สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

รายงานวิจัย

เรื่อง

บทบาทคนกลางในตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดชุมพร

The Role of Middlemen in Chumphon Palm Oil Market

โดย

รังสรรค์ โนชัย

RCH
TP
684
.P3
ร 314 ร

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 115111
วัน,เดือน,ปี 11 ก.พ. 2553

ด้วยทุนอุดหนุนงานวิจัย
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร
และอุตสาหกรรมอาหาร คณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประจำปีงบประมาณ 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

b.10262031
i.....

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่องบทบาทของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดชุมพร ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ได้รับการอนุเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดจากสำนักงานพาณิชย์ประจำจังหวัดชุมพร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งจากเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสหกรณ์นิคมอำเภอท่าแซะและผู้ประกอบการรวบรวมผลผลิตปาล์มของจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณหน่วยงานและบุคคลที่กล่าวมาไว้ ณ ที่นี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้คงจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มและผู้ที่สนใจ ในการนำไปประกอบการตัดสินใจและเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ในขั้นที่สูงขึ้น

รังสรรค์ โนชัย

เมษายน 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อเพื่อศึกษาบทบาทของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมัน จังหวัดชุมพร ในประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้าง และพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการตลาดของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมัน การศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์คนกลางแบบเจาะลึกที่เกี่ยวกับบทบาทการทำหน้าที่ทางการตลาดในการรวบรวมผลผลิตในตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดชุมพรซึ่งประกอบด้วยพ่อค้าท้องถิ่นหรือเจ้าของลานเท ผู้จัดการสหกรณ์นิคม และเกษตรกร ภายใต้กรอบแนวความคิดเรื่อง การวิเคราะห์ปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์มี 2 วิธีคือ วิธีการวิเคราะห์สถาบันการตลาด และวิธีการวิเคราะห์โครงสร้างการตลาดในช่วงปี พ.ศ. 2548-2549 มาสรุปเป็นข้อเท็จจริง ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงสร้างการตลาดปาล์มน้ำมันของจังหวัดชุมพรประกอบด้วยคนกลางหรือผู้ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตปาล์มเพื่อเข้าสู่กระบวนการแปรรูป ได้แก่ พ่อค้าท้องถิ่น สหกรณ์นิคม และโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ โดยมีสหกรณ์นิคมขนาดใหญ่ 2 สหกรณ์ คือสหกรณ์นิคมท่าแซะ และสหกรณ์นิคมหลังสวนเป็นคนกลางที่มีบทบาทมากที่สุด ในการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันให้ได้เป็นจำนวนที่มากเพียงพอเพื่อทำการต่อรองกับผู้ซื้อ คือ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม สามารถเจรจาต่อรองราคากันได้กับโรงงาน และมีการทำสัญญาส่งมอบ ทำให้เกิดความมั่นใจแก่สมาชิกในการขายปาล์มน้ำมันของสหกรณ์ ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาคือ รัฐบาลควรจะหันมาสนใจร่วมมือกับทางสหกรณ์นิคมทั้ง 2 สหกรณ์ในจังหวัดชุมพรในการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและการจัดการให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น เพราะจะส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านการตลาด ในด้านของการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Abstract

The objectives of this study were to study the role of middlemen and to analyze the marketing performance of the middlemen in Chumphon oil palm market by using the primary data gathering from in depth interview the middlemen, such as the merchant middlemen, the agricultural cooperative manager and the farmers during the crop year 2005 -2006 based on the institutional and market structure theoretical approach. The results found that there were three main middlemen in Chumphon oil palm market such as the merchant middlemen, the agricultural cooperative and the purchasing unit of the refinery oil palm company. Agricultural cooperatives, Tasae and Langsuan agricultural cooperatives, played the most crucial role in oil palm products collecting from the farmers. With the sufficient gathering of oil palm products, the cooperatives could bargain for the higher price with the oil palm refinery company and could made the confidence for their members by this way. The suggestion of this study was the government should play attention and support the appropriate program to the local agricultural cooperatives in strengthening the managerial ability of marketing activities in order to improve the performance efficiency.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทที่		หน้า
1.	บทนำ	
	1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหาของการวิจัย	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	2
	1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
	1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย	
	1.5 แนวความคิดทางทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
	1.6 ระเบียบวิธีวิจัย	4
2.	แนวความคิดทางทฤษฎี	
	2.1 การศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่ตลาด	6
	2.2 การศึกษาเกี่ยวกับสถาบันการตลาด	8
	2.3 การศึกษาเกี่ยวกับสินค้า	
	2.4 การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการตลาด	
3.	ผลการศึกษา	
	3.1 โครงสร้างการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มในจังหวัดชุมพร	17
	3.2 ระบบการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์ม	
	3.3 บทบาทของคนกลางในด้านการทำหน้าที่การตลาดปาล์มน้ำมัน	18
4.	สรุปและข้อเสนอแนะ	
	4.1 สรุปผลการศึกษา	25
	4.2 ข้อเสนอแนะ	26
เอกสารอ้างอิง		28
ภาคผนวก		30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	รายชื่อโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบที่สำคัญในจังหวัดชุมพรปี 2547	16
2	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	20
3	ค่าเฉลี่ยของพื้นที่ปลูกปาล์มและประสบการณ์การปลูกปาล์มของเกษตรกรตัวอย่าง	21
4	การขายผลผลิตปาล์มให้กับผู้รับซื้อ	21
5	สถานที่ซื้อขายผลผลิตปาล์ม	22
6	ลักษณะการขายผลผลิตปาล์ม	22
7	วิธีการขนย้ายผลผลิตปาล์มน้ำมันในการซื้อขาย	24
8	ลักษณะการชำระเงินในการซื้อขายผลผลิตปาล์ม	24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วิถีการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มของจังหวัดชุมพร	13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหาของการวิจัย

ปาล์มน้ำมันเป็นพืชน้ำมันที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าพืชน้ำมันชนิดอื่น ทั้งด้านการผลิตและการตลาด เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตและราคาต่ำกว่าน้ำมันพืชชนิดอื่นโดยเปรียบเทียบอีกทั้งน้ำมันปาล์มยังเป็นน้ำมันพืชที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลายทั้งในสินค้าอุปโภคและบริโภค ดังนั้นส่วนแบ่งการผลิตน้ำมันปาล์มต่อน้ำมันพืชโลกจึงโน้มตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว จากร้อยละ 9.97 ในปี 2503 เป็นร้อยละ 20.9 ในปี 2533 และคาดว่าน้ำมันปาล์มจะมีส่วนแบ่งการผลิต น้ำมันพืชโลกเป็นร้อยละ 28.25 ในปี 2563 โดยมีประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนเป็นผู้ผลิตสำคัญ คือ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งทั้ง 2 ประเทศผลิตน้ำมันปาล์มรวมกันเท่ากับร้อยละ 81.5 ของผลผลิตโลก อีกทั้งยังเป็นประเทศผู้นำในการส่งออกน้ำมันปาล์มในตลาดโลกโดยส่งออกรวมกันเท่ากับร้อยละ 86.60 ของปริมาณส่งออกโลก (กระทรวงเกษตร และสหกรณ์, 2543) นอกจากนี้ปาล์มน้ำมันยังถูกจัดเป็นสินค้าในกลุ่มที่มีอนาคตสดใสและมีศักยภาพในการสร้างรายได้จากการปรับปรุงโครงสร้างการเกษตรตามกรอบยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างเศณษฐกิจและสังคมของสำนักนโยบายและแผนพัฒนาณศรษฐกิจการเกษตรอีกด้วย(สำนักนโยบายและแผนพัฒนาณศรษฐกิจการเกษตร, 2548)

อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มของไทยมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างเช่นกัน โดยพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นจาก 1.369 ล้านไร่ ในปี 2542 เป็น 1.869 ล้านไร่ในปี 2547 ด้วยผลผลิตรวม 5.28 ล้านตัน ซึ่งก็ยังไม่เพียงพอต่อกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมต่อเนื่องในปัจจุบันที่มีความต้องการน้ำมันปาล์มประมาณ 10.81 ล้านตันต่อปี ปัจจุบันรัฐบาลมียุทธศาสตร์อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันปี 2547-2572 เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้ผลิต และส่งออกน้ำมันปาล์มเคียงคู่ผู้นำระดับโลกอย่างมาเลเซียและอินโดนีเซีย รวมทั้งนโยบายกำหนดให้ปาล์มน้ำมันเป็นแหล่งพลังงานทดแทนของประเทศ ตั้งเป้าขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั่วให้ได้ 10 ล้านไร่ในปี 2572 โดยจะปลูกเพิ่มปีละ 400,000 ไร่ แบ่งระยะเวลาดำเนินการ 5 ระยะๆละ 5 ปี ในช่วง 5 ปีแรกตั้งเป้าขยายพื้นที่เพาะปลูกทั่วประเทศจาก 2.04 ล้านไร่ในปี 2547 เป็น 3.67 ล้านไร่ในปี 2552(ปัญญภัทร, 2547) น้ำมันปาล์มเป็นน้ำมันพืชที่มีส่วนแบ่งการผลิตสูงสุดของอุตสาหกรรมน้ำมันพืชของไทย คือ มีส่วนแบ่งการผลิตถึงร้อยละ 67 และยังเป็นน้ำมันพืชที่มีส่วนแบ่งการบริโภคน้ำมันพืชถึงร้อยละ 63 ของน้ำมันพืชทุกชนิดและมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมน้ำมันพืชไทยในการก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมที่ใช้น้ำมันพืชเป็นวัตถุดิบในการผลิต (พักตรา, 2543) แต่ภายใต้ข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศพยายามที่จะให้มีการเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศซึ่งกันและกันเพื่อให้ทุกประเทศผลิตและส่งออกสินค้าที่ประเทศได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ น้ำมันปาล์มเป็นสินค้าหนึ่งที่ไทยมีความเสียเปรียบ โดยเปรียบเทียบในด้านต้นทุนการผลิตเมื่อเทียบกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย ดังนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปิดเสรีการค้าในปี 2546 ตามประสิทธิภาพการผลิต และแปรรูปเช่นในปัจจุบันอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มจะได้ผลกระทบค่อนข้างมาก เกษตรกรและผู้ประกอบการอาจต้องล้มเลิกกิจการไปเพราะไม่สามารถแข่งขันในด้านราคากับต่างประเทศได้ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงขีดความสามารถในการผลิตพบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในการผลิตปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม หากมีการแก้ไขปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการผลิต เช่น การพัฒนาพื้นที่ปลูก การใช้พันธุ์ดี และการใช้เทคโนโลยีการปลูกปาล์มที่เหมาะสม รวมทั้งการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาดก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญควบคู่กันไปด้วย

ในระบบการตลาดปาล์มน้ำมันนั้นจะมีโครงสร้างการตลาดไม่ซับซ้อน เนื่องจากปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่ไม่สามารถนำไปใช้แปรสภาพอย่างอื่นได้ นอกจากเป็นวัตถุดิบของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงมีไม่มากนักประกอบด้วยเกษครกรชาวสวนปาล์ม คนกลาง และโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม (นิคม, 2539) คนกลางในที่นี้หมายถึงผู้รวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันจากชาวสวนปาล์มเพื่อส่งต่อไปยังโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบอีกต่อหนึ่ง โดยมีพ่อค้าท้องถิ่น และสหกรณ์นิคมเป็นผู้รวบรวมหลัก จากการศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมันของวิรัช กระแสร์ฉัตร์ และคณะฯ (วิรัช และคณะ, 2546) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาการตลาดปาล์มน้ำมันในระดับท้องถิ่น โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันจำนวน 564 ราย ในจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี และกระบี่ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรส่วนใหญ่ร้อยละ 72.29 จะขายผลผลิตปาล์มน้ำมันให้กับสหกรณ์นิคม ในขณะที่เกษตรกรที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรส่วนใหญ่ร้อยละ 56.22 ขายผลผลิตปาล์มน้ำมันให้กับพ่อค้าท้องถิ่น ซึ่งถ้ามีการศึกษาถึงบทบาทของคนกลางเหล่านี้ในประเด็นที่เกี่ยวกับ โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงาน จะมีประโยชน์อย่างมากในการกำหนดนโยบาย และมาตรการต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การสร้างระบบการตลาดปาล์มน้ำมันให้มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นหนึ่งในแผนแผนยุทธศาสตร์ของรัฐบาลในการเพิ่มประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม(กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547) โดยในการศึกษาครั้งนี้เลือกทำการศึกษาบทบาทของคนกลางในจังหวัดชุมพรเท่านั้นเนื่องจากเป็นแหล่งที่มีพื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมันเป็นจำนวนมากเป็นอันดับสามของประเทศรองลงมาจากจังหวัดกระบี่ และสุราษฎร์ธานี แต่มีโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มค่อนข้างน้อย ดังนั้นเกษตรกรชาวสวนปาล์มเป็นจำนวนมากจึงต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางในการรวบรวมผลผลิตปาล์มส่งโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาบทบาทของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดชุมพร ในประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้าง และพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการตลาดของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมัน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาบทบาทของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมันใน ครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของคนกลางในฐานะผู้รวบรวมผลผลิตปาล์ม เพื่อจะได้นำผลการศึกษาดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาดปาล์มน้ำมันในระดับประเทศโดยเฉพาะหน่วยงานของภาครัฐ อีกทั้งเพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจของผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มต่อไป

1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์คนกลางที่ทำหน้าที่ทางการตลาดในการรวบรวมผลผลิตในตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดชุมพรซึ่งประกอบด้วยพ่อค้าท้องถิ่นหรือเจ้าของลานเท และผู้จัดการสหกรณ์นิคมในช่วงปี พ.ศ. 2547-2549 มาสรุปเป็นข้อเท็จจริงในเรื่องบทบาทของคนกลางในตลาดปาล์มน้ำมันในจังหวัดชุมพรในประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานทางด้านการตลาด

