

การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของชิง

นายสิทธิานต์ ชมภูแก้ว^๑ นายสมศักดิ์ ทองปั้น^๑ น.ส.อุทัยวรรณ ทรัพย์แก้ว^๒

บทคัดย่อ

จากการสำรวจพื้นที่การปลูกชิงและสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกชิงในจังหวัดเลย ภายในพื้นที่อำเภอภูเรือ และอำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย โดยการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร ข้อมูลด้านอุปทาน ข้อมูลด้านอุปสงค์ ข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์จะนำมาสรุปวิเคราะห์ ๒ ด้านคือ ๑. ด้านแรงจูงใจให้ผลิต (Attractiveness) ประกอบด้วยมูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออกชิง ๒. ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ซึ่งด้านความสามารถในการแข่งขันสำหรับชิง ประกอบด้วยคุณภาพ ต้นทุนการผลิต ความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การยอมรับของตลาด อัตราการเติบโตของตลาดใน AEC นโยบายรัฐ มาตรฐาน โครงสร้างการผลิต ระบบโลจิสติกส์ และระบบชลประทาน เมื่อนำข้อมูลด้านแรงจูงใจให้ผลิต (Attractiveness) และด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) มารวมเป็น Thailand Competitiveness Matrix (TCM) พบว่าตกอยู่ในตำแหน่ง Question Mark เป็นสินค้าที่มีความต้องการทางการตลาดต่ำ แม้จะมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เพราะมีปัญหาเกิดจากห่วงโซ่มูลค่าบางส่วน จำเป็นต้องปรับตัวให้อยู่รอดหรือปรับเปลี่ยนวิธีการผลิต จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่าสภาพภูมิประเทศของจังหวัดเลยมีความเหมาะสมในการปลูกชิง เกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกชิงแต่มีกับปัญหาโรคสะสมในดินและระบาดในแปลงปลูกทำให้ไม่สามารถปลูกชิงในพื้นที่เดิมได้ เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มทำให้เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรอง ราคาผลผลิตไม่แน่นอน แนวทางการพัฒนา คือ ศึกษาวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้ได้ผลผลิตคงที่และหาวิธีลดต้นทุนในการผลิต และสนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ปลูกชิงเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคา

^๑ ศูนย์วิจัยพืชสวนเลย

^๒ สถาบันวิจัยพืช

คำนำ

ชิง แหล่งที่ปลูกจะอยู่ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ซึ่งจัดหัตที่ปลูกชิงมากที่สุดคือจังหวัดเลยมีพื้นที่ปลูกเมื่อปีการผลิต ๒๕๕๖ ๑๑,๔๑๕.๗๕ ไร่ (ศูนย์สารสนเทศ, ๒๕๕๖) เมื่อประเทศไทยเข้าอยู่ในระบบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่ทำให้ต้องมีการเปิดเสรีทางการค้า เปิดเสรีการค้าบริการ เปิดเสรีการลงทุน และเปิดเสรีแรงงานฝีมือ ในส่วนของสินค้าเกษตรย่อมได้รับผลกระทบเนื่องจากต้นทุนต่ำกว่าและราคาถูกกว่าไทย มีการลักลอบนำเข้าพืชผักราคาถูกเข้ามาในประเทศเป็นเป็นจำนวนมาก ผักราคาถูกเข้ามาในประเทศเป็นจำนวนมาก รัฐบาลได้มี

นโยบายให้ปรับโครงสร้างการผลิต โดยการลดพื้นที่ปลูกพร้อมด้วยมาตรการอื่นๆ และสนับสนุนให้ปลูกพืชอื่นทดแทน และให้มีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า

แต่ปัญหาการผลิตของไทยที่สำคัญมีหลายด้านและเป็นลูกโซ่จะต้องแก้ไขหลายด้านพร้อมกัน เช่น ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากเกษตรกรใช้ปัจจัยการผลิตยังไม่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพต่ำ ส่งผลกระทบทั้งคุณภาพผลผลิตและต้นทุนการผลิต แต่อย่างไรก็ตามพืชผักเศรษฐกิจของไทยถือว่าเป็นพืชที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพ และยังเป็นพืชที่เกษตรกรไทยปลูกและมีประสบการณ์การปลูกมานาน การค้าขายพืชผักเศรษฐกิจกับประเทศคู่แข่งในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงต้องหาดำเนินการยุทธศาสตร์ของพืชผักซึ่งยังไม่ได้ดำเนินการในขณะนี้ และเพื่อให้มีทิศทางแก้ปัญหาและเสริมสร้างโอกาสให้สามารถแข่งขันได้โดยไม่เสียหายหรือเกษตรกรไม่เสียเปรียบ ดังนั้น การศึกษาศักยภาพการแข่งขันพืชผักเศรษฐกิจหรือสถานภาพสินค้าพืชผักในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยครอบคลุมในทุกขั้นตอนตั้งแต่ระดับความน่าสนใจหรือแรงจูงใจผลิตและบริโภคพืชผักสินค้า และความสามารถในการแข่งขันทุก ๆ ด้าน จะทำให้วิเคราะห์ผลกระทบในเรื่องต่างๆ และวิจัยและพัฒนาอย่างไรเพื่อแก้ไข จึงเป็นแนวทางที่สามารถเตรียมความพร้อมพืชผักเศรษฐกิจเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วิธีดำเนินการ

