

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการผลิตและการตลาดน้ำอ้อยของกลุ่มส่งเสริมการปลูกและผลิตน้ำอ้อย อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์และสภาพปัญหาการตลาดของน้ำอ้อยในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ (2) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตน้ำอ้อยก่อนและน้ำอ้อยผง (3) ศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาการผลิตและการตลาดน้ำอ้อยของกลุ่มส่งเสริมการปลูกและผลิตน้ำอ้อย อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

การศึกษาด้านการตลาดน้ำอ้อยในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ในการผลิตน้ำอ้อยปี 2546/47 มีพื้นที่ปลูกอ้อยเพื่อแปรรูป 498.5ไร่ และเกษตรกรยังได้ซื้ออ้อยมาแปรรูปเป็นจำนวน 170 ไร่ 117 ตัน ทำให้ได้ผลผลิตน้ำอ้อยประมาณ 456,720 กิโลกรัม นำรายได้เข้าสู่ชุมชนเป็นมูลค่าประมาณ 5,937,360 บาท การแปรรูปอ้อยจะเริ่มต้นในช่วงปลายเดือนตุลาคมจนถึงต้นเดือนเมษายน โดยมีพ่อค้าเข้าไปรับซื้อน้ำอ้อยที่ปางอ้อย พ่อค้าที่เข้าไปรับซื้อน้ำอ้อยมีทั้งพ่อค้าต่างถิ่นและพ่อค้าในท้องถิ่น นอกจากนั้นยังมีตัวแทนพ่อค้าได้ติดต่อสั่งซื้อน้ำอ้อยจากเกษตรกรรายใหญ่เพื่อส่งโรงงานทำซีอิ๊วในกรุงเทพฯด้วย เกษตรกรระบุว่ากรณีที่ไม่สามารถจัดจำหน่ายน้ำอ้อยได้เอง เนื่องจากเกษตรกรต้องเกี่ยวน้ำอ้อยทั้งวันและเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีรถยนต์จึงไม่สามารถนำน้ำอ้อยออกขายได้เอง ราคาน้ำอ้อยถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อซึ่งมีราคาไม่แน่นอนกล่าวคือ ในช่วงต้นฤดูการผลิตคือปลายเดือนตุลาคมจะมีราคาสูงที่สุดคือ 15 บาทต่อกิโลกรัม จากนั้นราคาน้ำอ้อยจะลดลงเป็น 13, 12, 11 บาท ตามลำดับ จนถึงช่วงกลางฤดูที่มีการผลิตน้ำอ้อยออกขายจำนวนมากมีราคาต่ำที่สุดโดยปกติประมาณ 11 บาท ราคาน้ำอ้อยก่อนและน้ำอ้อยผงเฉลี่ยกิโลกรัมละ 13 และ 12 บาท ตามลำดับ นอกจากปริมาณน้ำอ้อยมีผลต่อราคาน้ำอ้อยแล้ว คุณภาพน้ำอ้อยก็มีผลต่อราคาน้ำอ้อยเช่นกันคือน้ำอ้อยที่มีราคาดีจะต้องมีสีน้ำตาลอมเหลือง น้ำอ้อยก่อนต้องเป็นก้อนแข็งไม่เปราะหรือแตกง่าย ด้านการแข่งขันในตลาดน้ำอ้อยพบว่า ปัจจุบันนอกจากมี การผลิตที่อำเภอพร้าวแล้ว ยังพบว่ามีการผลิตน้ำอ้อยในจังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปางและจังหวัดสุโขทัย ทำให้พ่อค้าต่างถิ่นที่เข้าไปรับซื้อน้ำอ้อยในอำเภอพร้าว เข้ามารับซื้อน้ำอ้อยน้อยลง

สภาพปัญหาการตลาดน้ำอ้อยสืบเนื่องมาจากราคาของน้ำอ้อยถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อ เพราะเกษตรกรยังไม่สามารถเก็บน้ำอ้อยเพื่อตรึงราคาไว้ได้ เนื่องจากมีการผลิตน้ำอ้อยทุกวันจึงทำให้เกษตรกรไม่มีที่เก็บน้ำอ้อยและไม่สามารถเก็บน้ำอ้อยให้คงคุณภาพเดิมได้ เพราะหากเก็บน้ำอ้อยไว้นานสีของน้ำอ้อยคล้ำลง ทำให้มีราคาต่ำกว่าราคาปกติ ปัญหาการแข่งขันด้านการตลาด

