วิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตขมิ้นชัน ในอำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง

Economic Production Analysis of Curcuma in Papayorm District, Patthalung Province

ชูลีรัตน์ คงเรือง[1] และอนุวัต สงสม[2]
Chuleerat Kongruang[1] and Anuwat Songsom[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตขมิ้นชันในอำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง โดยศึกษาลักษณะการผลิต ต้นทุนและรายรับจากการผลิต วิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด ส่วนเหลื่อมการตลาดและปัญหาด้านการผลิตและการตลาดขมิ้นชัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกร 113 ราย และผู้รวบรวมท้องที่ทั้งหมด 5 ราย ผลการวิจัยพบว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่ปลูกขมิ้นชันเป็นอาชีพเสริม มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกเฉลี่ย 1 - 2 ไร่ ปลูกขมิ้นชันร่วมกับพืชชนิดอื่น พันธุ์ที่นิยมปลูกคือขมิ้นด้วง ได้ผลผลิตเฉลี่ย 2,110.8 กิโลกรัมต่อไร่ และมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 8,151.5 บาทต่อไร่ ร้อยละ 95 ของผลผลิตจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมท้องที่ ที่เหลือเก็บไว้บริโภคและใช้เป็นท่อนพันธุ์บางส่วน โดยผลผลิตจำหน่ายในรูปหัวสด ไม่มีการแปรรูป รายได้เฉลี่ยของเกษตรกรเท่ากับ 22,185.6 บาทต่อไร่ ปัญหาด้านการผลิตที่สำคัญคือผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายย่อย พื้นที่เพาะปลูกมีน้อย ขาดการรวมกลุ่มทำให้ไม่มีอำนาจในการกำหนดราคา และความช่วยเหลือและส่งเสริมจากรัฐไม่มีความต่อเนื่อง ด้านการตลาดขมิ้นชัน พบว่ามีผู้รวบรวมท้องที่ทั้งสิ้น 5 ราย รับซื้อผลผลิต ณ แหล่งผลิต ราคารับซื้อถูกกำหนดโดยผู้รวบรวมท้องที่ โดยราคาขึ้นอยู่กับคุณภาพและลักษณะผลผลิต เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรอง ราคามีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามภาวะตลาด ต้นทุนทางการตลาดและส่วนเหลื่อมการตลาดแตกต่างกันไปตามลักษณะผลผลิตโดยมีค่าอยู่ระหว่าง ร้อยละ 5.72 - 9.87 และ 12.46 - 17.26 ของราคาผลผลิต ผลผลิตที่รวบรวมได้มากกว่าร้อยละ 60 ส่งไปจำหน่ายยังตลาดกลางผักและผลไม้จังหวัดนครศรีธรรมราช ปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญ คือ ราคาสินค้าตกต่ำและไม่แน่นอน ขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดไม่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และไม่มีอำนาจในการกำหนดราคา

คำสำคัญ: ขมิ้นชัน ต้นทุนเฉลี่ย รายรับเฉลี่ย ต้นทุนการตลาด ส่วนเหลื่อมการตลาด วิถีการตลาด

[1] อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ จังหวัดสงขลา E-mail: chuleerat@tsu.ac.th
[2] อาจารย์ สาขาการจัดการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

Abstract

The purposes of this research were twofold. Firstly, it aimed to analyze the natures of curcuma production in terms of production costs, average revenue and the production problems. Secondly, it aimed to analyze the curcuma marketing characteristics, including the marketing channels, marketing costs and marketing problems. The data was collected from 113 farmers and 5 local wholesalers. The results revealed that curcuma was grown as the minor plant in rubber field. Moreover, the size of plantation was very small averaged at 1-2 rai/farmer. Average output was 2,110.8 kg/rai. 95% of output was sold to local traders at farm, the rest was kept for propagation in the following round of production. The farm prices of curcuma varied according to quality and kinds, and were determined by the local wholesalers. The revenue of farmers averaged at 22,185.6 baht/rai and the average cost was 8,151.5 baht/rai. Thus, the profit gained was 12,034.1 baht/rai. More than 60% of output was sold to the traders at the Agricultural Products Market Centre in Nakhon Si Thammarat Province. The marketing costs and marketing margins ranged from 5.82% to 9.87% and 12.71% to 17.26%, respectively, according to quality and the kinds of product. The main problems of production were a shortage of land for curcuma plantation, no producers corporative and discontinue government policy in promoting the development of the production. In contrast, no value added creation, extremely low and instable price and marketing information deficiency were the major marketing problems.

Keywords: curcuma., average production cost., average revenue., marketing costs., marketing channel., marketing margin.

