

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ เพื่อศึกษาการผลิตและการตลาดส้มโอในภาคตะวันออกเชิงเหวตอนบน ต้นทุนและผลตอบแทน ความคุ้มค่าในการลงทุน และเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการผลิตและความสามารถในการแข่งขันในระดับฟาร์ม รวบรวมข้อมูลด้านการผลิตจำนวน 100 ตัวอย่างจากผู้ปลูกส้มโอในเขตอำเภอบ้านแพนและอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา อำเภอปากชมและอำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย และอำเภอสังขม จังหวัดหนองคาย และสัมภาษณ์คนกลางที่ทำหน้าที่ทางการตลาดทั้งหมดจำนวน 18 ราย

ผลการศึกษาด้านเศรษฐกิจการผลิตพบว่า จังหวัดในภาคตะวันออกเชิงเหวตอนบนที่มีพื้นที่เพาะปลูกส้มโอที่ปรากฏในระบบฐานข้อมูลมีเพียง 10 จังหวัด เรียงตามลำดับพื้นที่เพาะปลูก ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา หนองคาย เลย บุรีรัมย์ สกลนคร ขอนแก่น อุดรธานี อุบลราชธานี และบึงกาฬ พันธุ์ที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ทองดี ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าการลงทุนปลูกส้มโอพันธุ์ทองดีของผู้ปลูกส้มโอทุกพื้นที่มีความคุ้มค่าในการลงทุน มีอัตราความเสี่ยงด้านรายจ่ายมากกว่ารายได้ ยกเว้นการปลูกส้มโอของชาวสวนส้มโอพันธุ์ทองดีที่อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ที่มีอัตราความเสี่ยงด้านรายจ่ายและรายได้อยู่ในระดับที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ

สำหรับศักยภาพด้านการผลิตที่จังหวัดชัยภูมิมีความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันมากกว่าจังหวัดอื่น ๆ แต่ก็นับว่ามีความเข้มแข็งระดับปานกลาง รองลงมา คือ จังหวัดนครราชสีมา หนองคาย และจังหวัดเลย ทั้ง 4 จังหวัดมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง แต่ยังขาดการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิตใหม่ที่สามารถลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตการผลิต

ผลการศึกษาด้านการตลาด พบว่า ผู้ปลูกส้มโอส่วนใหญ่มีการขายให้กับผู้ค้าส่งมากที่สุดร้อยละ 42.58 ของปริมาณผลผลิตส้มโอทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ผู้รวบรวม ผู้บริโภค ผู้ส่งออก ผู้ค้าปลีกในท้องถิ่น และตัวแทนการค้า ร้อยละ 17.39, 13.44, 12.15, 11.90 และ 2.54 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ด้านต้นทุนทางการตลาดและส่วนเหลือการตลาดพบว่า พ่อค้าท้องถิ่นส้มโอมีส่วนเหลือการตลาดร้อยละ 33.33-64.47 ของรายได้ทั้งหมด และมีต้นทุนการตลาดร้อยละ 23.58-65.00 ของรายได้ทั้งหมด ผู้รวบรวมส้มโอมีส่วนเหลือการตลาดร้อยละ 40.48-47.37 ของรายได้ทั้งหมด และมีต้นทุนการตลาดร้อยละ 13.34-17.93 ของรายได้ทั้งหมด พ่อค้าส่งมือที่ 2 มีส่วนเหลือการตลาดร้อยละ 33.33 ของรายได้ทั้งหมด และมีต้นทุนการตลาดร้อยละ 7.83-9.32 ของรายได้ทั้งหมด ผู้จัดหาส้มโอให้กับห้างมีร้อยละ 53.73 และมีต้นทุนการตลาดร้อยละ 31.11 ของรายได้ทั้งหมด ผู้บรรจุส้มโอเพื่อการส่งออก มีส่วนเหลือการตลาด 33.33-36.17 ของรายได้ทั้งหมด โดยมีต้นทุนการตลาดร้อยละ 14.63-20.83 ของรายได้ทั้งหมด

ข้อเสนอแนะด้านการผลิต คือ ผู้ปลูกส้มโอในอำเภอบ้านแพน จังหวัดชัยภูมิ ควรเพิ่มการพัฒนาคุณภาพการผลิตและพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ส่วนอำเภอเกษตรสมบูรณ์ ซึ่งอยู่ในจังหวัดเดียวกัน ควรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่และลดต้นทุนการผลิต ในส่วนของอำเภอสูงเนิน จังหวัด

นครราชสีมา ควรเพิ่มด้านการประชาสัมพันธ์ การเพิ่มคุณภาพการผลิต และการขยายพื้นที่เพาะปลูก จังหวัด
เลยและหนองคาย ควรเพิ่มด้านการพัฒนาคุณภาพการผลิต การหาเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ เพื่อลดต้นทุน
การผลิต เนื่องจากตลาดยังมีความต้องการในระดับสูง โดยภาพรวมรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือด้านการ
กำหนดเขตการผลิตและส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการส่งเสริมเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ช่วยลดต้นทุน
การผลิตและเพิ่มผลิตภาพการผลิต

Abstract

The major objectives of this research were to study on production and marketing of pummelo production in Northeastern, production cost and return, marketing channels, marketing cost and margin, and production and competitive potential in farm level. Data was gathered from 100 farmers, located in 4 provinces, including Chaiyaphum, Nakorn Ratchasima, Leoi, and Nong Khai provinces. Moreover, the In- depth interview was carried out with 18 marketing intermediaries.

The study on production economics reported that in Northeastern part of Thailand, pummelo tree production were only in 10 provinces, including Chaiyaphum, Nakorn Ratchasima, Nong Khai, Leoi, Buriram, Sakonnakorn, Khon Kaen, Udon Thani, Ubon Ratchathani, and Bueng Kan provinces, respectively. Results of financial project analysis showed that investment in planting pummelo in those 4 provinces was desirable. The switching value tests of income of all provinces were higher than switching value tests of cost, implying that income risk was lower than cost risk. However, planting pummelo in Kaset Sombun district, in Chaiyaphum province seems to have very high risk in both income and cost, compared with those three provinces.

The producers in Chaiyaphum province had higher competitive potential, compared with those three provinces. Also, they had high self-reliance. However, innovation that can reduce production cost and improve its productivity should be concerned.

Results of a study on marketing showed producers distributed 42.58 percent of all pummelo products to the wholesalers, 17.39 percent to the assemblers, 13.44 directed to the consumers, 12.51 to the exporters, 11.90 to the local retailers, and 2.54 to the agents. The local traders got from 33.33 to 64.47 percent of marketing margin, and marketing cost was from 23.58 to 65.00 percent. The assemblers got marketing margin from 40.48 to 47.37 percent, and marketing cost was from 13.34 to 17.93. The second wholesalers got 33.33 percent, and was from 7.83 to 9.32 of marketing cost. The collectors that distributed pummelo products to a supermarket had 53.73 percent of marketing margin, and 31.11 percent of marketing cost. The exporters got 33.33 percent of marketing margin, and got from 14.63 to 20.83 of marketing cost.

The recommendations can be drawn from this research were that producers in Bantayan district, in Chaiyaphum province should be developed production technologies and

the packaging in order to improve its quality. Producers in Kasetsomboon district should improve productivity. Producers in Nakorn Ratchasima, Nongkhai and Leaoi provinces should adver their products, and improve the quality of the product. The government may support farmers in term of zoning for pummelo production in each province. He should introduce an innovation that can reduce cost and improve productivity of pummelo production.