เนื่องมีการผลิตน้ำอ้อยมากขึ้นในจังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปางและที่จังหวัดสุโขทัยมีราคาถูกกว่าและคุณภาพดีกว่าน้ำอ้อยที่ผลิตในอำเภอพร้าว พบว่ามีพ่อค้าเข้ามารับซื้อน้ำอ้อยในอำเภอพร้าวน้อยลงเกษตรกรเกิดความวิตกกังวลเกรงว่าจะไม่มีพ่อค้ามารับซื้อ จึงต้องรีบขายน้ำอ้อยให้กับพ่อค้าในราคาถูกกว่าราคาในขณะนั้น ปัญหาอีกปัญหาหนึ่งคือกรณีที่เกษตรกรมองว่าราคาน้ำอ้อยโดยภาพรวมนั้นมีราคาถูก แต่ไม่เคยคิดต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตน้ำอ้อย จึงไม่ทราบว่าจะแท้จริงแล้วต้นทุนและผลตอบแทนน้ำอ้อยเป็นเท่าใด จึงนำไปสู่การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตน้ำอ้อย

ผลการศึกษาต้นทุนการผลิตน้ำอ้อยพบว่า ปัจจุบันเกษตรกรได้มีการผลิตน้ำอ้อย 2 รูปแบบคือน้ำอ้อยก้อนและน้ำอ้อยผง โดยต้นทุนการทำน้ำอ้อยผงจะน้อยกว่าน้ำอ้อยก้อนเล็กน้อย เนื่องจากต้องใช้ไม้แบบพิมพ์ แต่ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แต่ต้นทุนการนำอ้อยที่เห็นความแตกต่างกันอย่างชัดเจนคือต้นทุนของอ้อยที่ใช้แปรรูปในแต่ละที่มา พบว่าอ้อยที่นำมาผลิตน้ำอ้อยก้อนที่มาจากอ้อยที่เกษตรกรปลูกในที่ดินตนเองมีต้นทุนต่ำที่สุดคือ 8,525.54 บาทต่อไร่ รองลงมาได้แก่อ้อยที่ซื้อเป็นไร่ 8,774.78 บาทต่อไร่ อ้อยที่ปลูกในที่ดินเช่า 8,984.77 บาทต่อไร่และอ้อยที่มีต้นทุนสูงที่สุดคืออ้อยที่ซื้อเป็นตัน มีต้นทุนอยู่ที่ 9,458.85 บาทต่อไร่ ส่วนต้นทุนการผลิตน้ำอ้อยผงนั้นมีความแตกต่างในที่มาของอ้อยเช่นกัน โดยการผลิต น้ำอ้อยผงจากอ้อยที่ปลูกในที่ดินตนเองมีต้นทุนต่ำที่สุดคือ 8,425.54 บาทต่อไร่ รองลงมาได้แก่อ้อยที่ซื้อเป็นไร่ 8,674.78 บาทต่อไร่ อ้อยที่ปลูกในที่ดินเช่า 8,884.77 บาทต่อไร่และอ้อยที่มีต้นทุนสูงที่สุดคืออ้อยที่ซื้อเป็นตัน มีต้นทุนอยู่ที่ 9,358.85 บาทต่อไร่ การแปรรูปอ้อยนั้น ไม่มีแบบแผนที่แน่นอนในการใช้อุปกรณ์ เกษตรกรแต่ละครัวเรือนมีการเลือกใช้อุปกรณ์ที่หลากหลาย ทำให้ต้นทุนการผลิตน้ำอ้อยมีความหลากหลายด้วย ในการคิดต้นทุนดังกล่าวข้างต้นเป็นการเลือกแบบแผนที่เกษตรกรส่วนใหญ่มาคิด ด้านผลตอบแทนการผลิตน้ำอ้อยพบว่า มีเพียงการผลิตน้ำอ้อยก้อนจากอ้อยที่ปลูกในที่ดินตนเองเท่านั้นที่มีผลตอบแทนเป็นบวกคือ มีกำไรอยู่ที่ 210.46 บาทต่อไร่ ส่วนการผลิตน้ำอ้อยก้อนจากอ้อยที่ปลูกในที่ดินเช่า อ้อยที่ซื้อเป็นไร่และอ้อยที่ซื้อเป็นตันนั้นล้วนแต่มีผลตอบแทนเป็นลบคือ เกษตรกรต้องขาดทุนจากการผลิตน้ำอ้อย ในการผลิตน้ำอ้อยผงก็เช่นเดียวกันพบว่า การผลิตน้ำอ้อยผงมีผลตอบแทนเป็นลบเช่นกัน