บทนำ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพซึ่งผลิตจากสมุนไพรกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสังเกตได้จากความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเหล่านั้น ตลอดจนจำนวนผู้ผลิตสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนโดยทั่วไปให้ความสำคัญกับสุขภาพของตนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งกังวลในเรื่องปัญหาสุขภาพที่อาจเกิดจากการใช้สารเคมี ส่งผลให้ความนิยมในผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมุนไพรได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว พืชสมุนไพรที่ได้รับความนิยมมีหลากหลายชนิด หนึ่งในจำนวนนั้นคือขมิ้นชัน ซึ่งเป็นพืชสมุนไพรที่มีสรรพคุณใช้เป็นยารักษาโรคต่าง ๆ เช่น โรคผิวหนัง ผื่นคัน ขับลม ท้องร่วง รักษาแผลในกระเพาะอาหาร เป็นต้น ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์จากขมิ้นชัน ได้แก่ น้ำมันสกัดและผงขมิ้นยังสามารถนำมาใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เช่น สบู่ ยาสระผม ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า ครีมกันแดด และครีมขัดผิว นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทอื่น จากที่กล่าวมาข้างต้นการส่งเสริมการปลูกขมิ้นชันจึงนับได้ว่าเป็นหนทางหนึ่งที่จะสามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่เกษตรกร เนื่องจากขมิ้นชันเป็นพืชที่ปลูกง่าย ใช้ระยะเวลาในการปลูกสั้น และสามารถปลูกร่วมกับพืชชนิดอื่น เช่น ปลูกแซมในสวนยางพาราหรือไม้ผล อีกทั้งยังเป็นพืชที่ชอบอากาศร้อนจึงสามารถปลูกได้ทุกท้องที่ในประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคใต้

จังหวัดพัทลุงเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการปลูกขมิ้นชัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ตำบลลานข่อย อำเภอปาพะยอมมีผู้ปลูกขมิ้นชันเป็นจำนวนมาก จากการสัมภาษณ์ผู้รวบรวมท้องที่และผู้นำชุมชนพบว่าปริมาณผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 200 - 300 ตันต่อปี ผลผลิตที่ได้จำหน่ายทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง นับว่าเป็นแหล่งผลิตที่มีศักยภาพหากได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจะช่วยเสริมสร้างรายได้แก่เกษตรกรและสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับขมิ้นชันได้ต่อไป อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพบว่ายังไม่ได้มีการสำรวจและศึกษาการผลิตและการตลาดขมิ้นชันในพื้นที่ดังกล่าวแต่อย่างใด ทำให้ไม่มีข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตและการตลาดขมิ้นชัน การปลูกขมิ้นชันเป็นเพียงอาชีพเสริมของเกษตรกรซึ่งไม่มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิควิธีในการปลูกและการปรับปรุงบำรุงดิน ส่งผลให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำ มีโรคพืชรบกวน ทำให้คุณภาพผลผลิตต่ำและจำหน่ายได้ในราคาถูกตามไปด้วย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การผลิตและการตลาดขมิ้นชัน ในส่วนของการผลิต ศึกษาครอบคลุมถึง ลักษณะการผลิต ผลผลิตเฉลี่ย ต้นทุนการผลิต การจำหน่ายผลผลิต รายรับจากการผลิตของเกษตรกร ส่วนด้านการตลาดศึกษาถึงต้นทุนทางการตลาด ส่วนเหลื่อมการตลาด วิถีการตลาด ตลอดจนปัญหาด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งจะทำให้ทราบข้อเท็จจริงและประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรในพื้นที่และผู้ทำหน้าที่การตลาด อันจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการตลาดตลอดจนการให้การช่วยเหลือแก่เกษตรกรต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้จัดเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิซึ่งเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น จำนวน 2 ชุด ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชัน และแบบสัมภาษณ์ ผู้รับซื้อขมิ้นชันหรือผู้รวบรวมท้องที่ เนื่องจากยังไม่เคยมีการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกขมิ้นชันในพื้นที่ดังกล่าวมาก่อนทำให้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้ประสานกับผู้นำในชุมชนทำให้ทราบว่า พื้นที่ที่มีการปลูกขมิ้นชันกันมากในตำบลลานข่อย ได้แก่ พื้นที่หมู่ที่ 4, 5, 8 และหมู่ที่ 9 ดังนั้นจึงได้กำหนดกรอบพื้นที่ในการสำรวจข้อมูลให้ครอบคลุมพื้นที่ดังกล่าว หลังจากนั้นจึงได้ประสานกับผู้นำชุมชนในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยวิธีการสัมมะโนเกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชันทั้งสิ้น 113 ราย และผู้รวบรวมท้องที่ 5 ราย สถิติที่ใช้ในการประมวลผลใช้ค่าสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. การผลิตขมิ้นชัน

