

217. วิเคราะห์โครงสร้างการตลาดมังคุด Mangosteen Marketing Structural Analysis

เกษมศักดิ์ ผลากร วิทย์ นามเรืองศรี จารุพรรณ มนัสสากร สุภาภรณ์ สาขาติ

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์โครงสร้างการตลาดมังคุด จากการรวบรวมศึกษาโอกาสและข้อจำกัดของโครงสร้างการผลิตและการตลาด เพื่อวิเคราะห์ผลมาใช้เป็นข้อสนเทศในการกำหนดแนวทางการผลิต การลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตมังคุดให้มีปริมาณและคุณภาพเหมาะสมสำหรับผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ ใช้เป็นข้อสนเทศในการกำหนดแนวทางเร่งรัดและส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตมังคุดเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในระดับครัวเรือน ชุมชน หรือโรงงานผู้ประกอบการ และเพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิตและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ โดยทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากเอกสารของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่แหล่งปลูกของเกษตรกร และสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามในพื้นที่ของจังหวัดจันทบุรี ระยอง ตราด ปราจีนบุรี และนครศรีธรรมราช ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2548 ถึงกันยายน 2551 แล้วสรุปวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงพรรณนา พบว่า

มังคุดมีแหล่งปลูกในปีพ.ศ.2551 ของภาคกลางแถบตะวันออกร้อยละ 30 ภาคใต้ร้อยละ 68 ภาคอื่นๆ ร้อยละ 2 มีพื้นที่ปลูกยืนต้น 489,767 ไร่ พื้นที่ให้ผลผลิตแล้ว 396,325 ไร่ มีอัตราพื้นที่ให้ผลผลิตแล้วเพิ่มขึ้นต่อปีร้อยละ 10.14 ปลูกมากในภาคกลางแถบตะวันออกที่จังหวัดจันทบุรี และตราด ตามลำดับ และภาคใต้ที่จังหวัด นครศรีธรรมราช และชุมพร ตามลำดับ พื้นที่ปลูกในภาคกลางแถบตะวันออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นขณะที่ในภาคใต้มีแนวโน้มลดลง ผลิตได้ 173,511 ตัน จากภาคกลางแถบตะวันออก 110,624 ตัน และภาคใต้ 62,887 ตัน จังหวัดจันทบุรี ผลิตได้มากที่สุดร้อยละ 43.79 รองลงมาคือจังหวัดตราดร้อยละ 12.15 และจังหวัดนครศรีธรรมราชร้อยละ 11.95 มีอัตราผลผลิตลดลงต่อปีร้อยละ -0.61 และอัตราผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ลดลงต่อปีร้อยละ -9.75 ผลผลิตเฉลี่ยทั้งประเทศ 438 กิโลกรัมต่อไร่ จำนวนพื้นที่ปลูกมาก มีระบบการชลประทานที่ดี การเพิ่มต้นทุนในส่วนของค่าวัสดุเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิต โดยมีราคาที่ดินที่เกษตรกรขายได้ที่สูงขึ้นเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรผลิตเพิ่มขึ้น

โครงสร้างการตลาดของมังคุดมีศูนย์กลางตลาดหลักอยู่ในเขตอำเภอเมือง และศูนย์กลางตลาดรองอยู่ในเขตอำเภออื่นๆ มีการซื้อ-ขายผ่านพ่อค้าคนกลางมากที่สุดร้อยละ 53.7 รองลงมาเป็นบริษัทร้อยละ 26.8 ในพื้นที่ผลิตเป็นแบบขายส่งเป็นส่วนใหญ่มี 4 เกรด คือ 1. เกรดคุณภาพหรือเกรดหนึ่ง 2. เกรดรองหรือเกรดสอง 3. เกรดคละ และ 4. เกรดต่ำหรือตกไซด์ ผิวผลมันมีมูลค่าขายปลีกสูงกว่าผิวผลกระ ผลผลิตส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศร้อยละ 73.32 ส่งออกร้อยละ 25.25 มีแนวโน้มการส่งออกลดลงมีอัตราการส่งออกรวมเพิ่มต่อปีร้อยละ 20.95 มีอัตราการส่งออกผลสดเพิ่มต่อปีร้อยละ 21.15 และอัตราการส่งออกผลแช่แข็งเพิ่มต่อปีร้อยละ 2.23 ผลผลิตส่งออกเป็นผลสดหรือผลแช่เย็นร้อยละ 99.35 และผลแช่แข็งร้อยละ 0.65 มีตลาดอยู่ในกลุ่มเอเชียมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มอเมริกา และออสเตรเลีย ประเทศคู่แข่งคือประเทศอินโดนีเซียและเวียดนาม ซึ่งมีผลผลิตไม่ตรงกันและยังมีปริมาณส่งออกยังน้อย

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางและระยะเวลาของมังคุดจากแหล่งผลิตจนถึงผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มคุณภาพของผลผลิตมังคุด ตลอดจนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของการผลิตสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น