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรเห็นว่าการผลิตน้ำอ้อยมีต้นทุนสูง ดังนั้นเกษตรกรจึงได้เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาการผลิตของกลุ่มส่งเสริมการปลูกและผลิตน้ำอ้อยอำเภอพร้าว โดยการหาอ้อยพันธุ์ใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับพื้นที่และเหมาะกับการผลิตน้ำอ้อย รวมทั้งการนำวิธีการปลูกอ้อยที่ถูกต้องมาใช้แทนการปลูกอ้อยโดยวิธีที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษเพื่อเพิ่มผลผลิต การลดต้นทุนการผลิตโดยการรวบรวมกันซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกและแปรรูปอ้อยและช่วยเหลือให้คำปรึกษากันในเรื่องการทำน้ำอ้อยให้มีคุณภาพดีที่พ่อค้าต้องการ ด้านแนวทางแก้ปัญหาการตลาด เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเห็นร่วมกันว่าการมีกลุ่มมีประโยชน์ต่อราคาน้ำอ้อยทั้งในรูปแบบและนามธรรม เนื่องจากการอ้างชื่อกลุ่มสามารถต่อรองราคากับพ่อค้าได้บ้าง นอกจากนั้นยังมีความคิดจัดการด้านตลาดอย่างที่เคย

ทดลองทำ แต่ต้องรอให้มีความพร้อมในด้านการจัดการ สถานที่เก็บรวบรวมผลผลิตและงบประมาณก่อน จากการทดลองขายปลีกทำให้เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มได้แนวทางการตลาดอีกแนวทางหนึ่ง โดยร่วมกับกลุ่มแม่บ้านคัดเลือกบรรจุกัญหที่ที่เหมาะสมแล้วนำไปจำหน่ายในรูปของฝากของที่ระลึกได้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พบว่า เงื่อนไขสำคัญของปัญหาการตลาด ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร

เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาดำและไม่ค่อยมีโอกาสในการรับรู้ข่าวสารด้านการตลาด จึงทำให้ไม่สามารถต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง ทำให้ถูกเอาเปรียบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไพฑูรย์ (2541) ที่ได้กล่าวว่า เกษตรกรมีความรู้และมีโอกาสได้รับความรู้ด้านการตลาดน้อย มีฐานะทางเศรษฐกิจและอำนาจต่อรองในตลาดต่ำ ถึงแม้ว่าเกษตรกรจะทราบต้นทุนการผลิตน้ำอ้อยที่ค่อนข้างสูงแล้ว แต่เกษตรกรก็ยังคงต้องผลิตน้ำอ้อย เนื่องจากเกษตรกรอายุมากแล้วไม่รู้จักไปทำงานอะไรได้อีก อีกทั้งอุปกรณ์การผลิตน้ำอ้อยก็มีอยู่แล้ว จึงยังคงต้องทำน้ำอ้อยต่อไป และด้วยเหตุที่เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมากและขาดลูกหลานสืบทอด ทำให้อาชีพการทำน้ำอ้อยมีแนวโน้มลดลงในอนาคต เนื่องจากการทำน้ำอ้อยเป็นงานหนัก หากมีอายุมากขึ้นคงต้องหยุดทำ

2. การศึกษาต้นทุนการผลิต

ด้านการตลาด ราคาน้ำอ้อยที่ไม่แน่นอน ในช่วงต้นฤดูการผลิตมีราคาสูงจากนั้นก็ค่อยลดลงและมีราคาต่ำที่สุดในช่วงกลางฤดูที่มีปริมาณน้ำอ้อยมาก มีความสอดคล้องกับกับแนวคิดของกองส่งเสริมธุรกิจเกษตร (2534) ที่ว่าปริมาณสินค้า(ผลผลิต) ถ้ามากเกินไปความต้องการของตลาดราคาของสินค้านั้นก็จะตก แต่ถ้าปริมาณสินค้านั้นน้อยความต้องการตลาดมีมากราคาก็จะสูง ดังนั้นช่วงเวลาที่เกิดผลผลิตออกสู่ตลาดมีความสำคัญ ถ้าเกษตรกรรายใดสามารถผลิตสินค้าได้ก่อนหรือฤดูการผลิต เกษตรกรรายนั้นก็จะสามารถขายสินค้าได้ราคาดีขึ้น นอกจากนี้การที่เกษตรกรที่ผลิตน้ำอ้อยก่อนนำปูนขาวมาใส่น้ำอ้อยเพื่อให้ น้ำอ้อยแข็งตัวดีและการใส่สารฟอสเฟตเพื่อปรับสีน้ำอ้อยให้มีสีที่ตลาดต้องการ และการผลิตน้ำอ้อยผงโดยใส่โซเดียมไบคาร์บอเนตเพื่อให้น้ำอ้อยเป็นเกล็ดสวย ง่ายต่อการบดนั้น เป็นการนำเทคโนโลยีด้านการแปรรูป เพื่อทำให้น้ำอ้อยมีคุณภาพดังที่ตลาดต้องการและมีราคาดี