1.1 ลักษณะทั่วไปของการผลิต

ด้านสภาพทั่วไปของผู้ปลูกขมิ้นชัน พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชันมีทั้งเพศชายและหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุเฉลี่ย 31 - 39 ปี ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีอาชีพหลัก คือทำสวนยางพารา และปลูกขมิ้นชันเป็นอาชีพเสริม เกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชันมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3 - 4 คน แต่มีเพียง 1 - 2 คนเท่านั้นที่ทำการเกษตร และมีพื้นที่ถือครองและพื้นที่ถือครองเพื่อทำการเกษตร อยู่ระหว่าง 10 - 19 ไร่

ด้านการผลิตขมิ้นชัน พบว่า สภาพการผลิตขมิ้นชันของเกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชันในปีการเพาะปลูก 2547/48 สามารถสรุปได้ ดังนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 74 ปลูกขมิ้นชันมานานกว่า 5 ปี ขนาดพื้นที่เพาะปลูก 1-2 ไร่ ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ซึ่งไม่มีเอกสารสิทธิ

เนื่องจากเป็นอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ เกษตรกรร้อยละ 80 ปลูกขมิ้นชันร่วมกับพืชชนิดอื่น เช่น ยางพารา และไม้ผล (ดูรูปที่ 1 และ 2) เป็นต้น โดยดินที่ใช้ปลูกขมิ้นส่วนใหญ่เป็นดินร่วน รองลงมาคือดินเหนียว ก่อนทำการปลูก เกษตรกรส่วนใหญ่มีการเตรียมพื้นที่โดยการฉีดยาฆ่าวัชพืช จากนั้นจึงขุดหลุมปลูก โดยไม่มีการไถพรวนดิน ระยะห่างระหว่างหลุมปลูกประมาณ 20 - 30 เซนติเมตร พันธุ์ขมิ้นที่นิยมปลูก คือ ขมิ้นด้วง โดยใช้แง่งเป็นท่อนพันธุ์ แหล่งที่มาของท่อนพันธุ์ส่วนใหญ่เป็นของตนเอง หากไม่เพียงพอจึงจะซื้อ ปริมาณท่อนพันธุ์ที่ใช้ในการปลูกเฉลี่ย 236 กิโลกรัมต่อไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่ ร้อยละ 67 เริ่มปลูกขมิ้นชันในเดือนพฤษภาคม และเก็บเกี่ยวผลผลิตในเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ ในการดูแลรักษาขมิ้นชันเกษตรกรมีการถอนหญ้าและใส่ปุ๋ยเคมีสองครั้ง รวมระยะเวลาตั้งแต่เริ่มปลูกจนกระทั่งเก็บเกี่ยวผลผลิต 8 - 9 เดือน สำหรับวิธีเก็บเกี่ยวผลผลิตยังใช้วิธีดั้งเดิมนั่นคือ การขุดโดยใช้แรงงานคน และได้รับผลผลิตเฉลี่ย 2,110.8 กิโลกรัมต่อไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยขององอาจ หาญชาญเลิศ และคณะ (2539) เรื่อง การศึกษาต้นทุนและผลผลิตสดของขมิ้นชัน พบว่า จำนวนผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ที่เกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชันในตำบลลานข่อยได้รับต่ำกว่าทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างในด้านการเตรียมพื้นที่ ซึ่งพบว่าเกษตรกรไม่มีการไถพรวนและยกร่องก่อนปลูกแต่ใช้วิธีการขุดหลุมปลูกโดยตรงทำให้ดินขาดความร่วนซุย ส่งผลต่อปริมาณผลผลิต นอกจากนี้ยังพบว่า เกษตรกรขาดความรู้ในการปรับปรุงบำรุงดิน จะเห็นได้จากมีการปลูกขมิ้นชันในพื้นที่เดิมติดต่อกันหลายครั้ง โดยไม่ได้มีการปลูกพืชชนิดอื่นหมุนเวียน ส่งผลให้เกิดโรครบกวน เนื่องจากการปลูกขมิ้นชันซ้ำที่เดิมหลายครั้งทำให้เกิดการสะสมโรค เช่น โรคเหง้าและรากเน่าซึ่งเกิดจากเชื้อแบคทีเรีย โรคต้นเหี่ยว และโรคใบจุดซึ่งเกิดจากเชื้อรา สำหรับผลผลิตส่วนใหญ่ ร้อยละ 87 จำหน่ายเป็นหัวแม่พร้อมแง่ง ซึ่งจำหน่ายในราคาเฉลี่ย 13.30 บาทต่อกิโลกรัม โดยช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมากคือในเดือนมกราคมราคาจะลดต่ำลง โดยราคาต่ำสุดอยู่ที่ 7 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีพ่อค้ามารับซื้อถึงแหล่งผลิต ราคาจำหน่ายมีความไม่แน่นอนเนื่องจากผู้รับซื้อเป็นผู้กำหนดราคา เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรอง ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่เพียง 22,186.6 บาทต่อไร่