อุปกรณ์

- แบบสัมภาษณ์เกษตรกร
- ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เช่น ข้อมูลพื้นที่ปลูกพืช

วิธีการ

ทำการออกสำรวจสัมภาษณ์เกษตรกรที่ปลูกพืชในจังหวัดเลย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานด้านเกษตรกร, ข้อมูลด้านอุปสงค์ อุปทาน และข้อมูลด้านการตลาด นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาหา Thailand Competiveness Metrix (TCM) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าเกษตร

การบันทึกข้อมูล

- บันทึกตามแบบสอบถาม

เวลาและสถานที่ - เริ่มต้น ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ สิ้นสุด กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๘

สถานที่ทำการทดลอง - แปลงเกษตรกรผู้ปลูกพืชจังหวัดเลย

ผลการทดลองและวิจารณ์

จากการสำรวจพื้นที่การปลูกพืชและสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกพืชในจังหวัดเลย สุ่มสำรวจเกษตรกร จำนวน ๙๘ ราย ราย ภายในพื้นที่อำเภอภูเรือ และอำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย โดยการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร ข้อมูลด้านอุปทาน ข้อมูลด้านอุปสงค์ ข้อมูลด้านการตลาดพบว่า

๑. ข้อมูลพื้นฐานด้านเกษตรกร

เกษตรกรผู้ปลูกขิงที่สัมภาษณ์เป็นเพศชายร้อยละ ๔๘ เพศหญิงร้อยละ ๕๒ มีสถานะภาพเป็น
เจ้าของสวนร้อยละ ๑๐๐ ระดับการศึกษาของเกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาคิด
เป็นร้อยละ ๕๑ ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ ๔๕ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ ๓ และระดับปริญญาโท
ร้อยละ ๑ ตามลำดับ ส่วนใหญ่ไม่เป็นกลุ่มเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ ๘๐ เป็นกลุ่มเกษตรกร ร้อยละ
๒๐ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปลูกขิงมากกว่า ๑๕ ปี คิดเป็นร้อยละ ๔๔
รองลงมา มีประสบการณ์ปลูกขิงมากกว่า ๑๐ ปี มากกว่า ๕ ปี มากกว่า ๑ ปี และ มากกว่า ๓ ปี
คิดเป็นร้อยละ ๓๒ ร้อยละ ๑๔ ร้อยละ ๓ และร้อยละ ๓ ตามลำดับ

๒. ข้อมูลด้านอุปทาน

ลักษณะดินที่เกษตรกรปลูกขิงที่ให้สัมภาษณ์ภายในจังหวัดเลยส่วนใหญ่เป็นดินร่วน/ดินร่วน
ปนทราย ร้อยละ ๙๑ เป็นดินทรายและดินเหนียว คิดเป็นร้อยละ ๖ และ ร้อยละ ๓ ตามลำดับ ลักษณะ
พื้นที่ปลูกขิงส่วนใหญ่เป็นที่ราบเชิงเขา ร้อยละ ๔๖ รองลงมาคือที่ลาดชัน ร้อยละ ๔๔ และที่
ราบ (ความลาดชัน ๐ - ๒%) ร้อยละ ๑๐ ผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรจะอยู่ที่ มากกว่า ๔๐๐ กิโลกรัม
ต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ ๗๓ ผลผลิต ๓๐๐ - ๔๐๐ กิโลกรัมต่อไร่ ร้อยละ ๑๒ ผลผลิต ๑๐๐ - ๒๐๐
กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็น ร้อยละ ๘ และ ๕๐ - ๑๐๐ กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ ๘ พื้นที่เกษตรกรใช้
ในการปลูกขิงส่วนใหญ่มีพื้นที่ปลูกมากกว่า ๖ ไร่และพื้นที่ปลูก ๑-๒ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๒๗ รองลงมา
คือ พื้นที่ปลูก ๔-๕ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๑๙ พื้นที่ปลูก ๓-๔ ไร่ คิดเป็นร้อยละ ๑๖ และพื้นที่ปลูก ๑
ไร่คิดเป็นร้อยละ ๑๑ ราคาผลผลิตที่เกษตรกรก็ได้รับ คิดเป็นกำไร ร้อยละ ๗๒ เท่าทุน ร้อยละ ๑๗
และขาดทุนร้อยละ ๑๒