3. การศึกษาด้านการตลาด

การที่น้ำอ้อยที่ผลิตในจังหวัดสุโขทัยมีราคาถูกกว่าที่อื่นนั้น เนื่องจากเกษตรกรได้คิดต้นทุน จึงสามารถกำหนดราคาขายน้ำอ้อยได้และสามารถขายได้ในราคาที่ถูกลงกว่าน้ำอ้อยจากที่อื่น และที่เกษตรกรสามารถขายน้ำอ้อยได้ในราคาเดียวตลอดฤดู เนื่องจากเกษตรกรทั้งหมดได้ตกลงร่วมกันที่จะ

ขายน้ำอ้อยในราคาเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับการรวมกลุ่มที่ว่า การรวมกลุ่มทำให้มีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจ แต่เกษตรกรในอำเภอพร้าว นั้นขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งจึงไม่สามารถต่อรองราคาตามที่เกษตรกรที่สุโขทัยทำได้

5.3 ปัญหาและอุปสรรคในการทำการวิจัย

1. สมาชิกในกลุ่มยังไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินการกลุ่มอย่างจริงจัง เช่น ขาดการประชุม ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น เมื่อแกนนำพูดอย่างไรก็ว่าตามกัน
2. สมาชิกในกลุ่มมักรอให้คนภายนอกมาช่วยเหลือตนมากกว่าการที่จะฝึกช่วยเหลือตนเอง

5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. เนื่องจากต้นทุนการผลิตน้ำอ้อยที่สูง เกษตรกรจึงควรรวบรวมกันซื้อปัจจัยการผลิต เนื่องจาก การซื้อวัสดุอุปกรณ์จำนวนมากจะสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลงกว่าราคาปกติ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง รวมทั้งเลือกใช้อุปกรณ์และวิธีการผลิตที่มีต้นทุนต่ำ
2. เกษตรกรควรศึกษาข้อมูลด้านการตลาดน้ำอ้อย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจว่าจะผลิตน้ำอ้อยออกมาขายเมื่อใด ที่จะสามารถขายน้ำอ้อยให้ได้ราคาดี
3. หน่วยงานเกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลให้ความช่วยเหลือเกษตรกร เช่น เจ้าหน้าที่เกษตรตำบลควรช่วยประสานงานระหว่างเกษตรกรกับศูนย์วิจัยพืชไร่นานวัตกรรมในการหาพันธุ์อ้อยที่เหมาะสมและให้ความรู้ในการปลูกอ้อย ด้านการแปรรูปและการเก็บรักษาผลผลิตน้ำอ้อยควรประสานงานกับนักวิชาการเพื่อศึกษาวิจัยให้สามารถเก็บรักษาผลผลิตไว้ได้นานขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนให้น้ำอ้อยเป็นสินค้าชุมชน

5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยต่อเนื่องเพื่อพัฒนาการจัดการของเกษตรกรอย่างมีส่วนร่วมทั้งด้านการผลิตและการตลาดน้ำอ้อยไปพร้อมๆ กัน
2. ควรมีการศึกษาการตลาดของเกษตรกรที่ผลิตน้ำอ้อยในจังหวัดสุโขทัย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับที่อำเภอพร้าว
3. ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เกษตรกรได้เก็บตัวเลขรายรับรายจ่ายของตนเอง

4. ควรมีการวิจัยถึงรูปแบบการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำน้ำอ้อยในลักษณะความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อถ่ายทอดให้กับเยาวชนรุ่นหลังให้ภูมิปัญญาการทำน้ำอ้อยนี้คงอยู่ต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved