม่าจึงให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า

2.2 พ่อค้าคนกลางในตลาดข้าวเม่า การซื้อขายข้าวเม่าอาจจัดได้ว่าเป็นการซื้อขายในตลาดท้องถิ่นหรือเป็นตลาดในระดับหมู่บ้าน ซึ่งในตลาดชนิดนี้สามารถแบ่งพ่อค้าคนกลางออกได้เป็น 3 ประเภท^{5/} ได้แก่ พ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น (Rural merchant) ตัวแทนในท้องถิ่น (Commission agents) และพ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่ (Howker merchant)

1) พ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น เป็นผู้ที่ทำหน้าที่รวบรวมและรับซื้อสินค้าจากเกษตรกร และทำธุรกิจอยู่ในท้องถิ่นที่มีการผลิตสินค้านั้น (ในหมู่บ้านตอนกลางมีอยู่เพียง 1 ราย) พ่อค้าประเภทนี้มีความใกล้ชิดกับผู้ผลิตมาก และเท่าที่ทราบข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ยังไม่มีความสามารถถึงระดับให้สินเชื่อแก่ผู้ผลิตได้^{6/} เมื่อพ่อค้ารับซื้อผลผลิตมาแล้ว ก็จะนำมาคัดแยกประเภทและคุณภาพของสินค้าแล้วรวบรวมให้มีจำนวนมากพอสมควรแล้วจำหน่ายต่อไป^{7/}

^{5/} ธีรพันธุ์ เทศวานิช "หน่วยที่ 2 หลักการตลาดและการวิเคราะห์ปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร" เอกสารการล่อนชุดวิชา การตลาดและนโยบายการเกษตรหน่วยที่ 1-8, สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน้า 45-105.

^{6/} พ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นของหมู่บ้านในจังหวัดราชบุรี มีความสามารถถึงระดับให้สินเชื่อแก่ผู้ผลิตในหมู่บ้านได้ โดยมีการปล่อยสินเชื่อเป็นวัตถุประสงค์ให้ลูกครกของตนผลิตข้าวเม่าเพื่อรวบรวมนำไปขาย แล้วจึงจะนำผลตอบแทนที่ได้มาจ่ายเป็นค่าตอบแทนให้แก่ลูกครกของตน.

^{7/} พ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นของหมู่บ้าน ในจังหวัดราชบุรีสามารถรวบรวมผลผลิตจากลูกครกนำมาบรรจุถุงและจำหน่ายได้เฉลี่ยถังวันละ 100 ถุงเป็นอย่างน้อย

2) ตัวแทนในท้องที่ เป็นผู้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการรับซื้อและรวบรวมสินค้าในระดับท้องที่ แต่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในการกำหนดราคาด้วยตนเอง โดยอาจจะได้รับค่าตอบแทนเป็นร้อยละของราคาสินค้าที่ซื้อและปริมาณสินค้าที่รับซื้อ จากการสัมภาษณ์ยังไม่พออนุมัติตัวแทนนี้ในตลาดข้าวเม่า

3) พ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่ เป็นผู้ที่เข้ามารับซื้อและจำหน่ายสินค้าจากเกษตรกรหรือผู้ผลิตเป็นครั้งคราว มิได้มีภูมิลำเนาอยู่ในท้องที่นั้น ในตลาดซื้อขายข้าวเม่าจะมีพ่อค้าประเภทนี้เป็นจำนวนหลายราย โดยมีลักษณะการซื้อขายพอจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะคือ ประเภทที่นำข้าวเปลือกมาขายโดยไม่รับซื้อข้าวเม่าประเภทรับซื้อข้าวเม่าอย่างเดียว และประเภทจำหน่ายข้าวเปลือกและรับซื้อข้าวเม่าด้วย ซึ่งถ้ามีพ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่เข้ามาในหมู่บ้านมากขึ้น (ในอนาคต) ก็จะมีผู้เข้าไปรับซื้อข้าวเม่าจำนวนมากขึ้นช่วยให้มีการแข่งขันในตลาดข้าวเม่ามากขึ้นด้วย

ดังนั้น ในที่นี้จะนำส่วนเหลือมตลาดมาวิเคราะห์ผลตอบแทนเฉพาะพ่อค้าจรหรือพ่อค้าเร่ในตลาดหมู่บ้านตอนกลางทั้ง 3 ประเภท ดังนี้

(1) พ่อค้าที่นำข้าวเปลือกมาขายอย่างเดียวจะได้กำไรจากส่วนเหลือมการตลาดซึ่งเป็นค่าขนส่งในการรับซื้อข้าวเปลือกถึงละประมาณ 2-4 บาท กล่าวคือ จากการสัมภาษณ์ทราบว่าพ่อค้าจะซื้อข้าวเปลือกจากชาวนาผู้ปลูกข้าวหรือโรงสีในราคาเกวียนละ 3,000-3,200 บาท และนำมาขายให้ผู้ผลิตข้าวเม่าในราคาเกวียนละ 3,200-3,800 บาท แล้วแต่แหล่งซื้อข้าวเปลือกจะไกลหรือใกล้เพียงใด

(2) พ่อค้าที่รับซื้อข้าวเม่าอย่างเดียวจะได้กำไรจากส่วนเหลือมการตลาด โดยเฉพาะจากส่วนที่เป็นค่าขนส่ง เช่นเดียวกับพ่อค้าประเภทแรกโดยได้กำไรถึงละ 5 บาท

(3) พ่อค้าที่ขายข้าวเปลือกและรับซื้อข้าวเม่าด้วย พ่อค้าประเภทนี้จะได้กำไรเท่ากับกำไรของพ่อค้าสองประเภทแรกรวมกัน แต่ใช้เวลาในการได้รับคำตอบนานกว่า เพราะต้องเสียค่าตอบแทนของเงินจำนวนนั้นในช่วงเวลาหนึ่งด้วย

2.3 พ่อค้ารับซื้อรายใหญ่ จากเรื่องตลาดและช่องทางการตลาดข้าวเม่าได้ระบุแหล่งซื้อขายซึ่งเป็นตลาดรวมที่ใหญ่ที่สุดคือกรุงเทพมหานครไว้แล้ว ในตลาดต่าง ๆ เหล่านี้จะมีพ่อค้ารับซื้อรายใหญ่ที่รับซื้อข้าวเม่ารวมไว้เพื่อจำหน่ายไปยังจังหวัดต่าง ๆ และอาจได้แก่พ่อค้าในตลาดท้องถิ่นก็ได้ เช่น พ่อค้ารับซื้อข้าวเม่าในตลาดบ้านโป่ง ตลาดลุ่มพระธัมบุรี และพ่อค้าในตลาดปลายทางเช่น ตลาดจักรวรรดิ ตลาดมหานคร และตลาดทรงวาด พ่อค้ารับซื้อรายใหญ่จะเป็นผู้กำหนดระดับราคาข้าวเม่าในตลาดท้องถิ่น ทั้งนี้เพราะเป็นผู้ทราบอุปสงค์และอุปทานจากตลาด

ระดับท้องถิ่นเป็นอย่างดี พ่อค้าปลายทางมักจะให้ราคาที่แน่นอนต่อหน่วยแก่พ่อค้าระดับท้องถิ่นหรือพ่อค้าระดับท้องถิ่น ซึ่งพ่อค้าพวกนี้จะไปกำหนดราคาให้แก่ผู้ผลิตข้าวแม่ฮักต่อหนึ่ง ฉะนั้น ถ้าไรที่พ่อค้าระดับนี้ได้รับ จะเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์ของผู้ซื้อรายย่อย และอุปทานของผู้ผลิตข้าวแม่