1.5 แนวความคิดทางทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้อยู่ภายใต้กรอบแนวความคิดเรื่อง การวิเคราะห์ปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์มี 2 วิธีคือ วิธีแรกเป็นวิธีการวิเคราะห์สถาบันการตลาด (institutional approach)เพื่อให้ทราบว่ามีสถาบันใดบ้างที่เข้ามามีบทบาทในระบบตลาด ได้ทำหน้าที่การตลาดใดบ้าง มีค่าใช้จ่ายเท่าใด และได้ผลตอบแทนคุ้มค่าใช้จ่ายหรือไม่ จากความรู้ที่ได้นี้ทำให้ทราบได้ว่าสถาบันการตลาดมีความจำเป็นและเป็นประโยชน์มากน้อยแค่ไหน และในขณะเดียวกันสามารถทราบได้ว่าควรมีการปรับปรุงในสถาบันเหล่านี้ในด้านใด วิธีที่สองเป็นวิธีการวิเคราะห์โครงสร้างการตลาด(market structure approach) โดยพิจารณาถึงโครงสร้าง(structure) หมายถึงลักษณะการจัดองค์กรของตลาด แนวทางปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ(conduct) หมายถึงพฤติกรรมที่หน่วยธุรกิจต่างๆปฏิบัติอยู่ตามปกติในการปรับตัวเพื่อให้ดำรงอยู่ในตลาดได้ และผลการดำเนินงานของตลาด(performance)หมายถึงผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการดำเนินธุรกิจตามแนวปฏิบัติของหน่วยธุรกิจต่างๆในตลาด(ไพฑูรย์, 2541) ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองในการประเมินผลการดำเนินงานของระบบการตลาด ของ Joe S. Bain หรือ The Structure – Conduct – Performance

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model ซึ่งเริ่มต้นการวิเคราะห์โครงสร้างตลาด (Market Structure) มีผลต่อพฤติกรรมในการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม (Conduct) อย่างไร หรือหน่วยธุรกิจมีการตัดสินใจอย่างไร หลังจากนั่นเราก็สามารถจะประเมินผลการดำเนินงานของระบบการตลาด (Performance) ได้ว่ามีระดับความมีประสิทธิภาพและความเป็นธรรมในตลาดหรือไม่ (Seperich, 1994)

1.6 ระเบียบวิธีวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในเชิงลึก(In depth interview)ที่อยู่ในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะคนกลางในตลาดของจังหวัดชุมพร เช่น เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชุมพร เกษตรจังหวัดชุมพร ผู้จัดการสหกรณ์นิคมอำเภอท่าแซะจังหวัดชุมพร ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อปาล์มน้ำมันของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม และพ่อค้าท้องถิ่นหรือเจ้าของลานเท เป็นต้นเพื่อให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานด้านการตลาดของคนกลาง นอกจากนี้ยังอาศัยข้อมูลจากการสำรวจเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในรายงานวิจัยเรื่องศักยภาพการผลิตและการตลาดปาล์มของประเทศไทยของวิรัช กระแสร์ฉัตรและคณะ(วิรัช และคณะ, 2545) มาวิเคราะห์ให้เห็นบทบาทของคนกลางในด้านการทำหน้าที่การตลาดที่มีต่อเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในเขตจังหวัดชุมพร

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมมาได้มาทำการประมวลผลและทำการวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้ตาราง แผนภาพ ค่าสถิติอย่างง่าย เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าความถี่ เป็นต้น มาประกอบการอธิบาย เพื่อให้เข้าใจถึงโครงสร้างตลาด ระบบตลาด และพฤติกรรมของคนกลางในบทบาทของผู้ทำหน้าที่การตลาดที่สำคัญโดยเฉพาะการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
แนวความคิดทางทฤษฎี

วิธีการศึกษาหรือวิเคราะห์ปัญหาการตลาด (approachs to marketing problems) มีหลายวิธี เช่น การศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่การตลาด การศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่การตลาด การศึกษาเกี่ยวกับสถาบันการตลาด การศึกษาเกี่ยวกับสินค้า การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการตลาด การศึกษาหรือวิเคราะห์แต่ละวิธีอาจเหมาะสมกับปัญหาใดปัญหาหนึ่ง การศึกษาถึงรายละเอียดของแต่ละวิธีมีดังนี้

2.1 การศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่ตลาด

เป็นการศึกษาถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ขบวนการตลาดเป็นผลสำเร็จ กล่าวโดยสรุปหน้าที่การตลาด หมายถึงงานต่าง ๆ ที่จะต้องทำเพื่อให้สินค้าจากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภค แยกหน้าที่ต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. หน้าที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนมือกันเป็นเจ้าของ (exchange functions) ซึ่งรวมกิจกรรมดังต่อไปนี้

1.1 การรวบรวมหรือการซื้อ (assembling or buying) เป็นเรื่องของการแสวงหาแหล่งอุปทาน เพื่อรวบรวมผลิตผลเหล่านั้น กิจกรรรมที่ทำเราเรียกว่า การซื้อ (purchase) การรวบรวมผลิตผลนั้นรวมถึงการรวบรวมวัตถุดิบจากแหล่งผลิตและรวบรวมผลผลิตสำเร็จรูปไปส่งยังพ่อค้าคนกลางอื่น ๆ เพื่อให้ถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย

1.2 การขาย (selling) เป็นหน้าที่ค่อนข้างกว้าง บางครั้งเราเรียกว่าการค้าอาจรวมกิจกรรมเกี่ยวกับการโฆษณา การตัดสินใจเรื่องหน่วยขาย การบรรจุหีบห่อ วิถีการตลาดที่ดีที่สุด เวลาและสถานที่ขายแก่ผู้ซื้อ

2. หน้าที่เกี่ยวกับการจัดการสินค้า นั่นคือ จะขายเมื่อใด ขายที่ไหน ต้องแปรรูป สินค้านั้นก่อนหรือไม่ รวมกิจกรรมดังต่อไปนี้

2.1 การเก็บ (storage) หน้าที่นี้เกี่ยวกับการทำให้สินค้าใช้ประโยชน์ได้ในเวลาที่ปรารถนา เช่น การเก็บผลิตผลหรือวัตถุดิบจำนวนมากจนกว่าจะแปรรูป หรือการเก็บผลิตผลสำเร็จรูปของผู้แปรรูป ผู้ขายส่งและผู้ขายปลีก เพื่อให้ผลิตผลนั้นมีตลอดเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

2.2 การขนส่ง (transportation) หน้าที่เกี่ยวกับการทำให้สินค้าใช้ประโยชน์ได้ใน สถานที่ที่เหมาะสม รวมถึงการจัดเตรียม การชั่งน้ำหนัก การเลือกชนิดของการขนส่งด้วย

2.3 การแปรรูป (processing) หน้าที่นี้นักเศรษฐศาสตร์บางท่านไม่นำมารวมอยู่ในการศึกษาหน้าที่การตลาด เพราะเห็นว่าเป็นการเปลี่ยนรูปสินค้า อย่างไรก็ตามในการตลาดผลิตผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตร กิจกรรมนี้ไม่สามารถตัดออกไปได้ หน้าที่การแปรรูปนี้เป็นการเปลี่ยนรูปผลิตผลขั้นต้น เช่น เปลี่ยนจากสัตว์มีชีวิตเป็นเนื้อ สับปะรดเป็นสับปะรดกระป๋อง ข้าวเป็นแป้ง เป็นต้น

3. หน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกเพื่อให้กงล้อการตลาดหมุนต่อไปได้ (facilitating function) แยกศึกษาได้ดังนี้

3.1 การจัดมาตรฐานสินค้า (standardization) หน้าที่นี้เป็นการทำให้สินค้าอยู่ในรูป เกรด มาตรฐาน ที่แน่นอน ซึ่งจะเป็นเครื่องบอกคุณภาพของสินค้านั้น เป็นพื้นฐานในการกำหนดราคา ทำให้ง่ายในการซื้อขาย โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าจำนวนมาก จะช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาลงได้มาก ง่ายในการรวบรวม ขนส่ง ซึ่งจะลดการสูญเสียได้ นอกจากนั้นมาตรฐานสินค้ายังเป็นเครื่องตรวจสอบควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ควบคุมคุณภาพของโรงงานแปรรูป เป็นต้น

3.2 การอำนวยความสะดวกในด้านการเงิน (financing) ผู้ประกอบธุรกิจการค้าต้อง การเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งก็จะต้องกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ต่าง ๆ เช่น ธนาคาร การซื้อผลิตผลหรือ วัตถุดิบครั้งแรกกับการขายผลิตผลสำเร็จรูปไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย มีช่วงเวลาที่เงินทุนต้อง ผูกพันอยู่ ระยะเวลานี้จะยาวหรือสั้นขึ้นกับชนิดของสินค้าที่ธุรกิจนั้นทำ

3.3 หน้าที่เกี่ยวกับการยอมรับการเสี่ยง (risk-bearing) หรือการสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้นในการตลาดผลิตผลเกษตร การเสี่ยงแยกดังนี้

3.3.1 การเสี่ยงที่เกิดกับตัวสินค้า (physical risks) นั่นคือ สินค้าอาจเสียหายหรือเสื่อมคุณภาพลง อาจเนื่องจากสาเหตุไฟไหม้ หาย แผ่นดินไหว ความร้อน ความเย็น เป็นต้น การป้องกันหรือลดการเสี่ยงอาจทำได้โดยการประกันภัยสินค้านั้น

3.3.2 การเสี่ยงเกี่ยวกับการตลาด (market risks) นั่นคือ มูลค่าของผลิตผลเปลี่ยนแปลงไปเมื่อส่งผลิตผลออกสู่ตลาด ซึ่งอาจจะเกิดจากรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนหรือกลยุทธของคู่แข่งขันแลี่ยน ทำให้เสียลูกค้าได้ การป้องกันหรือลดการเสี่ยงอาจทำได้โดยการซื้อขายล่วงหน้า

3.4 หน้าที่เกี่ยวกับการให้ข่าวสารการตลาด (market information or market intelligence) เป็นการให้ข่าวสารการตลาดต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นต่อการดำเนินงานในขบวนการตลาด ทำให้ผู้ซื้อขายตัดสินใจในการซื้อขายสินค้ากัน ช่วยในการกำหนดราคาการวางแผนการผลิต การขนส่ง และการจัดมาตรฐานสินค้า เป็นต้น

การศึกษาหน้าที่การตลาด จะทำให้ทราบค่าใช้จ่ายการตลาดของสินค้านั้น และเห็นความแตกต่างของค่าใช้จ่ายการตลาดระหว่างสินค้าต่าง ๆ เช่น ผลิตผลที่เน่าเสียง่าย มักมีค่าใช้จ่ายการตลาดสูงกว่าผลิตผลที่เน่าเสียยาก อาจเป็นเพราะอย่างแรกมีความยุ่งยากในเรื่องการขนส่งการเก็บ และมีการเสี่ยง ทำให้ทราบว่าการขายปลีกมีค่าใช้จ่ายมากว่าการขายส่ง และยังชี้ให้เห็นว่าการทำหน้าที่ต่าง ๆ ในการขายปลีกยุ่งยากกว่า ทำให้สามารถเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการตลาดของคนกลางที่คล้ายคลึงกัน เช่น ทำไมผู้ขายปลีก ก. จึงดำเนินงานเสียค่าใช้จ่ายการตลาดต่ำกว่าผู้ขายปลีก ข. เราจะต้องดูว่าผู้ขายปลีก ก. ทำหน้าที่อย่างเดียวกับผู้ขายปลีก ข. หรือเปล่า บางที่ผู้ขายปลีก ก. อาจจะเป็นพ่อค้าขายสด และผู้ขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลีก ข. ให้บริการต่าง ๆ ด้วย เช่น บริการส่งสินค้าถึงบ้าน หรือมีการบริการซื้อเชื่อ ฉะนั้นผู้ขายปลีก ข. จึงทำหน้าที่ทางด้านการเงินการขนส่ง และยอมรับการเสี่ยงด้วย การศึกษาหน้าที่การตลาดจะช่วยปรับปรุงกลไกการตลาดบางอย่าง เช่น การให้สินเชื่อ การวิเคราะห์หน้าที่การขาย อาจชี้ให้เห็นว่าธุรกิจนั้นไม่ได้ศึกษาวิธีการใหม่ ๆ ในการขายสินค้า จึงสู้คู่แข่งขัน ไม่ได้

หน้าที่การตลาดไม่อาจกำจัดออกไปได้ แต่อาจเปลี่ยนผู้ทำหน้าที่นั้น ๆ ได้ เพื่อลดค่าใช้จ่ายการตลาดลง นั่นคือ เราสามารถกำจัดคนกลางหรือลดคนกลางลงได้ แต่หน้าที่ที่คนกลางนั้นทำ คนกลางอื่นจะต้องทำแทน เช่น เกษตรกรไม่ต้องการขายสินค้าผ่านคนกลาง เพราะเห็นว่าเสียเปรียบ ถูกกดราคา จึงรวมตัวกันเป็นสหกรณ์ และขายสินค้าผ่านสหกรณ์แทนสหกรณ์ก็ต้องทำหน้าที่การตลาดแทนพ่อค้าคนกลางนั้น หรือการตั้งซุปเปอร์มาร์เก็ต มีจุดประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายการขายปลีก ให้น้อยที่สุด ผู้ซื้อก็จะเป็นผู้รับภาระหน้าที่การบริการนั้นเอง ตรงข้ามกับดีพาร์ท-เม้นท์สโตร์ เขาจะแบ่งขายเป็นแผนก ๆ แต่ไม่ได้มีจุดประสงค์ที่จะลดค่าใช้จ่ายการขายปลีก นอกจากนั้นยังให้บริการอื่น ๆ ด้วย เช่น การหีบห่อบริการส่งสินค้าถึงบ้าน

2.2 การศึกษาเกี่ยวกับสถาบันการตลาด

เป็นการศึกษาว่ามีใครบ้างที่ทำหน้าที่การตลาดเหล่านั้น นั่นคือศึกษาถึงคนกลางต่าง ๆ คนกลาง (middlemen) เป็นบุคคลหรือธุรกิจที่มีความชำนาญในการทำหน้าที่การตลาดต่าง ๆ ตั้งแต่ สินค้าออกจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค การประกอบธุรกิจอาจทำแบบเอกชน หุ้นส่วน บริษัท และสหกรณ์ก็ได้ คนกลางในการตลาดสินค้าเกษตรแบ่งได้ดังนี้