๓. ข้อมูลด้านอุปสงค์

เกษตรกรก็ใช้วิธีการปลูกโดยใช้หัวพันธุ์ ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกและการผลิต
จากเพื่อนเกษตรกรร้อยละ ๗๔ กรมส่งเสริมการเกษตรร้อยละ ๑๖ และกรมวิชาการเกษตรร้อยละ
๑๐ ในการปลูกแต่ละครั้งเกษตรกรใส่ปุ๋ย ปีละ ๒ ครั้งคิดเป็นร้อยละ ๕๘ ใส่ปุ๋ย ๓ ครั้งต่อปี ร้อยละ
๓๕ ใส่ปุ๋ยปีละ ๑ ครั้งคิดเป็นร้อยละ ๖ และใส่ปุ๋ย ๔ ครั้งคิดเป็นร้อยละ ๑ การขายผลผลิตจะขาย
ให้กับพ่อค้าส่งคิดเป็นร้อยละ ๗๓ รองลงมาคือ ผู้รวบรวมส่งออก พ่อค้าตลาดสด และส่งออกโดยตรง
คิดเป็นร้อยละ ๑๐ ร้อยละ ๙ และร้อยละ ๗ ตามลำดับ การคัดคุณภาพขิงจะมีการคัดตามขนาดของ
ขิง ปัญหาที่พบในการปลูกขิงได้แก่ ปัญหาโรคโคนเน่า และวัชพืชพวกหญ้าคา

๔. ข้อมูลด้านการตลาด

เกษตรกรขายขิงส่วนใหญ่ราคาจะอยู่ในช่วงน้อยกว่า ๑๕ บาท ร้อยละ ๔๕ ราคา ๒๑-๒๕
คิดเป็นร้อยละ ๒๖ ราคาสูงกว่า ๓๕ คิดเป็นร้อยละ ๙ และ ราคาอยู่ในช่วง ๒๖-๓๐ คิดเป็นร้อยละ
๕ การขายผลผลิตในพื้นที่จะขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ถ้าเป็นการขายนอกพื้นที่จะนำผลผลิตไปขาย
ให้กับโรงงานผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ ๘๙ และส่งให้กับลูกค้าโดยตรงร้อยละ ๑๑ ช่วงที่
ผลผลิตขิงออกสู่ท้องตลาดได้แต่ช่วงเดือนกันยายน - สิงหาคม ร้อยละ ๔๓ เดือนกันยายน - ตุลาคม

ร้อยละ ๒๓ มกราคม - กุมภาพันธ์ ร้อยละ ๒๐ เดือนมีนาคม - เมษายน ร้อยละ ๑๑ และเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน ร้อยละ ๓ ตามลำดับ ปัญหาการตลาดที่พบคือ พ่อค้ารับซื้อผลผลิตใน ปริมาณไม่แน่นอน ร้อยละ ๖๖ ปัญหาคุณภาพผลผลิตร้อยละ ๓๐ ปัญหาขนาดของผลผลิตและ การขนส่งคิดเป็นร้อยละ ๒ เท่ากัน ซึ่งราคาผลผลิตที่ทำการซื้อขายกันเกิดจากการประมาณการ ล่วงหน้าขณะให้ผลผลิตหรือระยะใกล้เก็บเกี่ยว การกำหนดราคาพ่อค้าจะเป็นผู้กำหนดราคา

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์จะนำมาสรุปวิเคราะห์ ๒ ด้านคือ ๑. ด้านแรงจูงใจให้ผลิต (Attractiveness) ประกอบด้วยมูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออกซึ่ง ๒. ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ซึ่งด้านความสามารถในการแข่งขันสำหรับซึ่ง ประกอบด้วย คุณภาพ ต้นทุนการผลิต ความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การยอมรับของตลาด อัตราการเติบโตของตลาด ใน AEC นโยบายรัฐ มาตรฐาน โครงสร้างการผลิต ระบบโลจิสติกส์ และระบบชลประทาน

โดยด้านแรงจูงใจให้ผลิตจะเป็นดังตารางที่ ๑ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มา ประเมินความสามารถด้านการแข่งขันจะเป็นดังตารางที่ ๒ เมื่อนำข้อมูลด้านแรงจูงใจให้ผลิต (Attractiveness) และด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) มารวมเป็น Thailand Competitiveness Matrix (TCM) ได้ดังตารางที่ ๓