1.2 ต้นทุนการผลิต

เมื่อพิจารณาต้นทุนการผลิต พบว่า ประกอบด้วยต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเตรียมพื้นที่ ค่าท่อนพันธุ์ ค่าแรง ค่าปุ๋ยเคมี ค่ายาฆ่าแมลง ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ โดยค่าท่อนพันธุ์มีสัดส่วนในต้นทุนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7 ของต้นทุนรวม รองลงมาคือค่าปุ๋ย และค่าใช้จ่ายในการเตรียมพื้นที่ตามลำดับ ทั้งนี้ต้นทุนเฉลี่ยในการผลิตขมิ้นชันเท่ากับ 8,151.5 บาทต่อไร่ ดังแสดงในตารางที่ 1 ทั้งนี้ในการคำนวณต้นทุนนั้นไม่ได้คำนวณค่าแรงของเกษตรกรเอง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพปลูกขมิ้นชัน เป็นอาชีพเสริมเท่านั้น

1.3 ปัญหาและความต้องการของเกษตรกร

ด้านปัญหาการผลิตและความต้องการความช่วยเหลือของเกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชัน พบว่า ปัญหาที่เกษตรกรประสบอยู่ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ ปัญหาพื้นที่เพาะปลูกไม่เพียงพอ การเสื่อมคุณภาพของดินและการมีโรคพืชและแมลงรบกวน ด้านการตลาดพบว่า มีปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ และไม่มีการแปรรูปผลผลิต นับเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านอื่น ๆ ได้แก่ นโยบายหรือการให้ความช่วยเหลือจากรัฐไม่มีความต่อเนื่องและขาดผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ ในส่วนของความต้องการความช่วยเหลือเกษตรกรต้องการให้ภาครัฐจัดบุคลากรเข้ามาคอยให้คำแนะนำด้านความรู้ในการปลูกขมิ้นชันอย่าง

สม่ำเสมอ ตลอดจนสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มผู้ปลูกขมิ้นชันในท้องที่ และช่วยเหลือให้เกิดการแปรรูปผลผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนต้องการให้ภาครัฐออกเอกสารสิทธิที่ดินทำกิน เนื่องจากที่ดินซึ่งใช้ปลูกขมิ้นชันส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ เกษตรกรไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน จึงขาดแรงจูงใจในการพัฒนาเทคนิคการผลิตและการปรับปรุงบำรุงดิน

2. การตลาดขมิ้นชัน

2.1 ลักษณะทั่วไปของตลาดขมิ้นชัน

สภาพทั่วไปทางการตลาดขมิ้นชัน ในตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม สามารถสรุปได้ ดังนี้ มีผู้รับซื้อหรือผู้รวบรวมท้องที่ทั้งสิ้น 5 ราย 4 คน เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 45-50 ปี ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพทำสวนยางเป็นอาชีพหลัก และรับซื้อขมิ้นชันเป็นอาชีพเสริม โดยส่วนใหญ่รับซื้อขมิ้นชันมานานกว่า 5 ปี ในการดำเนินการซื้อขายนั้น ผู้รับซื้อจะต้องลงทุนจัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่ รถกระบะสำหรับบรรทุกขมิ้นชัน เครื่องชั่งน้ำหนัก โรงเรือนที่เก็บขมิ้นเพื่อรอจำหน่าย (ดูรูปที่ 4) เข่ง กระสอบปาน เพื่อใช้ในการปิดเข่ง กระสอบบรรจุแบบตาข่าย (ดูรูปที่ 8) เครื่องสูบน้ำ สายยางและหัวฉีดน้ำ กะละมัง สำหรับล้างหัวขมิ้นชัน ตะกร้าบรรจุ และต้องมีเงินทุนหมุนเวียนเตรียมไว้ 70,000 - 100,000 บาทต่อเดือน เนื่องจากผู้รวบรวมต้องจ่ายค่าผลผลิตเป็นเงินสดแก่เกษตรกร ในขณะที่ขายขมิ้นชันเป็นเงินเชื่อ ผู้รวบรวมท้องที่จะรับซื้อขมิ้นชันจากลูกค้าประจำเป็นส่วนใหญ่ โดยร้อยละ 85 ของผลผลิตที่รับซื้อเป็นการซื้อ ณ แหล่งผลิต ปริมาณการรับซื้อเฉลี่ย 800 - 1,000 กิโลกรัมต่อวัน รับซื้อเป็นหัวสดในลักษณะหัวแม่พร้อมแง่งหรือแพ (ดูรูปที่ 5 และ 6) การกำหนดราคารับซื้อนั้นผู้รวบรวมท้องที่กำหนดราคารับซื้อโดยพิจารณาจากราคาที่คาดว่าจะขายได้ ราคารับซื้อของคู่แข่ง และคุณภาพของผลผลิต โดยราคารับซื้อ ณ แหล่งผลิต (ราคาหน้าฟาร์ม) จะถูกกว่าราคาที่เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายด้วยตนเอง 0.50 - 1.00 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทาง

2.2 ต้นทุนการตลาดและส่วนเหลื่อมการตลาด

ต้นทุนการตลาดคือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดจากการทำหน้าที่ทางการตลาดของผู้รวบรวมท้องที่ และเมื่อรวมกับกำไรที่ผู้รวบรวมได้รับ จะเป็นส่วนเหลื่อมการตลาด จากตารางที่ 2 พบว่า ต้นทุนทางการตลาดกำไรของผู้รวบรวม และส่วนเหลื่อมทางการตลาดจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของผลผลิตที่จำหน่าย โดยต้นทุนทางการตลาดของผลผลิตประเภทหัวแม่ หัวแม่พร้อมแง่ง และท่อนขมิ้นชัน เท่ากับร้อยละ 5.72, 6.45 และ 9.87 ของราคาจำหน่ายตามลำดับ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของต้นทุนทางการตลาด พบว่า ต้นทุนค่าขนส่ง มีสัดส่วนสูงที่สุด รองลงมาคือ ค่าจ้างแรงงานซึ่งเป็นค่าจ้างล้างทำความสะอาดขมิ้นชัน (ดูรูปที่ 7) ค่าน้ำประปา ค่าไฟ และค่าสูญเสียน้ำหนัก ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้รวบรวมจะได้รับกำไรจากการจำหน่ายผลผลิตในลักษณะ หัวแม่ หัวแม่ พร้อมแง่ง และท่อนขมิ้นคละต่อกิโลกรัมละ 2 บาท 1.65 บาท และ 1.25 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.73, 6.26 และ 7.39 ของราคาจำหน่าย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาส่วนเหลื่อมทางการตลาดพบว่า ขมิ้นท่อน (แง่ง) มีสัดส่วนของส่วนเหลื่อมการตลาดในราคาจำหน่ายสูงที่สุด คือ ร้อยละ 17.26 รองลงมาคือ หัวแม่พร้อมแง่ง ร้อยละ 12.71 และหัวแม่ ร้อยละ 12.46 จะเห็นได้ว่าผู้รวบรวมท้องที่จะได้รับกำไรมากที่สุดคือ 2 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อจำหน่ายผลผลิตประเภทหัวแม่ เนื่องจากผลผลิตในลักษณะดังกล่าวเป็นที่ต้องการของตลาด ในขณะที่ปริมาณผลผลิตมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 8 ของผลผลิตที่รับซื้อทั้งหมดจึงส่งผลให้จำหน่ายได้ในราคาสูง

2.3 วิถีการตลาด

วิถีการตลาดขมิ้นชันในตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง สามารถแสดงได้ดังรูปที่ 9 นั่นคือ ขมิ้นชันที่เกษตรกรผลิตได้ ร้อยละ 95 จะขายให้กับผู้รวบรวมในท้องที่ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 5 จะเก็บไว้บริโภคและส่วนหนึ่งใช้เป็นท่อนพันธุ์สำหรับการเพาะปลูกในฤดูกาลต่อไป โดยในส่วนของผู้รวบรวมเมื่อรับซื้อผลผลิตไปแล้วจะนำผลผลิตประมาณร้อยละ 66 ไปขายที่ตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐ จังหวัดนครศรีธรรมราช และขายให้กับพ่อค้ารายย่อยในจังหวัดพัทลุง และจังหวัดใกล้เคียง ร้อยละ 6 และร้อยละ 24 ตามลำดับ สำหรับผลผลิตที่ขายที่ตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐประมาณ ร้อยละ 40 ขายให้กับผู้ผลิตเครื่องแกงในพื้นที่ ส่วนอีกร้อยละ 20 ขายให้พ่อค้าในตลาดกรุงเทพฯ และที่เหลือ ร้อยละ 5 ขายให้ผู้บริโภคภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.4 ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการตลาดขมิ้นชัน

ผู้รวบรวมท้องที่ประสบปัญหาในการรับซื้อขมิ้นชันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาเกี่ยวกับปริมาณผลผลิตมีน้อยและมีปริมาณไม่แน่นอน นับว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญในระดับมาก ส่วนปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านราคาตกต่ำและไม่แน่นอน และต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้น ส่วนปัญหาด้านอื่น ๆ ได้แก่ คุณภาพของผลผลิตต่ำ ขาดแคลนแรงงาน และขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้ผู้รวบรวมยังให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐที่ควรมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยแสวงหาตลาดรับซื้อเพิ่มเติม ทั้งตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ

3. ศักยภาพด้านการตลาด

เมื่อพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ของขมิ้นชันในพื้นที่ที่ทำการศึกษาครั้งนี้ พบว่า องค์ประกอบสุดท้ายคือการส่งเสริมการขายมิได้ถูกนำมาใช้เลย ดังนั้น จึงสามารถวิเคราะห์ได้เฉพาะ 3 องค์ประกอบแรกเท่านั้น กล่าวคือ

3.1 ผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่ามีเพียงขมิ้นชันสดเพียงอย่างเดียว ยังไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเก็บรักษาหรือแปรรูป ผลผลิตที่ขายไม่ได้ถูกปล่อยให้เน่าเสีย

3.2 ราคา เกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นไม่มีบทบาทในการกำหนดราคาผลผลิต และต้องยอมรับราคาที่ถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลาง (ผู้รวบรวมในท้องที่) เกษตรกรขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านราคา อย่างไรก็ตามพบว่าเกษตรกรสามารถจำหน่ายให้กับผู้ซื้อที่ให้ราคาสูงกว่าได้

3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าเป็นแบบช่องทางอ้อม (Indirect Channel) ประเภทช่องทาง 2 ระดับ และช่องทาง 3 ระดับ ซึ่งช่องทางในการจัดจำหน่ายเกษตรกรดังกล่าว เกษตรกรหรือผู้ผลิตไม่ได้ซื้อขายสินค้ากับผู้บริโภคโดยตรง ทำให้เกิดต้นทุนทางการตลาด ส่งผลให้ส่วนที่เกษตรกรได้รับอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นหากเกษตรกรต้องการรายรับเพิ่มขึ้นอาจจะรวมกลุ่มกันเพื่อขจัดคนกลางและจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มของเกษตรกร พบว่ายังมีโอกาสเป็นไปได้ยากเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกขมิ้นชันเป็นอาชีพเสริมเท่านั้น โดยปลูกแซมในสวนยาง ขมิ้นชันจึงมิได้เป็นพืชหลักจึงมิได้รับความสนใจจากเกษตรกรเท่าที่ควร หากต้องการให้มีการรวมกลุ่มผู้ปลูกขมิ้นชัน มีความจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องเข้าไปผลักดันหรือส่งเสริมพอสมควร

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการตลาดขมิ้นชันได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการผลิต

1.1 ภาครัฐควรเข้ามาดูแล ในการให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกขมิ้นชันในทุก ๆ ด้าน แก่เกษตรกร โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก การดูแลรักษา การใส่ปุ๋ย การป้องกันและกำจัดโรคพืช ตลอดจนการเก็บเกี่ยว เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรยังขาดความรู้ในเรื่องดังกล่าว

1.2 ส่งเสริมให้มีการปรับปรุงบำรุงดิน โดยการแนะนำให้เกษตรกรปลูกพืชชนิดอื่นสลับกับการปลูกขมิ้นชันเพื่อป้องกันโรคพืช และเพิ่มผลผลิต

1.3 ส่งเสริมให้มีการใช้ปุ๋ยชีวภาพแทนปุ๋ยเคมีเพื่อลดต้นทุนการผลิต เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าค่าปุ๋ยเคมีมีสัดส่วนในต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง

1.4 เนื่องจากระยะเวลาที่เก็บเกี่ยวผลผลิตมีผลต่อราคาขมิ้นชันที่เกษตรกรได้รับ ดังนั้นควรให้ความรู้แก่เกษตรกรให้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร

1.5 ส่งเสริมให้เกษตรกรทดลองปลูกขมิ้นชันพันธุ์อื่น เช่น ขมิ้นทอง ซึ่งมีโอกาสทางการตลาดที่ดีกว่าเนื่องจากขมิ้นทองให้สารสกัดและน้ำมันหอมระเหยมากกว่าขมิ้นด้วง จึงมีช่องทางการตลาดหลากหลายกว่านั่นคือสามารถจำหน่ายเป็นวัตถุดิบให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากขมิ้นได้ เช่น องค์กรเภสัชกรรมหรือโรงพยาบาลชุมชนที่มีการแปรรูปผลผลิตดังกล่าว เช่น โรงพยาบาลชุมชนเมืองสงขลา

2. ด้านการตลาด

2.1 ผลการวิจัย พบว่า ราคาซื้อขายขมิ้นชันถูกกำหนดโดยผู้ซื้อ เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรองเนื่องจากขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด และเป็นเพียงผู้ผลิตรายย่อย ดังนั้นภาครัฐจึงควรสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชันในแหล่งผลิตเพื่อสร้างระบบการซื้อ-ขายผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนให้ข้อมูลข่าวสารทางการตลาดแก่เกษตรกรเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง อีกทั้งส่งเสริมให้มีการแปรรูปผลผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและแก้ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ

2.2 หน่วยงานภาครัฐควรเข้าไปส่งเสริมให้มีการแสวงหาตลาดใหม่ ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อรองรับผลผลิต โดยการติดต่อหรือขอความร่วมมือกับผู้ซื้อรายใหญ่ เช่น องค์การเภสัชกรรม ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมความงามและบำรุงผิว เป็นต้น เพื่อเป็นการลดความไม่แน่นอนจากการเคลื่อนไหวขึ้นลงของราคา

2.3 ให้ความรู้เกี่ยวกับการเก็บรักษาหัวสดขมิ้นชันแก่ผู้รวบรวมท้องที่ในระหว่างที่รอจำหน่ายเพื่อลดจำนวนการเน่าเสียของผลผลิต

2.4 รัฐบาลควรเข้าไปมีบทบาทในการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์หรือทำหน้าที่ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรักษาและการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

กมล เลิศรัตน์ อรสา ดิสถาพร สุชีลา เตชะวงค์เสถียร และวีระ ภาคอุทัย (2544). **เอกสารอ้างอิงรายงานการประมวลองค์ความรู้เรื่องผักในประเทศไทย สถานภาพของการผลิต การตลาดและการวิจัย.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).

กรมวิชาการเกษตร. (2548). **ขมิ้นชัน: การแปรรูปและผลิตภัณฑ์.** สืบค้นจาก http://www.doa.go.th. เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2548.

กรมวิชาการเกษตร (2548) **ตลาดขมิ้น.** สืบค้นจาก http://www.doa.go.th. เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2548.

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2548). **ตำบลลานข่อย.** สืบค้นจาก http://www.thailocaladmin.go.th. เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2548.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2548). **พบขมิ้นแดงสยามผลผลิตและสารเคอร์คูมินสูง มีสารออกฤทธิ์ ป้องกันโรคมะเร็ง.** ข่าวเกษตรศาสตร์: 12(151).

องอาจ หาญชาญเลิศ ฉลอง แบบประเสริฐ และยิ่งยง ไพสุขศานติวัฒนา. (2539). **การศึกษาต้นทุนและผลผลิตสดของขมิ้นชัน.** กรมวิชาการเกษตร.

ตารางและภาพประกอบ

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อไร่

ต้นทุนการผลิต	จำนวนเงิน (บาท)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการเตรียมพื้นที่เพาะปลูก	1,424.1	17.5
ค่าท่อนพันธุ์ [1)]	2,908.6	35.7
ค่าแรง [2)]	1,028.8	12.6
ค่าปุ๋ย	1,498.5	18.4
ค่ายาฆ่าแมลง	835.5	10.2
ค่าขนส่ง	266.7	3.3
อื่น ๆ	189.3	2.3
รวม	**8,151.5**	**100.0**

หมายเหตุ: 1) ค่าท่อนพันธุ์ = จำนวนท่อนพันธุ์ที่ใช้ปลูกต่อไร่ x ราคาจำหน่ายแง่งขมิ้นต่อกิโลกรัม (ราคาเฉลี่ย กก. ละ 12.33 บาท)

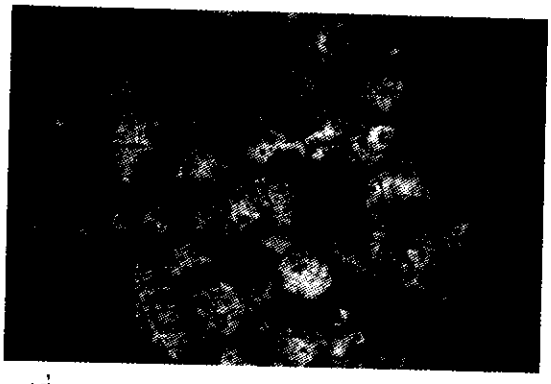
2) ค่าแรงงานคิดเฉพาะกรณีมีการจ้างแรงงานเท่านั้น ไม่รวมค่าแรงของเกษตรกร

รูปที่ 1 แปลงปลูกขมิ้น

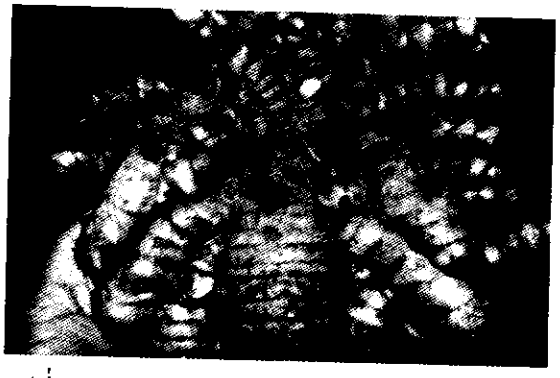
รูปที่ 2 แปลงปลูกขมิ้น

รูปที่ 3 ผู้รวบรวมท้องที่

รูปที่ 4 โรงเรือนและอุปกรณ์รับซื้อ



รูปที่ 5 หัวแม่



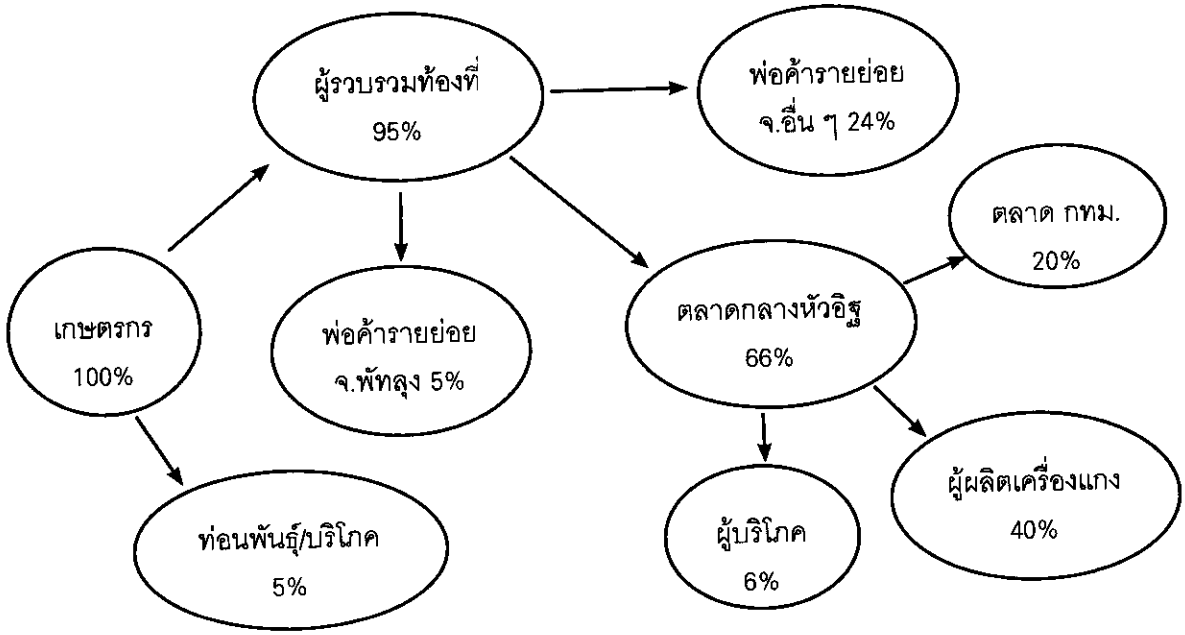
รูปที่ 6 หัวแม่พร้อมแง่ง

รูปที่ 7 การล้างทำความสะอาดขมิ้น

รูปที่ 8 ผลผลิตพร้อมส่งจำหน่าย

ตารางที่ 2 ต้นทุนและส่วนเหลื่อมการตลาดขมิ้นชันจำแนกตามลักษณะผลผลิต

ต้นทุน	หัวแม่		หัวแม่พร้อมแง่ง		แง่ง	
	บาท/กก.	ร้อยละ	บาท/กก.	ร้อยละ	บาท/กก.	ร้อยละ
ราคารับซื้อ ณ แหล่งผลิต	26.00	87.54	23.00	87.29	14.00	82.74
ต้นทุนการตลาด	1.70	5.72	1.70	6.45	1.67	9.87
ค่าขนส่ง	0.75	2.53	0.75	2.85	0.75	4.43
ค่าจ้างแรงงาน	0.50	1.68	0.50	1.90	0.50	2.96
ค่าน้ำ ค่าไฟ	0.20	0.67	0.20	0.76	0.20	1.18
ค่าสูญเสียน้ำหนัก	0.10	0.34	0.10	0.38	0.10	0.59
ค่าเสื่อมราคาวัสดุอุปกรณ์และอื่น ๆ	0.15	0.51	0.15	0.57	0.12	0.71
กำไรของผู้รวบรวมท้องที่	2.00	6.73	1.65	6.26	1.25	7.39
ส่วนเหลื่อมการตลาด	3.70	12.46	3.35	12.71	2.92	17.26
ราคาเฉลี่ยที่ผู้รวบรวมท้องที่ได้รับ	**29.70**	**100.00**	**26.35**	**100.00**	**16.92**	**100.00**



รูปที่ 9 วิถีการตลาดขมิ้นชัน