1. คนกลางที่ทำการค้า (merchant middlemen) เป็นคนกลางที่มีสิทธิและเป็นเจ้าของสินค้าที่เขาจัดการ เขาซื้อและขายเพื่อผลตอบแทนของเขาเอง คนกลางเหล่านี้คือ

1.1 พ่อค้าขายปลีก (retailers) เป็นคนกลางที่ทำการซื้อเพื่อขายโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย งานการตลาดของเขาอาจจะยุ่งยากซับซ้อน ถ้าเขาทำเองทั้งหมด

1.2 พ่อค้าขายส่ง (wholesalers) เป็นคนกลางที่ขายสินค้าให้ผู้ขายปลีกผู้ขายส่งอื่นและโรงงานแปรรูป ไม่ได้ขายสินค้าจำนวนมาก ๆ โดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เช่น พ่อค้าท้องถิ่นซึ่งทำหน้าที่รวบรวมผลิตผลส่งไปยังพ่อค้าในตลาดกลางหรือผู้แปรรูป หรืออาจขายให้พ่อค้าขายปลีกในท้องถิ่นนั้น อาจเรียกพ่อค้าขายส่งว่า jobbers

2. คนกลางที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทน (agent middlemen) ทำหน้าที่เป็นเพียงตัวแทนของนายจ้างหรือผู้ซื้อ เขาไม่มีสิทธิและไม่ได้เป็นเจ้าของผลิตผลที่เขาจัดการ เขาได้รายได้ในรูปค่าธรรมเนียม (fees) หรือค่านายหน้า (commissions) เขาจึงเป็นผู้ขายบริการไม่ใช่ขายสินค้า คนกลางเหล่านั่นคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 นายหน้าที่ทำตามคำแนะนำของผู้ว่าจ้างอย่างใกล้ชิด ไม่ได้ควบคุมผลิตผล และมีอำนาจน้อยในการตัดสินใจเองเกี่ยวกับราคาซื้อและขาย เราเรียกว่า brokers เช่น นายหน้าที่ติดต่อรวบรวมข้าวเปลือกให้โรงสีข้าว

2.2 นายหน้าที่ได้รับอนุญาตให้มีอำนาจอย่างกว้าง ๆ จากนายจ้างซึ่งมอบสินค้าให้แก่เขา เขาจะทำหน้าที่จัดเตรียม รวบรวม และขายผลิตผลนั้น จากนั้นจะหักค่าธรรมเนียมแล้วส่งคืนให้ผู้ว่าจ้างเราเรียกว่า commission men

3. คนกลางที่เก็งกำไร (speculative middlemen) เป็นผู้มีสิทธิในผลิตผลหรือสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการหากำไรจากการเปลี่ยนแปลงของราคาในระยะสั้น เนื่องจากมีการเสี่ยงในเรื่องราคาเกิดขึ้น จึงเกิดผู้เก็งกำไรโดยซื้อสินค้าและขายในเวลาต่อมา ปกติมักมีความผิดพลาดน้อย เพราะคนกลางเหล่านี้เป็นผู้ที่มีความรอบรู้และชำนาญ อาจเรียกคนกลางเหล่านี้ว่า traders หรือ spreaders เช่น พ่อค้าซื้อหมูวันนี้แล้วขายในวันเดียวกันหรือวันรุ่งขึ้นในท้องถิ่นเดียวกัน

4. คนกลางที่แปรรูปสินค้า (processors manufacturers) หรือเปลี่ยนรูปผลิตผลแล้วขาย ผลิตผลสำเร็จรูปให้ผู้ขายปลีก บางครั้งผู้แปรรูปพยายามที่จะเข้าถึงผู้บริโภค โดยการโฆษณา เช่น โรงงานแป้งมัน โรงงานอาหารสัตว์ โรงงานอาหารกระป๋อง และผลไม้กระป๋อง เป็นต้น

5. คนกลางที่อำนวยความสะดวกในการตลาด (facilitative organization) เช่นทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อตกลงซื้อขายกัน เขาอาจช่วยในการจัดเกรดมาตรฐานสินค้านั้น จัดเตรียมหรือส่งมอบหรือให้ข่าวสารข้อมูล วิจัยตลาด เขาได้ผลตอบแทนในรูปค่าธรรมเนียมจากผู้ใช้ความสะดวกของเขา เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการให้เช่ายุ้งฉางหรือโกดังเก็บผลิตผล องค์การสะพานปลา สมาคมการค้าต่าง ๆ เป็นต้น

สถาบันการตลาดมีแนวโน้มที่จะรวมตัวกันหรือขยายตัวเป็นขนาดใหญ่ อาจทำหน้าที่เพียงอย่างเดียวหรือรวมกันภายใต้การจัดการเดียวกัน และเพิ่มหน้าที่ต่าง ๆ ให้มากขึ้นแยกศึกษาได้ดังนี้

1. ธุรกิจหนึ่งรวมกิจกรรมที่ไม่เหมือนกัน (vertical integration) เช่น พ่อค้าเนื้อสัตว์ อาจเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้รับซื้อปศุสัตว์ แล้วยังขายเนื้อสัตว์ให้ผู้บริโภคหรือขายส่งเองด้วย สรุปได้ว่าธุรกิจนี้ทำหน้าที่หลายหน้าที่หรือทำหน้าที่แตกต่างกัน

2. ธุรกิจหนึ่งควบคุมธุรกิจอื่นที่ทำกิจกรรมคล้ายคลึงกันในระดับเดียวกัน (horizontal integration) เช่น โรงสีข้าวอาจมีหลายโรงสีหลายแห่ง ภายใต้การจัดการเดียวกัน สรุปได้ว่าธุรกิจทำหน้าที่อย่างเดียวกัน

3. ธุรกิจหนึ่งควบคุมธุรกิจอื่น ซึ่งทำกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย (diversification) เช่น ธุรกิจหนึ่งอาจทำกิจการโรงสีข้าว และเปิดร้านซ่อมจักยานยนต์ และเปิดกิจการโรงภาพยนต์ แต่อยู่ภายใต้การจัดการเดียวกัน สรุปได้ว่าธุรกิจหนึ่งผลิตผลิตผลที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจกล่าวได้ว่า การศึกษาหรือวิเคราะห์หน้าที่ของคนต่าง ๆ ย่อมทำให้ทราบปัญหาที่ทำให้กลไกการตลาดไม่ทำงาน แต่การที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุง จะต้องตรวจสอบลักษณะของสถาบันการตลาดต่าง ๆ เพราะอุปสรรคที่สำคัญในการปรับปรุงตลาดมาจากสถาบันการตลาด

2.3 การศึกษาเกี่ยวกับสินค้า

เป็นการศึกษาเฉพาะสินค้าใดสินค้าหนึ่ง โดยศึกษาหน้าที่และสถาบันการตลาดต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่การตลาดเหล่านั้น เนื่องจากมีผู้สนใจการตลาดสินค้าใดสินค้าหนึ่งโดยเฉพาะ การศึกษา สินค้าแต่ละชนิดจะชี้ให้เห็นความแตกต่างหรือคล้ายคลึงกันของปัญหาการตลาดที่เกิดขึ้น เช่น ชี้ให้เห็นว่าการขายปลีกเป็นขั้นตอนที่เสียค่าใช้จ่ายการตลาดมากที่สุด จึงเน้นความสำคัญของผู้ขายปลีก หรือสินค้าที่เน่าเสียง่ายหรือผลิตได้บางฤดูกาล อาจมีอิทธิพลต่อการทำหน้าที่การตลาดและ องค์ประกอบของสถาบัน เช่น การศึกษาการตลาดข้าว ฝ้าย ยาสูบ มันสำปะหลัง เป็นต้น

2.4 การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการตลาด

เป็นการศึกษาลักษณะของปัจจัยที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายต่าง ๆ ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ความยากง่ายในการเข้าหรือออกจากระบบการตลาด จำนวนของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ลักษณะขององค์กรตลาดที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน การกำหนดราคา การดำเนินธุรกิจนั้นเกิดผลดีต่อผู้ซื้อ ต่อสังคมประเทศชาติอย่างไร เราอาจจะมาทำความเข้าใจแบบจำลองในการประเมินผลการดำเนินงานของระบบการตลาด ของ Joe S. Bain หรือ The structure – conduct – performance modelซึ่งเริ่มต้นการวิเคราะห์โครงสร้างตลาด (market structure) มีผลต่อพฤติกรรมในการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม (conduct) อย่างไร หรือหน่วยธุรกิจมีการตัดสินใจอย่างไร หลังจากนั่นเราก็สามารถจะประเมินผลการดำเนินงานของระบบการตลาด (performance) ได้ว่ามีระดับความมีประสิทธิภาพและความเป็นธรรมในตลาดหรือไม่ รายละเอียดของแบบจำลองมีดังนี้

1. ศึกษาโครงสร้าง (structure) เพื่อชี้ให้เห็นการผูกขาดและการแข่งขัน คือ ศึกษาเรื่องต่อไปนี้

1.1 จำนวนและขนาดของผู้ขาย ศึกษาดูว่าในธุรกิจการตลาดสินค้านั้นมีผู้ขายมากน้อยเพียงใด มีขนาดใหญ่หรือเล็กเท่าใด

1.2 จำนวนและขนาดของผู้ซื้อ ศึกษาดูว่าในธุรกิจการตลาดสินค้านั้น มีผู้ซื้อมากน้อยเพียงใด เป็นผู้ซื้อที่มีอำนาจซื้อสูงหรือต่ำ

1.3 ความยากง่ายในการเข้าหรือออกจากธุรกิจนั้น ผู้ขายรายใหม่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจการตลาดสินค้าหนึ่งจะทำได้หรือไม่ เพราะอาจจะมีข้อกีดกันเรื่องกฎข้อบังคับกฎหมายต่าง ๆ เงินทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิดสินค้า ขนาดที่เหมาะสม เป็นต้น ทำนองเดียวกันธุรกิจเก่าสามารถจะออกจากธุรกิจนั้นได้ยากหรือง่าย

1.4 ความแตกต่างของผลิตผลหรือสินค้าในสายตาของผู้บริโภค สินค้าของธุรกิจทั้งสองอาจเหมือนกัน แต่ธุรกิจหนึ่งให้บริการหีบห่อส่งสินค้าถึงบ้าน ธุรกิจนั้นก็สามารถตั้งราคาสูงขึ้นได้

2. ศึกษาถึงการปฏิบัติหรือดำเนินกิจการ (conduct) ของธุรกิจต่าง ๆ เพื่อปรับตัวให้เข้ากับตลาด คือ ศึกษาเรื่องต่อไปนี้

2.1 วิธีกำหนดราคาของธุรกิจหรือกลุ่มธุรกิจ เช่น ธุรกิจแต่ละธุรกิจกำหนดราคาตามอุปสงค์และอุปทานของสินค้านั้น หรือกำหนดราคาตามผู้นำ

2.2 นโยบายผลิตผล เช่น ธุรกิจนั้นจะผลิตสินค้าจำนวนเท่าใด รูปร่างและคุณภาพอย่างไร จะหีบห่อผลิตผลนั้นหรือไม่ และจะเพิ่มหรือลดปริมาณสินค้าอย่างไร เป็นต้น

2.3 นโยบายส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา อาจผ่านสื่อมวลชน คือ ทาง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือทำป้ายโฆษณา หรือส่งพนักงานขายไปโฆษณาเองรวมทั้งจะส่งเสริมการขายมากน้อยเพียงใด

2.4 การทำกิจกรรมร่วมกัน คือ การกำหนดราคา นโยบายผลิตและนโยบายส่งเสริมการขายระหว่างธุรกิจที่แข่งขันกัน เพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น

2.5 กลยุทธต่าง ๆ ของธุรกิจหนึ่งที่กระทำต่ออีกธุรกิจหนึ่งเพื่อเอาชนะคู่แข่งขันมีมากน้อยเพียงใดและรุนแรงแค่ไหน

3. ศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจต่อเศรษฐกิจ สังคม หรือ ประเทศชาติ (performance) คือ ศึกษาเรื่องต่อไปนี้

3.1 ราคาสินค้าเมื่อเทียบกับต้นทุนเฉลี่ย สูงพอที่จะดึงดูดให้ธุรกิจขยายการลงทุนหรือปรับปรุงการดำเนินงานด้านการตลาดหรือไม่ ถ้าไม่สูงพออาจแสดงว่าการดำเนินงานด้านการตลาดอาจไม่เหมาะสม

3.2 การดำเนินงานของธุรกิจต่าง ๆ ทำให้การตลาดมีประสิทธิภาพหรือไม่ซึ่งประสิทธิภาพดังกล่าวมักสัมพันธ์กับขนาดธุรกิจ และแนวปฏิบัติของธุรกิจนั้น ๆ

3.3 สัดส่วนของค่าใช้จ่ายการส่งเสริมการขาย เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายการผลิตและการตลาดอื่น ๆ สูงหรือต่ำ ถ้าสูงแสดงว่าการดำเนินงานการตลาดอาจไม่เหมาะสมนัก

3.4 ลักษณะของผลิตผล เช่น รูปแบบของผลิตผล ระดับคุณภาพ และชนิดของผลิตผลตรงตามความต้องการของตลาดหรือผู้ใช้หรือไม่

3.5 อัตราความก้าวหน้าของธุรกิจต่าง ๆ เช่น การปรับปรุงผลิตผล การใช้เทคโนโลยีในการผลิต เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง นั่นคือ ประสิทธิภาพการผลิตสูงขึ้น อาจทำให้มีประสิทธิภาพการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจมีจำนวนน้อย ทำให้มีการผูกขาด ธุรกิจใหม่ไม่สามารถเข้ามาได้ อาจเนื่องจากกฎหมาย ข้อบังคับ หรือต้องใช้เงินทุนสูง ทำให้เขาขายสินค้าราคาสูงมาก ซึ่งจะกระทบเศรษฐกิจโดยส่วนรวม

การศึกษาปัญหาการตลาดมักจะวนเวียนอยู่ในเรื่องการศึกษาหน้าที่การตลาดสถาบันการตลาด โครงสร้างการตลาด และอาจแยกศึกษาแต่ละชนิดของสินค้าหรือแต่ละท้องที่ของตลาด การศึกษาดังกล่าวอาจเรียกชื่อต่างไปจากนี้ก็ได้ เช่น ศึกษาระบบพฤติกรรม (behavioral systems approach) ซึ่งแยกศึกษาเรื่องต่อไปนี้คือ ปัญหาแรก การรวมปัจจัยซึ่งหายากอย่างไรจึงจะให้ผลตอบแทนที่พอใจ (input-output system) เช่น การปรับปรุงและยอมรับเทคนิคใหม่ ๆ หรือการดำเนินงานที่แตกต่างกันอาจมีผลให้ค่าใช้จ่ายลดลงประการที่สอง ศึกษาบทบาทที่ธุรกิจนั้นทำ (power system) เช่น การรวมธุรกิจเพื่อเพิ่มอำนาจทางตลาด หรือการขยายกิจการเพื่อจะได้เป็น ผู้นำในตลาด การศึกษาเรื่องการแข่งขัน การผูกขาด การเมือง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของธุรกิจ ประการที่สาม ศึกษาระบบการคมนาคมสื่อสาร (communication system) เช่น ปัญหาในการรับข่าวสารที่เหมาะสม ทำอย่างไรจะก่อให้เกิดการคมนาคมสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ประการสุดท้าย ศึกษาพฤติกรรมในการปรับตัว (adaptive behavior) เพราะเหตุที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ธุรกิจมีวิธีการหรือแนวทางปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอย่างไร เพื่อการดำเนินงานอย่างถูกต้อง เช่น จากการศึกษาปัญหาการตลาด พบว่าระบบบางอย่างไม่สมเหตุสมผล ธุรกิจหนึ่งอาจเลือกทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน หรือรวมกิจกรรมต่าง ๆ (integrate) เพื่อปรับปรุงหาการคมนาคมสื่อสารภายในหรือเพิ่มอำนาจตลาด หรืออาจเลือกทำธุรกิจอีกอย่าง เพราะคาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างไรมาก ประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน จะช่วยให้ปรับตัวต่อสถานการณ์ใหม่ ๆ ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

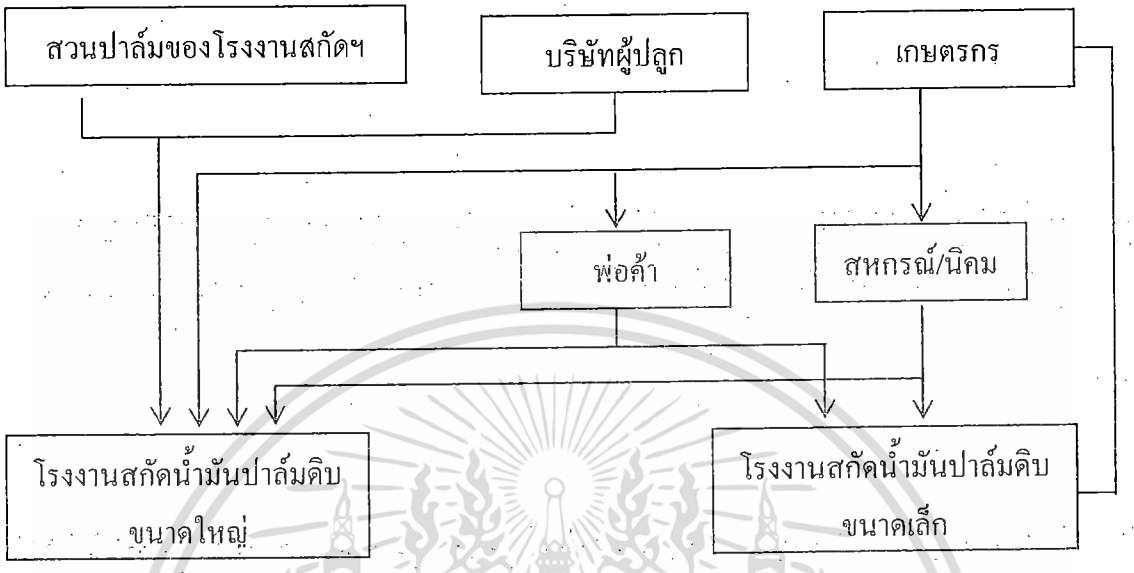
บทที่ 3
ผลการศึกษา

3.1 โครงสร้างการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มของจังหวัดชุมพร

ในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มของจังหวัดชุมพรนั้น จะมีโครงสร้างการตลาด ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องเริ่มตั้งแต่เกษตรกรข้างสวนปาล์มน้ำมัน ซึ่งมีทั้งประเภทสวนขนาดใหญ่ และสวนขนาดเล็ก กรณีสวนขนาดใหญ่อาจจะลงทุนในรูปบริษัท หรือเจ้าของคนเดียว สวนขนาดใหญ่นี้จะใช้เงินลงทุนสูง มีการบำรุงรักษาต้นปาล์มดี และถูกต้องตามหลักวิชาการ ผลผลิตต่อไร่จะสูงกว่าสวนขนาดเล็ก ผลผลิตปาล์มสดที่เก็บเกี่ยว แต่ละครั้งมีจำนวนมาก เมื่อเก็บเกี่ยวแล้วจะจำหน่ายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ โดยบรรทุกไปส่งเองถึงโรงงาน และส่วนใหญ่จะขายในรูปปาล์มทะลาย สวนขนาดเล็ก เจ้าของมีทั้งที่เป็นเกษตรกรรายย่อย สมาชิกสหกรณ์นิคม และสมาชิกนิคมสร้างตนเอง เจ้าของจะมีทุนน้อย การดูแลรักษาไม่ดีเท่าที่ควร ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวมีจำนวนน้อย นอกจากนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงสร้างการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มยังรวมไปถึงพ่อค้าท้องถิ่น สหกรณ์นิคม โรงงานสกัด น้ำมันปาล์มดิบ โรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ อุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ใช้น้ำมันปาล์มดิบเป็นวัตถุดิบต่าง ๆ และผู้บริโภค โดยผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะมีลำดับความสัมพันธ์กันตามวิถีการตลาดอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม ดังแสดงในภาพที่ 1

ผลผลิตในที่นี้ หมายถึง ผลปาล์มสด ซึ่งอาจจะถูกเสนอขายทั้งในรูปทะลายปาล์ม หรือผลปาล์มร่วงจากมือเกษตรกรข้างสวนปาล์ม ผ่านไปยังคนกลาง คือ พ่อค้าท้องถิ่น หรือลานเท ซึ่งมักจะเป็นเกษตรกรรายย่อย ส่วนเกษตรกรข้างส่วนปาล์มที่เป็นสมาชิกสหกรณ์นิคมก็จะขายผลผลิตของตนผ่านสหกรณ์นิคม เพื่อทำการรวบรวมส่งต่อไปยังรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม แต่อย่างไรก็ตามยังมีเกษตรกรข้างส่วนปาล์มส่วนหนึ่งขายผลผลิตของตนให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มโดยตรง ผลผลิตปาล์มสดที่ได้เจ้าของสวนไม่ได้ทำการคัดเกรด หรือจัดคุณภาพ เมื่อตัดทะลายแล้วก็จะขายแบบคละกันทั้งทะลายใหญ่ และทะลายเล็ก และอาจมีทะลายดิบ ทะลายเน่า สิ่งสกปรก ตลอดจนปาล์มร่วง หรือปาล์มที่เสียหายจากสัตว์กินติดใบด้วย โดยบรรทุกใส่รถไปส่งถึงโรงงาน หรือใส่รถของผู้รับซื้อหน้าสวน ผลปาล์มสดไม่ว่าจะผ่านมาตามช่องทางใดในที่สุดจะต้องผ่านกรรมวิธีในการสกัด เพื่อให้ได้น้ำมันปาล์มดิบ โดยโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ และโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดเล็ก ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตปาล์มน้ำมัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 วิถีการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มของจังหวัดชุมพร

3.2 ระบบการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์ม

คนกลางที่อยู่ในระบบการตลาดของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มของจังหวัดชุมพรนั้น ประกอบด้วย พ่อค้าท้องถิ่น สหกรณ์นิคม โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ โรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ และอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากโรงกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ซึ่งบทบาทและหน้าที่ของคนกลางดังกล่าวพอที่จะสรุปได้ดังนี้

พ่อค้าท้องถิ่น

พ่อค้าท้องถิ่น หรือผู้รวบรวมเป็นผู้รับซื้อผลปาล์มจากเกษตรกร ส่วนมากิมักจะเป็นเกษตรกรรายย่อย โดยพ่อค้าท้องถิ่นจะมีสำนักงานตั้งอยู่ในแหล่งผลิตปาล์มน้ำมัน ซึ่งรู้จักกันดี ในชื่อของ "ลานเท" เกษตรกรชาวสวนปาล์มจะนำเอาผลปาล์มที่ตัดได้ในแต่ละวันมาส่งขายที่ สำนักงานของพ่อค้าท้องถิ่น หรือลานเทเอง เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีบ้างที่พ่อค้าท้องถิ่นออกในรวบรวมถึงสวนปาล์ม โดยจะรับซื้องผลปาล์มทั้งที่เป็นทะลายและผลปาล์มร่วง เพื่อนำไปขายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อหนึ่ง โดยแยกขายผลปาล์มทั้งทะลายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ และขายผลปาล์มร่วงให้กับโรงงานสกัดน้ำมันขนาดเล็ก โดยไม่มีการแปรสภาพผลผลิต หรือจัดเกรด

พ่อค้าท้องถิ่นหรือลานเทจะอยู่กระจายออกไปตามหมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิต โดยเฉพาะในท้องที่ที่อยู่ไกลจากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มมากกว่า 10 กิโลเมตรขึ้นไป เพื่อรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันจากเกษตรกรรายย่อยเป็นส่วนใหญ่ ที่ไม่สามารถขนผลปาล์มสดไปขายยังโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มได้ จำนวนของลานเทจะแตกต่างกันไปในแต่ละท้องที่ตั้งแต่ 1 ราย จนถึง 7 รายต่อหนึ่งตำบล โดยบริการรับซื้อผลผลิตปาล์มจากเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในรัศมีไม่เกิน 10 กิโลเมตรจากลานเท ผู้ประกอบการลานเทจะรับซื้อผลปาล์มสดทั้งทะลาย และผลปาล์มร่วงในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มรับซื้อ ประมาณ 5-10 สตางค์ต่อหนึ่งกิโลกรัม หลักเกณฑ์ในการพิจารณา คุณภาพผลปาล์มจะใช้หลักเกณฑ์อันเกี่ยวกับที่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มรับซื้อ แต่ไม่เข้มงวดมากนัก เกษตรกรที่นำผลปาล์มสดมาขายให้กับลานเทจะได้รับชำระเป็นเงินสด และบางแห่งจะเปิดรับซื้อทุกวัน ซึ่งแตกต่างจากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มที่จะปิดทำการและไม่รับซื้อในวันเสาร์ และอาทิตย์ ในปี พ.ศ. 2548 จากการสำรวจของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดชุมพร พบว่ามีหน่วยรับซื้อผลปาล์มสดจากเกษตรกรหรือลานเทจำนวนทั้งสิ้น 101 ลานเท ซึ่งมีทั้งลานเทของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม สหกรณ์นิคม และผู้ประกอบการรายย่อย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นของผู้ประกอบการรายย่อย

สหกรณ์นิคม

สหกรณ์นิคม คือ สหกรณ์การเกษตรในรูปแบบหนึ่งที่มีการดำเนินการจัดสรรที่ดินทำกินให้เกษตรกร จัดสร้างปัจจัยที่สะดวกให้ผู้ที่อาศัยควบคู่ไปกับการดำเนินการจัดหาสินเชื่อปัจจัยการผลิต และสิ่งของจำเป็น การแปรรูปผลิตผลการเกษตร การให้บริการสาธารณูปโภคแก่สมาชิก ปัจจุบันมีสหกรณ์นิคม กระจาย อยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ในภาคใต้จำนวนทั้งสิ้น 15 สหกรณ์ จังหวัดที่มีสหกรณ์นิคมมากที่สุด คือ จังหวัดกระบี่ มีจำนวน 5 สหกรณ์ รองลงมา คือ จังหวัดชุมพร มีจำนวน 3 สหกรณ์ ซึ่งสมาชิกสหกรณ์ทั้ง 2 จังหวัดนี้ ส่วนใหญ่ก็จะทำสวนปาล์ม จากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้จัดการสหกรณ์ และเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์นิคมท่าแซะ จังหวัดชุมพร ซึ่งถือได้ว่าเป็นสหกรณ์ที่เข้มแข็ง และสมาชิกเกือบทั้งหมดทำสวนปาล์ม พบว่า สหกรณ์นิคมมีบทบาทที่สำคัญในการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันให้ได้เป็นจำนวนที่มากเพียงเพื่อทำการต่อรองกับผู้ซื้อ คือ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม สามารถเจรจาต่อรองราคากันได้กับโรงงาน และมีการทำสัญญาส่งมอบ ทำให้เกิดความมั่นใจแก่สมาชิก การขายปาล์มน้ำมันของสหกรณ์ มักจะขายให้กับโรงงานในท้องที่เป็นหลัก ซึ่งอยู่ไม่ไกลเกินไป เพราะถ้าหากส่งไปขายยังโรงงานที่ไกลออกไปจะหมายถึง ภาระค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าขนส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้ราคาที่ตกลงกับโรงงานสกัดปาล์มน้ำมันมาแล้วทางสหกรณ์ ก็จะนำมากำหนดราคารับซื้อปาล์มจากสมาชิก โดยแยกไปตามชนิด และคุณภาพของปาล์มน้ำมัน ปกติสหกรณ์จะรับซื้อปาล์มน้ำมันที่เป็นทะลาย แต่ก็รับซื้อปาล์มร่วงด้วย ในการกำหนดราคารับซื้อจากเกษตรกรนั้นทางสหกรณ์จะหักค่าใช้จ่ายดำเนินการออกจากราคาที่ขายให้กับโรงงานก่อน เช่น วิธีการตั้งราคารับซื้อปาล์มทะลายของสหกรณ์นิคมท่าแซะ จำกัด (โครงการแทรกแซงตลาดน้ำมันปาล์ม ปี 2543) มีดังนี้

คุณภาพปาล์มน้ำมันของสหกรณ์ประมาณ 16% = 1.58 บาท / กก.