ตารางที่ ๑ แรงจูงใจให้ผลิต (Attractiveness)


Attractiveness	GR
อัตรามูลค่าการนำเข้าซึ่ง เฉลี่ย ๕ ปี	๘.๔๐
อัตรามูลค่าการส่งออกซึ่ง เฉลี่ย ๕ ปี	-๑๓.๐๘

ตารางที่ ๒ ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness)

ปัจจัย	คะแนน	Weight (%)
๑ คุณภาพ	๑	๘.๓๓
๒ ต้นทุน	๑	๘.๓๓
๓ ความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศ/ ภูมิอากาศ	๑	๘.๓๓
๔ ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา	๑	๘.๓๓
๕ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	๐	๐
๖ การยอมรับของตลาด	๑	๘.๓๓
๗ อัตราการเติบโตของตลาดใน AEC	๑	๘.๓๓
๘ นโยบายรัฐ	๐	๐
๙ มาตรฐาน	๑	๘.๓๓
๑๐ โครงสร้างการผลิต	๐	๐
๑๑ ระบบ Logistics	๑	๘.๓๓

๑๒ ชลประทาน	๐	๐
รวม	๘๐	$=((๘๐/๑๒๐)*๑๐๐)= ๖๖.๖๗$

ตารางที่ 3 Thailand Competitiveness Matrix (TCM) : จิง

Attractiveness	High	New Wave	Opportunity	Star
	Low	Trouble	Question Mark 	Falling Star
		Low	Medium	High
Competitiveness				

นำมาประเมิน Thailand Competitiveness Matrix (TCM) จะพบว่าตกอยู่ในตำแหน่ง Question Mark เป็นสินค้าที่มีความต้องการทางการตลาดต่ำ แม้จะมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เพราะมีปัญหาเกิดจากห่วงโซ่มูลค่าบางส่วน จำเป็นต้องปรับตัวให้อยู่รอดหรือปรับเปลี่ยนวิธีการผลิต จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่าสภาพภูมิประเทศของจังหวัดเลยมีความเหมาะสมในการปลูกขิง เกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกขิงแต่มักจะพบกับปัญหาโรคสะสมในดินและระบาดในแปลงปลูกทำให้ไม่สามารถปลูกขิงในพื้นที่เดิมได้ เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มทำให้เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรอง ราคาผลผลิตไม่แน่นอน แนวทางการพัฒนา คือ ศึกษาวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตขิงให้ได้ผลผลิตคงที่และหาวิธีลดต้นทุนในการผลผลิต และสนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ปลูกขิงเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคา

๖. สรุปผลการทดลองและข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจพื้นที่การปลูกขิงและสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกขิงในจังหวัดเลย ภายในพื้นที่อำเภอภูเรือ และอำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย โดยการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร ข้อมูลด้านอุปทาน ข้อมูลด้านอุปสงค์ ข้อมูลด้านการตลาด พบว่าเกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกขิง และสภาพภูมิประเทศของจังหวัดเลยมีความเหมาะสมในการปลูกขิง แต่มักจะพบเกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกขิงแต่มักจะพบกับปัญหาโรคสะสมในดินและระบาดในแปลงปลูกทำให้ไม่สามารถปลูกขิงในพื้นที่เดิมได้ เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มทำให้เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรอง ราคาผลผลิตไม่แน่นอน เมื่อนำมาประเมิน Thailand Competitiveness Matrix (TCM) จะพบว่าตกอยู่ในตำแหน่ง Question Mark เป็นสินค้าที่มีความต้องการทางการตลาดต่ำ แม้จะมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เพราะมีปัญหาเกิดจากห่วงโซ่มูลค่าบางส่วน จำเป็นต้องปรับตัวให้อยู่รอดหรือปรับเปลี่ยนวิธีการผลิต โดยแนวทางในการพัฒนา คือ แนวทางการพัฒนา คือ ศึกษา

วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตซึ่งให้ได้ผลผลิตคงที่และหาวิธีลดต้นทุนในการผลิต และสนับสนุน
การรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ปลูกซึ่งเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคา
การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- ได้ข้อมูลที่น่าไปพัฒนาวิธีเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตซึ่ง

คำขอบคุณ (ถ้ามี)

เอกสารอ้างอิง

ศูนย์สารสนเทศ. 2556. อิง เนื้อที่ปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต ปี 2556. กรมส่งเสริมการเกษตร. สืบค้นจาก:

<http://production.doae.go.th>