หัก - ค่าบรรทุกปาล์มน้ำมันจากสหกรณ์ถึงโรงงาน = 0.135 บาท / กก.

- ค่าลงปาล์ม = 0.01 บาท / กก.

- ค่าแบบพิมพ์ ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ และน้ำหนักขาด = 0.035 บาท / กก.

ดังนั้น คงเหลือ ตั้งราคารับซื้อจากสมาชิก = 1.40 บาท / กก.

ราคาที่สมาชิกได้รับนี้ไม่ค่อยแตกต่างไปจากเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม หลังหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แล้ว ดังนั้นจึงพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่ก็จะขายผลผลิตให้กับสหกรณ์ในขณะเดียวกันเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกก็นำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ด้วยก็มี ซึ่งอาจจะด้วยเหตุผลเรื่องราคา และระยะทางที่อยู่ใกล้ และมีสมาชิกบางส่วนที่อยู่ไกลจากสำนักงานของสหกรณ์อาจจะขายผลผลิตให้กับพ่อค้าท้องถิ่นหรือลานเท บทบาทที่สำคัญอีกประการหนึ่งของสหกรณ์นิคมก็คือ การควบคุมคุณภาพผลผลิต โดยสหกรณ์จะมีระบบการควบคุมตั้งแต่การจัดหาพันธุ์ปาล์มที่ดีจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อนำไปให้สมาชิกปลูก และในขั้นตอนการผลิตก็จะมีการ ควบคุมอย่างเป็นระบบดังนั้นจึงเป็นที่พอใจของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ซึ่งมักจะประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของวัตถุดิบ เมื่อซื้อผลผลิตปาล์มจากเกษตรกรระบบ

โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ

โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ จะเป็นคนกลางที่ทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตปาล์มจากเกษตรกรชาวสวนทั้งที่เป็นรายย่อย สมาชิกกลุ่มสหกรณ์ พ่อค้าท้องถิ่น เกษตรกรรายใหญ่ และสวนปาล์มของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม โดยจะนำเอาผลปาล์มมาแปรรูปขั้นต้นให้เป็นน้ำมันปาล์มดิบ จากการศึกษาของ ฉัตร ช่ำชอง และคณะ (ฉัตร และคณะ, 2539) พบว่าในปี 2538 มีโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบทั้งสิ้น 48 โรงงาน มีกำลังการผลิตรวม 3.11 ล้านตัน ผลปาล์มต่อปี ต่อมาในปี 2543 จากรายงานของกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่าจำนวนโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบได้ลดลงเหลือเพียง 43 โรงงาน แต่มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 4.63 ล้านตันผลปาล์มต่อปี (พักตรา, 2543) ส่วนใหญ่โรงงานเหล่านี้จะตั้งอยู่ทางภาคใต้ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตปาล์มน้ำมันที่สำคัญของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ได้รายงานว่าในจังหวัดชุมพรมีโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มจำนวนทั้งสิน 15 โรงงาน จำแนกเป็นบริษัท ห้างหุ้นส่วน และสหกรณ์นิคมดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายชื่อโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบที่สำคัญในจังหวัดชุมพรปี 2547

	รายชื่อโรงงาน	กำลังการผลิต (ตันผลปาล์มต่อชั่วโมง)
1	บริษัทชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน)	55
2.	บริษัทวิจิตรภัณฑ์ปาล์มออยล์ จำกัด	45
3.	บริษัท ดี พี ปาล์มออยล์จำกัด	4.8
4.	บริษัทสวีอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มจำกัด	45
5.	บริษัทไทยรุ่งอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มจำกัด	15
6.	บริษัททวีศิลป์ปาล์มออยล์อินดัสทรีย์จำกัด	NA
7	บริษัทธนาพัฒน์น้ำมันปาล์ม จำกัด	13
8.	บริษัททุ่งทองเกษตรกรรมน้ำมันปาล์มจำกัด	30
9.	บริษัทไทยผลิตภัณฑ์ปาล์มจำกัด	6
10.	บริษัทอุดมชัยปาล์มออยล์จำกัด	6
11.	ห้างหุ้นส่วนจำกัดวิจักษรานนท์อุตสาหกรรม	2.88
12	บริษัทมิตรเจริญน้ำมันพืชจำกัด	3
13	สหกรณ์นิคมหลังสวนจำกัด	2
14.	บริษัทสหมิตรเจริญปาล์มออยล์จำกัด	45
15.	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหพลชัยน้ำมันพืช	NA

หมายเหตุ NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล

ที่มา : (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2547)

โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ มีขนาดกำลังการผลิตโดยเฉลี่ย 30 ตันทะลายต่อชั่วโมง หรือวันละ 600 ตัน จะรับซื้อผลปาล์มจากสวนขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก ตลอดจนผู้รวบรวมหรือพ่อค้าในท้องถิ่น นอกจากจะรับซื้อทั่วไปแล้ว อีกส่วนหนึ่งจะได้จากสวนของบริษัทเอง ซึ่งมีขนาดใหญ่เนื้อที่เพาะปลูกจำนวนมาก ซึ่งถ้าเป็นธุรกิจต่อเนื่องจะสร้างโรงงานสกัดน้ำมัน เพื่อรองรับผลผลิตจากสวนของบริษัท และรับซื้อผลผลิตทั่วไป โรงงานขนาดใหญ่จะมีเครื่องจักรที่ทันสมัยมีเครื่องตีแยกทะลายกับผลปาล์มออกจากกันโดยไม่ต้องใช้แรงงานคน น้ำมันที่สกัดได้ส่วนใหญ่เป็นน้ำมันจากเนื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ หรือการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปาล์มที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เหมาะที่จะนำไปใช้บริโภคหรือเป็นวัตถุดิบในอุตสาห-กรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมผงซักฟอก เป็นต้น ปัจจุบันมีโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ทั้งสิ้น 19 โรงงาน กำลังการผลิต 4.08 ล้านตันต่อปี

โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดเล็ก ซึ่งมีขนาดกำลังผลิตวันละ 50-200 ตันทะลาย ใช้ผลปาล์มร่วงหรือผลปาล์มสับเป็นวัตถุดิบ ส่วนใหญ่ใช้กระบวนการย่างผลปาล์มในกระบะย่าง แล้วสกัดน้ำมัน ทั้งน้ำมันจากเปลือกและน้ำมันจากเมล็ดในปะปนกัน เรียกว่า น้ำมันเกรดบี ซึ่งเป็นน้ำมันที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน แต่มีข้อดี คือ ไม่มีน้ำเสีย และกากปาล์มสามารถจำหน่ายเป็นอาหารสัตว์ หรือเป็นส่วนผสมของมันอัดเม็ดได้ โรงงานประเภทนี้ใช้เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นเองในประเทศ โดยดัดแปลงมาจากโรงงานสกัดน้ำมันมะพร้าว ปัจจุบันโรงงานประเภทนี้ได้กระจายตัวอยู่ในจังหวัดสงขลา ชุมพร กระบี่ และสุราษฎร์ธานี มีอยู่ประมาณ 22 โรงงาน และมีบางโรงงานที่ได้หยุดหรือเลิกกิจการไป กำลังการผลิต 0.54 ล้านตันต่อปี

โรงงานขนาดเล็กอีกประเภทหนึ่งซึ่งได้มีการพัฒนาขึ้นในประเทศในปีพ.ศ.2543 โดยโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มขนาดเล็กอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นระบบที่ใช้วิธีการทอดผลปาล์มในหม้อทอดสูญญากาศ ซึ่งได้ตั้งโรงงานทดลองอยู่ที่สหกรณ์นิคมอ่าวลึก จังหวัดกระบี่ โดยมีขนาดกำลังผลิตชั่วโมงละ 1 ตันทะลาย โรงงานประเภทนี้ไม่มีน้ำเสียเช่นเดียวกัน เพราะได้กำจัดความชื้นในผลปาล์มออกไปตั้งแต่การทอดแล้ว แต่ยังมีข้อเสียเช่นเดียวกับโรงงานขนาดเล็กที่ใช้ระบบย่าง คือ สกัดน้ำมันเปลือกและเม็ดในปนกัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 ทางสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดสรรงบประมาณสนับสนุนจำนวน 2 ล้านบาท ให้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์พัฒนากระบวนการผลิต ให้สามารถสกัดน้ำมันปาล์มจากเปลือกผลปาล์มแยกกับน้ำมันเมล็ดในปาล์มได้เป็นผลสำเร็จใน ปี พ.ศ. 2540 โดยตั้งโรงงานต้นแบบขนาดกำลังผลิต 1 ตันทะลายต่อชั่วโมงอยู่ที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทอง จังหวัดนราธิวาส และในปี พ.ศ. 2542 ก็มีเอกชนรายหนึ่งในจังหวัดกระบี่ ได้ว่าจ้างมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ให้ออกแบบโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มที่ใช้ระบบทอดสูญญากาศนี้ โดยมีขนาดกำลังผลิต 5 ตันทะลายต่อชั่วโมงหรือวันละ 100 ตัน

วิธีการกำหนดราคารับซื้อผลผลิตปาล์ม โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มจะมีการซื้อขาย โดยใช้ราคาน้ำมันปาล์มดิบ โรงงานจะตรวจสอบราคา น้ำมันปาล์มดิบที่โรงกลั่นในกรุงเทพฯ รับซื้อเป็นหลักแล้วหักค่าขนส่ง และค่าแปรรูป คูณด้วยเปอร์เซ็นต์ น้ำมันที่ทับได้แล้วจึงจะได้ราคาผลปาล์มทะลาย หรือ ผลปาล์มร่วง และจะมีวิธีการซื้อขาย 2 วิธี คือ

การซื้อโดยใช้ราคาปาล์มทะลาย โรงงานจะกำหนดราคารับซื้อปาล์มทะลายที่ได้คุณภาพและสมบูรณ์ขึ้นมา เมื่อเกษตรกรนำผลปาล์มมาขาย ก็จะหักข้อบกพร่องต่าง ๆ ออกข้อละ 5 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งโรงงานขนาดใหญ่ เกือบทั้งหมด จะรับซื้อในลักษณะนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
115111

การซื้อขาย โดยใช้ราคาผลปาล์มร่วง โรงงานที่รับซื้อวิธีนี้จะเป็นโรงงานที่ใช้ระบบทอด หรือโรงงานขนาดเล็ก

โรงงานขนาดใหญ่ มักจะมีการควบคุมคุณภาพ และปริมาณของวัตถุดิบ หรือปาล์มน้ำมัน โดยการมีสวนปาล์มของตนเอง ในขณะเดียวกันก็พยายามส่งเสริมให้เกษตรกรในท้องถิ่น เพาะปลูกสวนปาล์มด้วยการจัดหาปุ๋ย และต้นกล้าพันธุ์ดีให้ รวมทั้งการรับซื้อผลปาล์มสดด้วย เช่น กรณีของบริษัทชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จังหวัดชุมพร เป็นต้น

ผลผลิตหลักของโรงงานก็คือ น้ำมันปาล์มดิบจะถูกจำหน่ายไปยังโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จะมีเฉพาะบริษัทชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) เท่านั้นที่มีโรงกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ของตนเอง และรับซื้อน้ำมันปาล์มดิบจากโรงงานอื่น ๆ ด้วย นอกจากที่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มยังมีผลพลอยได้จากขบวนการแปรรูปปาล์มน้ำมัน ซึ่งสามารถจำหน่ายต่อไปได้อีก เช่น เมล็ดในปาล์ม กากเมล็ดในปาล์ม และทะลายปาล์ม เป็นต้น

3.3 บทบาทของคนกลางในด้านการทำหน้าที่การตลาดปาล์มน้ำมัน

บทบาทของคนกลางในด้านการทำหน้าที่ทางการตลาดปาล์มน้ำมัน ในที่นี้จะอธิบายแยกออกเป็นหน้าที่การตลาดปาล์มน้ำมันที่มีต่อเกษตรกรรายใหญ่ เกษตรกรรายย่อย และสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

หน้าที่การตลาดปาล์มน้ำมันของเกษตรกรรายใหญ่

สวนปาล์มขนาดใหญ่ จะใช้เงินลงทุนสูงมีการบำรุงรักษาต้นปาล์มดี และถูกต้องตามหลักวิชาการ ผลผลิตต่อไรจะสูงกว่าสวนขนาดเล็ก ซึ่งจะมีทั้งสวนปาล์มของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม และขนาดใหญ่ที่ประกอบกิจการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด ผลผลิตปาล์มของสวนขนาดใหญ่เหล่านี้ จึงมีจำนวนมาก เมื่อเก็บเกี่ยวแล้วจะถูกส่งหรือจำหน่ายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ โดยบรรทุกไปส่งเองถึงโรงงานด้วยรถบรรทุกของตนเอง และจ้างรถบรรทุกของเอกชน ส่วนใหญ่จะขายในรูปปาล์มทั้งทะลาย การจัดชั้นและมาตรฐานก็เป็นไปตามข้อกำหนดของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ซึ่งส่วนใหญ่จะได้คุณภาพมาตราฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่การตลาดปาล์มน้ำมันของเกษตรกรรายย่อย และสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ

ในส่วนนี้จะอาศัยข้อมูลจากการสำรวจเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในรายงานวิจัยเรื่องศักยภาพการผลิตและการตลาดปาล์มของประเทศไทยของวิรัช กระแสร์ฉัตรและคณะ(วิรัช และคณะ, 2545) มาวิเคราะห์ให้เห็นบทบาทของคนกลางที่มีต่อเกษตรกรรายย่อยและเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่ม

ข้อมูลทั่วไป

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 74.6 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 95.2 จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 62.8 และมีกิจกรรมเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ร้อยละ 70.3 โดยเป็นสมาชิกสหกรณ์นิคมมากที่สุดร้อยละ 48.0 สหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 5.0 กลุ่มปาล์มน้ำมัน ร้อยละ 9.4 กรรมการหมู่บ้าน ร้อยละ 4.5 กลุ่มเกษตรกรร้อยละ 5.4 และอื่น ๆ (ตารางที่ 2) เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันมีจำนวนที่ดินทำการเกษตรเฉลี่ย 45.4 ไร่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 6 คน ซึ่งช่วยงานในสวนปาล์มเฉลี่ย 2 คน โดยเกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 49.4 ปีและมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันมาแล้วเฉลี่ย 14.4 ปี(ตารางที่ 3)

การขายผลผลิตปาล์ม

เกษตรตัวอย่างส่วนใหญ่จะขายผลผลิตปาล์มของตนให้กับสหกรณ์นิคม ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 47.5 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ การขายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มโดยตรง คือ ร้อยละ 46.1 อย่างไรก็ตาม พ่อค้าท้องถิ่น หรือลานเทก็มีบทบาทสำคัญในการรับซื้อผลผลิตปาล์มของเกษตรกร ซึ่งพบว่า เกษตรกรตัวอย่างจำนวนถึงร้อยละ 6.5 ขายผลผลิตปาล์มของตนให้กับพ่อค้าท้องถิ่น เมื่อจำแนกเกษตรกรตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ก็พบว่าเกษตรกรรายย่อยขาย ผลผลิตปาล์มให้กับโรงงานสกัดมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ มีจำนวนร้อยละ 21.7 ของเกษตรกรรายย่อยทั้งหมด ในขณะที่เกษตรกรตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มขายผลผลิตปาล์มให้กับสหกรณ์นิคมมากที่สุด คือ มีจำนวนร้อยละ 47.5 ของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มทั้งหมด(ตารางที่ 4)

สถานที่ซื้อขายผลผลิตปาล์ม

การซื้อขายผลผลิตปาล์มของเกษตรกรตัวอย่างในภาพรวม(ตารางที่ 5) พบว่า ส่วนใหญ่จะนำผลผลิตปาล์มไปขายที่สำนักงานของสหกรณ์นิคม ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 47.0 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ การนำไปขายให้ที่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ที่ลานเท และที่สวน ตามลำดับ แต่ถ้าจำแนกเกษตรกรตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ก็จะพบความแตกต่าง คือ เกษตรกรรายย่อยจะนำผลผลิตปาล์มไปขายที่โรงงานสกัดมากที่สุด คือ มีจำนวนร้อยละ 21.7 ของเกษตรกรรายย่อยทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขณะที่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มฯ จะนำผลผลิตปาล์มไปขายที่สหกรณ์นิคมฯ มากที่สุด คือ มีจำนวนร้อยละ 47.0 ของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มทั้งหมด

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
● เพศ		
ชาย	143	70.8
หญิง	59	29.7
รวม	202	100.0
● อายุ(ปี)	49.4	
● การศึกษา		
ประถมต้น	3	1.5
ประถมปลาย	117	58.2
มัธยมต้น	25	12.4
มัธยมปลาย	19	9.5
อนุปริญญา (ปวส.)	5	2.5
ปริญญาตรี	6	3.0
ไม่ได้รับการศึกษา	25	12.4
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	202	100.0
● จำนวนสมาชิกในครอบครัว(คน)	6.0	
● การเป็นสมาชิกกลุ่ม		
เป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ	142	70.3
ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- สหกรณ์นิคม	97	48.0
- สหกรณ์การเกษตร	10	5.0
- กลุ่มปาล์มน้ำมัน	19	9.4
- กรรมการหมู่บ้าน	9	4.5
- กลุ่มเกษตรกร	11	5.4
- อื่นๆ	24	11.9
เกษตรกรรายย่อย(ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มใด ๆ)	60	29.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3. ค่าเฉลี่ยของพื้นที่ปลูกปาล์ม และประสบการณ์การปลูกปาล์มของเกษตรกรตัวอย่าง

ข้อมูล	เกษตรกรรายย่อย	สมาชิกกลุ่มฯ	รวม
พื้นที่ปลูก (ไร่)	46.3	43.5	45.4
ประสบการณ์การปลูก (ปี)	10.6	15.9	14.4

ตารางที่ 4 การขายผลผลิตปาล์มให้กับผู้รับซื้อ

ประเภทผู้รับซื้อ	เกษตรกรรายย่อย	สมาชิกกลุ่มฯ	รวม
พ่อค้าท้องถิ่น	12	2	14
	(6.5)	(0.9)	(6.5)
โรงงานสกัดฯ	47	53	100
	(21.7)	(24.4)	(46.1)
สหกรณ์นิคมฯ	8	95	103
	(3.7)	(43.8)	(47.5)
รวม	67	150	217
	(30.9)	(69.1)	(100.0)

หมายเหตุ คำถามข้อนี้ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ค่าในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผลรวมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละคอลัมภ์

ลักษณะการขายผลผลิตปาล์มน้ำมัน

โดยทั่วไปเกษตรกรจะขายผลผลิตปาล์มน้ำมันใน 3 ลักษณะ คือ ขายผลปาล์มดิบทั้งทะลาย ขายผลปาล์มร่วง และขายคละกันทั้งผลปาล์มดิบ และผลปาล์มร่วง จากผลการสำรวจก็พบว่าเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมดที่ตอบว่าขายทั้งทะลายมีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 49.4 รองลงมา คือ การขายผลร่วง และการขายคละร้อยละ 48.1 และ 2.6 ตามลำดับ ทั้งนี้เกษตรกรรายย่อยและเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มต่างมีพฤติกรรมในการขายผลผลิตปาล์ม ในลักษณะขายทั้งทะลายและขายผลร่วงในสัดส่วนที่ใกล้เคียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 สถานที่ซื้อขายผลผลิตปาล์ม

สถานที่ซื้อขาย	เกษตรกรรายย่อย	สมาชิกกลุ่มฯ	รวม
ที่สวน	2	1	3
	(0.9)	(0.5)	(1.4)
ที่ลานเท	10	3	13
	(4.6)	(1.4)	(6.0)
ที่โรงงานสกัดฯ	47	52	99
	(21.7)	(24.0)	(45.6)
ที่สหกรณ์นิคมฯ	148	94	102
	(3.7)	(43.3)	(47.0)
รวม	67	150	217
	(30.9)	(69.1)	(100.0)

หมายเหตุ คำถามข้อนี้ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ค่าในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผลรวมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละคอลัมภ์

ตารางที่ 6 ลักษณะการขายผลผลิตปาล์ม

ลักษณะการขาย	เกษตรกรรายย่อย	สมาชิกกลุ่มฯ	รวม
ขายทั้งทะลาย	55	135	190
	(14.3)	(35.1)	(49.4)
ขายผลร่วง	55	130	185
	(14.3)	(33.8)	(48.1)
ขายคละ	4	6	10
	(1.0)	(1.6)	(2.6)
รวม	114	271	385
	(29.6)	(70.4)	(100.0)

หมายเหตุ คำถามข้อนี้ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และค่าในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผลรวมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละคอลัมภ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กันคือ เกษตรกรรายย่อยขายผลผลิตปาล์มในลักษณะขายทั้งทะลายและขายผลร่วงเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 14.3 ของเกษตรกรรายย่อยทั้งหมด ในขณะที่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มขายผลผลิตปาล์มในลักษณะขายทั้งทะลายและขายผลร่วงร้อยละ 35.1 และ 33.8 ของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มทั้งหมด ตามลำดับ

การขนย้ายผลผลิตปาล์ม

เมื่อเก็บเกี่ยวผลปาล์มดิบจากต้นแล้ว เกษตรกรก็จะมีการขนย้าย ผลผลิตปาล์มไปขาย ณ สถานที่ที่ทำการซื้อขาย จากการสำรวจ พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรตัวอย่างจะใช้วิธีจ้างรถบรรทุก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.2 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่มีเกษตรกรที่ใช้รถบรรทุกของตนเองเพียงร้อยละ 37.8 ทั้งนี้เกษตรกรตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร มีวิธีการขนย้ายผลผลิตปาล์มน้ำมันในการซื้อขายทั้ง 2 วิธี ในสัดส่วนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การขนย้ายผลผลิตปาล์ม

เมื่อเก็บเกี่ยวผลปาล์มดิบจากต้นแล้ว เกษตรกรก็จะมีการขนย้าย ผลผลิตปาล์มไปขาย ณ สถานที่ที่ทำการซื้อขาย จากการสำรวจ พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรตัวอย่างจะใช้วิธีจ้างรถบรรทุก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.2 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่มีเกษตรกรที่ใช้รถบรรทุกของตนเองเพียงร้อยละ 37.8 ทั้งนี้เกษตรกรตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร มีวิธีการขนย้ายผลผลิตปาล์มน้ำมันในการซื้อขายทั้ง 2 วิธี ในสัดส่วนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน(ตารางที่ 7)

การชำระเงิน

ลักษณะการชำระเงินในการซื้อขายผลผลิตปาล์ม พบว่า เกษตรกรตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับชำระเงินเป็นเงินสด คือ มีจำนวนถึงร้อยละ 97.5 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด ที่เหลืออีกร้อยละ 2.5 จะได้รับการชำระเงินในลักษณะของเงินเชื่อหรือเช็ค ซึ่งเมื่อจำแนกเกษตรกรตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ก็พบว่าลักษณะการชำระเงินระหว่างเกษตรกรรายย่อย และเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มฯ ก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน(ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 วิธีการขนย้ายผลผลิตปาล์มน้ำมันในการซื้อขาย

วิธีการขนย้าย	ประเภทของเกษตรกร		รวม
	เกษตรกรรายย่อย	สมาชิกกลุ่มฯ	
ใช้รถบรรทุกของตนเอง	24	52	76
	(11.9)	(25.9)	(37.8)
จ้างรถบรรทุก	35	90	125
	(17.4)	(44.8)	(62.2)
รวม	59	142	201
	(29.4)	(70.6)	(100.0)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผลรวมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละคอลัมภ์

ตารางที่ 8 ลักษณะการชำระเงินในการซื้อขายผลผลิตปาล์ม

การชำระเงิน	เกษตรกรรายย่อย	สมาชิกกลุ่ม	รวม
ชำระเป็นเงินสด	57	139	196
	(28.4)	(69.2)	(97.5)
ชำระเป็นเงินเชื่อและเช็ค	2	3	5
	(1.0)	(1.5)	(2.5)
รวม	59	142	201
	(29.4)	(70.6)	(100.0)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผลรวมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละคอลัมภ์

การจัดชั้นและคุณภาพ

เกษตรกรชาวสวนปาล์มเมื่อตัดทะลายปาล์ม เพื่อส่งขายนั้น จะไม่มีการจัดชั้น และคุณภาพที่ระดับสวน แต่จะผลักภาระนี้ให้กับผู้รับซื้อเป็นผู้พิจารณา ซึ่งจากการสำรวจโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม พบว่า หลักเกณฑ์ที่ผู้ซื้อใช้ในการพิจารณา มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความสด - เป็นผลปาล์มสดที่คัดส่งถึงโรงงานภายใน 24 ชั่วโมง
2. ความสุก - ทะลายปาล์มที่สุกมาตรฐาน คือ ลูกปาล์มขั้นนอกสุดของทะลายต้องหลุดจากทะลายประมาณ 10.30 ผล เมื่อส่งถึงโรงงาน
3. ความสมบูรณ์ - ลูกปาล์มเต็มทะลาย และเห็นได้ชัดว่าได้รับการบำรุงอย่างดี
4. ความบอบช้ำ - ไม่มีทะลายที่มีความบอบช้ำ และเสียหายรุนแรง
5. ทะลายเป็นโรค - ไม่มีโรคใด ๆ หรือเน่าเสีย
6. ทะลายสัตว์กิน - ไม่มีทะลายสัตว์กิน หรือทำความเสียหายแก่ลูกปาล์ม
7. ความสกปรก - ไม่มีสิ่งสกปรกเจือปน เช่น หิน ดิน ทราย ไม้ กาบหุ้มทะลาย
8. ทะลายเปล่า - ไม่มีเจือปน
9. ก้านทะลาย - ความยาวของก้านไม่เกิน 2 นิ้ว หรือ 5 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
สรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

ในระบบการตลาดปาล์มน้ำมันนั้นจะมีโครงสร้างการตลาดไม่ซับซ้อน เนื่องจากปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่ไม่สามารถนำไปใช้แปรสภาพอย่างอื่นได้ นอกจากเป็นวัตถุดิบของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงมีไม่มากนักประกอบด้วยเกษครกรชาวสวนปาล์ม คนกลาง และโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม คนกลางในที่นี้หมายถึงผู้รวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันจากชาวสวนปาล์มเพื่อส่งต่อไปยังโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบอีกต่อหนึ่ง โดยมีพ่อค้าท้องถิ่น และสหกรณ์นิคมเป็นผู้รวบรวมหลัก จากการศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมันของวิรัช กระแสร์ฉัตร์ และคณะฯ (วิรัช และคณะ, 2546) พบว่าเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรส่วนใหญ่ร้อยละ 72.29 จะขายผลผลิตปาล์มน้ำมันให้กับสหกรณ์นิคม ในขณะที่เกษตรกรที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรส่วนใหญ่ร้อยละ 56.22 ขายผลผลิตปาล์มน้ำมันให้กับพ่อค้าท้องถิ่น ซึ่งถ้ามีการศึกษาถึงบทบาทของคนกลางเหล่านี้ในประเด็นที่เกี่ยวกับ โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงาน จะมีประโยชน์อย่างมากในการกำหนดนโยบาย และมาตรการต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การสร้างระบบการตลาดปาล์มน้ำมันให้มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นหนึ่งในแผนแผนยุทธศาสตร์ของรัฐบาล ในการเพิ่มประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม(กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547) โดยในการศึกษาครั้งนี้เลือกทำการศึกษาบทบาทของคนกลางในจังหวัดชุมพรเท่านั้น เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีพื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมันเป็นจำนวนมากเป็นอันดับสามของประเทศรองลงมาจากจังหวัดกระบี่ และสุราษฎร์ธานี แต่มีโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มค่อนข้างน้อย ดังนั้นเกษตรกรชาวสวนปาล์มเป็นจำนวนมากจึงต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางในการรวบรวมผลผลิตปาล์มส่งโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้คือเพื่อศึกษาบทบาทของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดชุมพร ในประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้าง และพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการตลาดของพ่อค้าท้องถิ่นในตลาดปาล์มน้ำมัน ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกคนกลางที่ทำหน้าที่ทางการตลาดในการรวบรวมผลผลิตในตลาดปาล์มน้ำมันจังหวัดชุมพรซึ่งประกอบด้วยพ่อค้าท้องถิ่นหรือเจ้าของลานเท และผู้จัดการสหกรณ์นิคม รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของส่วยราชการที่เกี่ยวข้องในตลาดปาล์มน้ำมันในช่วงปี พ.ศ. 2548-2549 มาสรุปเป็นข้อเท็จจริงในเรื่องบทบาทของคนกลางในตลาดปาล์มน้ำมันในจังหวัดชุมพรในประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานทางด้านการตลาด ภายในกรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดเรื่อง การวิเคราะห์ปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์มี 2 วิธีคือ วิธีแรกเป็นวิธีการวิเคราะห์สถาบันการตลาด(institutional approach)เพื่อให้ทราบว่ามีสถาบันใดบ้างที่เข้ามามีบทบาทในระบบตลาด วิธีที่สองเป็นวิธีการวิเคราะห์โครงสร้างการตลาด(market structure approach)

ผลการศึกษาพบว่าในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มในจังหวัดชุมพร จะมีโครงสร้างการตลาด ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องเริ่มตั้งแต่เกษตรกรชาวสวนปาล์มน้ำมัน ซึ่งมีทั้งประเภทสวนขนาดใหญ่ และสวนขนาดเล็ก กรณีสวนขนาดใหญ่อาจจะลงทุนในรูปบริษัท หรือเจ้าของคนเดียว สวนขนาดใหญ่นี้จะใช้เงินลงทุนสูง มีการบำรุงรักษาต้นปาล์มดี และถูกต้องตามหลักวิชาการ ผลผลิตต่อไร่จะสูงกว่าสวนขนาดเล็ก ผลผลิตปาล์มสดที่เก็บเกี่ยว แต่ละครั้งมีจำนวนมาก เมื่อเก็บเกี่ยวแล้วจะจำหน่ายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ โดยบรรทุกไปส่งเองถึงโรงงาน และส่วนใหญ่จะขายในรูปปาล์มทะลาย สวนขนาดเล็ก เจ้าของมีทั้งที่เป็นเกษตรกรรายย่อย สมาชิกสหกรณ์นิคม และสมาชิกนิคมสร้างตนเอง เจ้าของจะมีทุนน้อย การดูแลรักษาไม่ดีเท่าที่ควร ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวมีจำนวนน้อย นอกจากนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงสร้างการตลาดปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มยังรวมไปถึงคนกลางหรือผู้ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตปาล์มเพื่อเข้าสู่กระบวนการแปรรูปในขั้นต่อไป ได้แก่ พ่อค้าท้องถิ่น สหกรณ์นิคม และโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ

บทบาทและหน้าที่ของคนกลางดังกล่าวพอที่จะสรุปได้ดังนี้ พ่อค้าท้องถิ่น หรือผู้รวบรวมเป็นผู้รับซื้อผลปาล์มจากเกษตรกร ส่วนมากมักจะเป็นเกษตรกรรายย่อย โดยพ่อค้าท้องถิ่นจะมีสำนักงานตั้งอยู่ในแหล่งผลิตปาล์มน้ำมัน ซึ่งรู้จักกันดี ในชื่อของ "ลานเท" เกษตรกรชาวสวนปาล์มจะนำเอาผลปาล์มที่ตัดได้ในแต่ละวันมาส่งขายที่ สำนักงานของพ่อค้าท้องถิ่น หรือลานเทเอง เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีบ้างที่พ่อค้าท้องถิ่นออกในรวบรวมถึงสวนปาล์ม โดยจะรับซื้อผลปาล์มทั้งที่เป็นทะลายและผลปาล์มร่วง เพื่อนำไปขายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบอีกต่อหนึ่ง โดยแยกขายผลปาล์มทั้งทะลายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ และอาจขายผลปาล์มร่วงให้กับโรงงานสกัดน้ำมันขนาดเล็ก โดยไม่มีการแปรสภาพผลผลิต หรือจัดเกรด ในปี พ.ศ. 2548 จากการสำรวจของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดชุมพร พบว่ามีหน่วยรับซื้อผลปาล์มสดจากเกษตรกรหรือลานเทจำนวนทั้งสิ้น 101 ลานเท ซึ่งมีทั้งลานเทของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม สหกรณ์นิคม และผู้ประกอบการรายย่อย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นของผู้ประกอบการรายย่อย

สหกรณ์นิคมมีบทบาทที่สำคัญ ในการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันให้ได้เป็นจำนวนที่มากเพียงพอเพื่อทำการต่อรองกับผู้ซื้อ คือ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม สามารถเจรจาต่อรองราคากันได้กับโรงงาน และมีการทำสัญญาส่งมอบ ทำให้เกิดความมั่นใจแก่สมาชิก การขายปาล์มน้ำมันของสหกรณ์มักจะขายให้กับโรงงานในท้องที่เป็นหลัก ซึ่งอยู่ไม่ไกลเกินไป เพราะถ้าหากส่งไปขายยังโรงงานที่ไกล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกไปจะหมายถึง ภาระค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าขนส่งจังหวัดชุมพร มีสหกรณ์นิคมที่สำคัญจำนวน 3 สหกรณ์ คือสหกรณ์นิคมท่าแซะ และสหกรณ์นิคมหลังสวน

โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ จะเป็นคนกลางที่ทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตปาล์มจากเกษตรกรชาวสวนทั้งที่เป็นรายย่อย สมาชิกกลุ่มสหกรณ์ พ่อค้าท้องถิ่น เกษตรกรรายใหญ่ และส่วนปาล์มของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม โดยจะนำเอาผลปาล์มมาแปรรูปขั้นต้นให้เป็นน้ำมันปาล์มดิบ ในปี พ.ศ.2547 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ได้รายงานว่าในจังหวัดชุมพรมีโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มจำนวนทั้งสิน 15 โรงงาน จำแนกเป็นบริษัท ห้างหุ้นส่วน และสหกรณ์นิคม โดยมีบริษัทชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) บริษัทวิจิตรภัณฑ์ปาล์มออยล์จำกัด และบริษัทสวีอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 40 ตันผลปาล์มต่อชั่วโมง

บทบาทของคนกลางในด้านการทำหน้าที่ทางการตลาดปาล์มน้ำมัน ในที่นี้จะอธิบายแยกออกเป็นหน้าที่การตลาดปาล์มน้ำมันที่มีต่อเกษตรกรรายใหญ่ เกษตรกรรายย่อย และสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ สวนปาล์มขนาดใหญ่ จะใช้เงินลงทุนสูงมีการบำรุงรักษาต้นปาล์มดี และถูกต้องตามหลักวิชาการผลผลิตต่อไรจะสูงกว่าสวนขนาดเล็ก ซึ่งจะมีทั้งสวนปาล์มของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม และขนาดใหญ่ที่ประกอบกิจการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด ผลผลิตปาล์มของสวนขนาดใหญ่เหล่านี้ จึงมีจำนวนมาก เมื่อเก็บเกี่ยวแล้วจะถูกส่งหรือจำหน่ายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มขนาดใหญ่ โดยบรรทุกไปส่งเองถึงโรงงานด้วยรถบรรทุกของตนเอง และจ้างรถบรรทุกของเอกชน ส่วนใหญ่จะขายในรูปปาล์มทั้งทะลาย การจัดชั้นและมาตรฐานก็เป็นไปตามข้อกำหนดของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ซึ่งส่วนใหญ่จะได้คุณภาพมาตราฐาน

หน้าที่การตลาดปาล์มน้ำมันของเกษตรกรรายย่อย และสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ เกษตรกรส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.6 เป็นเพศชาย นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 95.2 จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 62.8 และมีกิจกรรมเข้ารวมกลุ่มต่าง ๆ ร้อยละ 65.8 โดยเป็นสมาชิกนิคมสหกรณ์ ร้อยละ 44. เกษตรตัวอย่างส่วนใหญ่จะขายผลผลิตปาล์มของตนให้กับสหกรณ์นิคม ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 47.5 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ การขายให้กับโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มโดยตรง คือ ร้อยละ 46.1 การซื้อขายผลผลิตปาล์มของเกษตรกรตัวอย่างในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่จะนำผลผลิตปาล์มไปขายที่สำนักงานของสหกรณ์นิคม ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 47.0 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ การนำไปขายให้ที่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ที่ลานเท และที่สวน ตามลำดับ เกษตรกรตัวอย่างทั้งหมดที่ตอบว่าขายทั้งทะลายมีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 49.4 รองลงมา คือ การขายผลร่วง และการขายคละร้อยละ 48.1 และ 2.6 ตามลำดับ เมื่อเก็บเกี่ยวผลปาล์มดิบจากต้นแล้ว เกษตรกรก็จะมีการขนย้าย ผลผลิตปาล์มไปขาย ณ สถานที่ที่ทำการซื้อขาย จากการสำรวจ พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรตัวอย่างจะใช้วิธีจ้างรถบรรทุก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.2 ของเกษตรกรตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่มีเกษตรกรที่ใช้รถบรรทุกของตนเองเพียงร้อยละ 37.8 เกษตรกรตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับชำระเงินเป็นเงินสดมีจำนวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึงร้อยละ 97.5 เกษตรกรชาวสวนปาล์มเมื่อตัดทะลายปาล์ม เพื่อส่งขายนั้น จะไม่มีการจัดชั้น และคุณภาพที่ระดับสวน แต่จะผลักภาระนี้ให้กับผู้รับซื้อเป็นผู้พิจารณา

4.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า สหกรณ์นิคมมีบทบาทที่สำคัญในการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันให้ได้เป็นจำนวนที่มากเพียงเพื่อทำการต่อรองกับผู้ซื้อคือ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม สามารถเจรจาต่อรองราคากันได้กับโรงงาน และมีการทำสัญญาส่งมอบ ทำให้เกิดความมั่นใจแก่สมาชิก บทบาทที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ สหกรณ์นิคมก็คือ การควบคุมคุณภาพผลผลิต โดยสหกรณ์จะมีระบบการควบคุมตั้งแต่การจัดหาพันธุ์ปาล์มที่ดีจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อนำไปให้สมาชิกปลูก และในขั้นตอนการผลิตก็จะมีการ ควบคุม อย่างเป็นระบบดังนั้นจึงเป็นที่พอใจของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ซึ่งมักจะประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของวัตถุดิบเมื่อซื้อผลผลิตปาล์มจากเกษตรกร ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า สหกรณ์นิคมเป็นคนกลางที่มีบทบาทที่สำคัญที่สุดของจังหวัดชุมพร ในการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมัน ซึ่งรัฐบาลควรจะหันมาสนใจร่วมมือกับทางสหกรณ์นิคมทั้ง 2 สหกรณ์ของจังหวัดชุมพรในการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและการจัดการให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น เพราะจะส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านการตลาดทั้งระบบ โดยเฉพาะในด้านของการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน รวมทั้งลดปัญหาการถูกเอาเปรียบในเรื่องราคาในการขายผลผลิตของเกษตรกร อีกทั้งรัฐบาลควรจะมีนโยบายที่จะสนับสนุนให้มีการดำเนินงานอย่างจริงจัง ในรูปแบบของโครงการอุตสาหกรรมการผลิตและการแปรรูปปาล์มน้ำมันอย่างครบวงจร ซึ่งจะต้องอาศัยองค์ความรู้ในการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเงินทุนจำนวนมาก ดังนั้นภาครัฐควรอุดหนุนเงินทุนหรือหาแหล่งเงินทุนในการพัฒนาโครงการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบขนาดเล็ก ที่ทางสหกรณ์นิคมมีความพร้อมในเรื่องการรวบรวมผลผลิตที่มีปริมาณมากเพียงพอ เพื่อลดขั้นตอนการขนส่งไปโรงงานสกัดขนาดใหญ่ที่เป็นของเอกชน และอยู่ไกลออกไปจากแหล่งผลิตปาล์มน้ำมันของเกษตรกร นอกจากนี้การเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกรในลักษณะของสหกรณ์นิคมที่มีอยู่ในปัจจุบันก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปด้วย

อย่างไรก็ตามในส่วนของพ่อค้าท้องถิ่นหรือลานเทของเอกชนซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่ของจังหวัดชุมพรนั้น ยังถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะบทบาทในการรวบรวมผลผลิตปาล์มน้ำมันของเกษตรกรรายย่อย ที่มีขนาดพื้นที่ทำสวนปาล์มไม่มากนักและอยู่ห่างไกลจากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ดังนั้นควรมีการตรวจสอบอย่างจริงจังและเข้มงวดในเรื่องคุณภาพผลผลิตปาล์มของพ่อค้าคนกลางเหล่านี้จากผู้รับซื้อคือฝ่ายโรงงานสกัดเพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกับสวนของบริษัทสกัดน้ำมันปาล์มเองหรือที่รับซื้อจากสหกรณ์นิคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543. **สถานการณ์ปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม**. กรุงเทพมหานคร:

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. 2547. **ข้อมูลโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร:

ฉัตร ช่ำชอง และคณะ. 2539. **การศึกษาอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ใช้น้ำมันปาล์มเป็นวัตถุดิบ : กรณีศึกษาความต้องการใช้น้ำมันปาล์มของอุตสาหกรรม**. กรุงเทพมหานคร : คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยวัฒน์ ประสมสุข. 2543. "ตลาดน้ำมันปาล์มตามข้อตกลงอาฟต้า". **วารสารเศรษฐกิจ**. (มีนาคม 2543) : น. 11-17.

นคร สาธรคุณ และคณะ. 2541. **การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันในภาคใต้ของประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

พักตรา สุริยาปี. 2543. **ภาพรวมอุตสาหกรรมของปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มในประเทศไทย ปี 2543**. การประชุมวิชาการศักยภาพและประสิทธิภาพการผลิตปาล์มน้ำมันของไทย.

ไพฑูรย์ รอดวินิจ. 2541. **การตลาดสินค้าเกษตร**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ. 2536. **ตลาดน้ำมันปาล์ม ; ศึกษาความต้องการใช้ในประเทศ**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วิรัช กระแสร์ฉัตร์ และ คณะ . 2546. **การศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมัน**. กรุงเทพฯ : รายงานการวิจัยประจำปีงบประมาณ 2544 คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2548. **โครงการศึกษาการจัดตั้งเมือง ปาล์มน้ำมัน.** กรุงเทพมหานคร : บริษัทคอนซัลแทนท์ออฟเทคโนโลยีจำกัดและบริษัทวิสุทธิ คอนซัลแตนท์จำกัด.

สหกรณ์นิคมท่าแซะจำกัด. 2548. **รายงานประจำปี 2548.** ชุมพร: สำนักงานสหกรณ์นิคมท่าแซะ จำกัด.

Beierlein, J.G. and Woolverton, M.W. 1991. Agribusiness Marketing : the Management Perspective. New Jersey : Prentice Hall, Inc.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชุมรวบรวมท้องถิ่นบาลมนามนี (ลานเท หรือ Ramp)

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	เลขที่	หมู่ที่	ถนน	ตำบล	อำเภอ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
	ศิวิภาปาล์ม	102/2	10		หาดพันไกร	เมือง	01-9704891	
2	เพชรเจริญปาล์ม	2/1	9		วิสัยเหนือ	เมือง		
3	ปัทมา				บ้านนา	เมือง		
4	ปาล์มทอง (สุนันท์ หนูม่วง).	21/3	1	เพชรเกษม	บ้านนา	เมือง	01-6925601	
	หนองเนียบปาล์มทอง					เมือง	077-576021	
5	หจ.สหพลชัยน้ำมันพืช	99	14		นาสัก	สวี		
6	ลานปาล์มเพชรวิสัย							
	(น.ส. จันทนา พลารชุน)	49	8		วิสัยใต้	สวี	09-4741183	
7	บ.พูนทรัพย์อนันต์ (มะพร้าวแห้ง)	24/19	8		วิสัยใต้	สวี	09-6523733	
8	แสงทองการค้า	24	7		นาโพธิ์	สวี		
9	นายอดิสินธ์ โชคดี	124	7		นาโพธิ์	สวี		
10	ช.เกษตรภัณฑ์ (นายวิชัย สุดสวาสดิ์)	8/3	5		ครน	สวี	09-8732708	
							077-520198	
11	บุญอำนวย (นางคำนวน แดงละอุ่น)	57	2		ลรน	สวี	09-9731612	
							077-520208	
12	นางกนกพร ดีคุ้ม	5/2	1		เขาทะลุ	สวี	077-620024	
13	ไทยเพริ์ลโปรดักส์	143	4		ทุ่งตะไคร	ทุ่งตะโก		
14	โกเขียวลานปาล์ม (นายเขียว กิตยานุกรณ์)	18	2		ทุ่งตะไคร	ทุ่งตะโก	01-7102864	
15	ขาปีบลานปาล์ม (นายอภิชาติ เพ็ญสมบูรณ์)	99/9	6		ทุ่งตะไคร	ทุ่งตะโก		เยี่ยงปั๊มะลโซ
16	วรรณะลานปาล์ม	32 1	8		วังตะกอ	หลังสวน	01-3265296	
							01-2712255	ปั๊มวรรณะ
17	โก้ลานปาล์ม (นายสมปอง พรหมมา)	43	5		วังตะกอ	หลังสวน	077-581272	
18	สหกรณ์นิคมหลังสวน	14	4		หาดยาย	หลังสวน		

รายชื่อผู้รวบรวมท้องถิ่นปาล์มน้ำมัน (ลานเท หรือ Ramp)

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	เลขที่	หมู่ที่	ถนน	ตำบล	อำเภอ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
19	เอกศรีชื่นสุวรรณ	199	11		นาขา	หลังสวน	077-595072	
20	หลังสวนแรมป์ (ชนิสร เจริญพนังกุล)	105	6		บ้านควน	หลังสวน	077-505714	
							09-8829366	
21	แสงทองปาล์ม (คุณวรรณา พลวีทอง)	17	16		บ้านควน	หลังสวน	07-2811836	
22	สหกรณ์การเกษตรหลังสวน จำกัด	89/1	13		หลังสวน	หลังสวน		อนามัยนาขา
23	นายอภิชาติ เพ็ญสมบูรณ์ (ลานปาล์มกุ๊ก)	294	11		นาขา	หลังสวน	077-595211	
							09-8661777	
24	จุ๊บลานปาล์ม (คุณนดา กิตยานุกรณ์)	145	5		วังตะกอ	หลังสวน	077-582559	
25	อี๊ด ลานปาล์ม (นางอรุณี พรหมมา)	293	11		นาขา	หลังสวน	077-595111-2	
26	ลานปาล์มสมจิตวิถี (นายเรวัติ พลยังขัน)	54	11		บางน้ำจืด	หลังสวน		
27	ก่อสกุลลานปาล์ม (นายเกรียงไกร ก่อสกุล)	121	8		นาพญา	หลังสวน	01-1252202	
28	บจ.ทุ่งทองการเกษตรกรรมน้ำมันปาล์ม	121	6		บ้านควน	หลังสวน	07-2811724	
	ลานนายทอง SC ช่องสะท้อน							
29	มากแดงปาล์ม		5		วังตะกอ	หลังสวน	077-595133	
30	เอกชัยลานปาล์ม (ประทิวน้ำมันปาล์ม)		6				077-587204	ไม่ขัด
							09-8741676	
31	กิ่งแก้วลานปาล์ม	91	6		ทุ่งหลวง	ละแม		
32	สหกรณ์การเกษตรละแมจำกัด	97	2		สวนแตง	ละแม		
						ละแม		
33	สหกรณ์นิคมหลังสวน	290	2		ทุ่งหลวง	ละแม		
34	ชฎาลานปาล์ม	75	7		ละแม	ละแม	077-587281	
35	วิจิตรภัณฑ์ปาล์มออยล์		2		สวนแตง	ละแม	08137383	
36	ลานปาล์มพรสวัสดิ์ (นายวิทยา เชิญรัตนรักษ์)	179	7		ละแม	ละแม		

รายชื่อผู้รวบรวมท้องถิ่นปาล์มน้ำมัน (ลานเท หรือ Ramp)

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	เลขที่	หมู่ที่	ถนน	ตำบล	อำเภอ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
37	ลานปาล์มศิริพร	120	2		ละแม	ละแม		
38	สวนสมบูรณ์ปาล์ม	119	7		สวนแตง	ละแม	01-8948775	
39	อุทัยปาล์ม	97	2		ละแม	ละแม		
40	ลานปาล์มบ้าหิด	28	3		ทุ่งคาวัด	ละแม	077-559248	
41	ธนาพืชผล (นายพิชัย เหล่าบัณฑิต)	245	7		ละแม	ละแม	077-587195-6	
42	ธนาพืชผล สาขา 3	9	16		ทุ่งคาวัด	ละแม		
43	ลานปาล์มพรสวัสดิ์	141	6		ทุ่งคาวัด	ละแม		
44	ประเสริฐวัสดุก่อสร้าง	72	6		ละแม	ละแม	077-559069	
45	ต้นผึ้ง	147	7		ทุ่งคาวัด	ละแม	978735159	
46	ธวัชชัยลานปาล์ม	257	5		ทุ่งคาวัด	ละแม		
47	สหกรณ์การเกษตรพะโต๊ะจำกัด	1	2		พระรักษ์	พะโต๊		
48	นายบุญชิด กุมารน้อย	2	9		พะโต๊	พะโต๊		
49	ลานปาล์มคลังมณี (นายโสภณ ไสยสุวรรณ)		8		พระรักษ์	พะโต๊	01-8951349	
50	เจ๊ติ่มลานปาล์ม				พะโต๊	พะโต๊		
51	คุณวัฒนชัย แก้วกลั่น	66	14		พะโต๊	พะโต๊	077-539125	
52	นางจินตนา พูนเกษ	2-Feb	9		พะโต๊	พะโต๊	077-539124	
53	สหไทยน้ำมันพืช	274	4		หงษ์เจริญ	ท่าแซะ		
54	สหกรณ์นิคมท่าแซะ	50	13		ท่าแซะ	ท่าแซะ	077-599775	
55	สหกรณ์การเกษตรท่าแซะ จำกัด	172	15		ท่าแซะ	ท่าแซะ		
56	ลานปิงเท(นางสาวมณี ศ[illegible]พุทธ	26	6		หงษ์เจริญ	ท่าแซะ		
57	จันทึงรวยปาล์ม (นายสำรวย หารารี)		5		หินแก้ว	ท่าแซะ	9871124	
58	สหกรณ์นิคมท่าแซะ	64/1	-		หงษ์เจริญ	ท่าแซะ	09-8668673	
59	ศศิวิมล ศิริวิโรจน์	57.	17		ท่าแซะ	ท่าแซะ	09-9890598	

รายชื่อผู้รวบรวมห้องถินปาล์มน้ำมัน (ลานเท หรือ Ramp)								
ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	เลขที่	หมู่ที่	ถนน	ตำบล	อำเภอ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
60	มาลีลานปาล์ม	193	6		หินแก้ว	ท่าแซะ	08-9709178	
61	ปะระปาล์มทอง		1		สลุย	ท่าแซะ	09-8668594	
62	สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส.ชุมพรจำกัด	204	5		ทรัพย์อนันต์	ท่าแซะ	077-520251	
63	สหกรณ์การเลี้ยงปศุสัตว์ กรป.กลางชุมพรจำกัด	135	2		ทรัพย์อนันต์	ท่าแซะ	077-548015	
64	นางทองขาว ศรีจันทร์		4		ท่าแซะ	ท่าแซะ	09-8741232	
65	จำนง ลานปาล์ม		2		นากระตาม	ท่าแซะ	077-547178	
66	นางทองขาว ศรีจันทร์	44			รับร่อ	ท่าแซะ		
67	ลานเยนาปาล์ม (นายสมาน เยนา)	201	7		ท่าข้าม	ท่าแซะ		
68	ลานปาล์มครูสุ้ย (นายอนุวัฒน์ พิทักษ์รัตนะ)	7	4		รับร่อ	ท่าแซะ		
69	วิเชียรลานปาล์ม				รับร่อ	ท่าแซะ		
70	นายธีรยุทธ วิมุตตานนท์	100	5		ทรัพย์อนันต์	ท่าแซะ		
71	คุริงลานปาล์ม				คุริง	ท่าแซะ		
72	โกไข่ลานปาล์ม					ท่าแซะ		
73	ไทยรุ่งเรืองปาล์ม				ท่าแซะ	ท่าแซะ		
74	ลานปาล์มทุ่งทอง				ทรัพย์อนันต์	ท่าแซะ		
75	นายวินิจ ขาวลง	56	1		คุริง	ท่าแซะ	01-7472719	
76	หงษ์เจริญปาล์ม	18	1		หงษ์เจริญ	ท่าแซะ	01-8927498	
77	ลานปาล์มสุรศักดิ์ (สุรศักดิ์ ศรีจันทร์)	59	13		รับร่อ	ท่าแซะ	01-9566306	
78	ทุ่งปินปาล์ม 2 (สุรศักดิ์ ศรีจันทร์)	62	5		ท่าแซะ	ท่าแซะ	06-2731454	
79	ลานปาล์มภัทรพนธ์	57	3		รับร่อ	ท่าแซะ	07-2771643	
80	ลานปาล์มชุ่มเงิน (นายดนัย สุรามิตร)		14		ท่าข้าม	ท่าแซะ		
81	ชุนนุมลานปาล์ม (น.ส. พรทิพย์ ภูนิคม)	309	6		สลุย	ท่าแซะ	06-6112815	
82	เจริญ รัตนพันธ์				มาบอำมฤต	ปะทิว		

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	เลขที่	หมู่ที่	ถนน	ตำบล	อำเภอ	เบอร์โทร	หมายเหตุ
83	พิบูลย์ชัยเจริญ (นายทินกร ศิริวิโรจน์)	133	12		ดอนยาง	ปะทิว		
84	นายเมธี อันประเสริฐ				สะพลี	ปะทิว		
85	นายไพบูลย์ ลิจิตรจำ	316/1	1		ดอนยาง	ปะทิว		
86	ลานปาล์มมายทอง	201/38	1		ดอนยาง	ปะทิว	077-578519	
87	บ. ปาล์มแลนด์รับเบอร์ ทรานแซคชั่น จำกัด	29/13	13		ดอนยาง	ปะทิว	077-578225	
88	หนองเนียนปาลุ่มทอง	11/1	6		สะพลี	ปะทิว		
89	นายสมพงษ์ พลดี (พรุปริงปาล์มทอง)	40	7		สะพลี	ปะทิว		
90	นางชัชฎาภรณ์ ม่วงแดง	13	4		สองพี่น้อง	ปะทิว		
91	นางชัชฎาภรณ์ ม่วงแดง (แนนลานปาล์ม)	12	2		เขาไชยราช	ปะทิว		
92	ไพรพนาลานปาล์มลานปาล์ม	123	3		ทะเลทรัพย์	ปะทิว		
93	บางเสียบลานปาล์ม		4		บางสน	ปะทิว	01-6077325	
94	ปะระปาล์มทอง					ปะทิว		
95	ลานปาล์มทะเลทรัพย์					ปะทิว		
96	ลานปาล์มศรีสวัสดิ์	86	8		ชุมโค	ปะทิว		
97	สะพลีปาล์ม (นายประทีป จงจินากูล)	102/2	10		สะพลี	ปะทิว	077-798717	
98	บุญธรรมลานปาล์ม (นายบุญธรรม จงจินากูล)	38/1	7		ทะเลทรัพย์	ปะทิว	09-8662363	
99	ลานภูทอง (บจ. ทุ่งทองเกษตรกรรมฯ)	34/4			ทะเลทรัพย์	ปะทิว	077-591086	
100	กันยาลานปาล์ม		3		ชุมโค	ปะทิว	06-2702804	
101	ป้าน้อยลานปาล์ม	9	3		เขาไชยราช	ปะทิว	01-3705389	