OAE9

การศึกษาการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (๓๑)









สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 9
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรเลขที่ 115
พฤษภาคม 2569

REGIONAL OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS 9
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERRATIVES
AGRICULTURE ECONOMICS RESEARCH NO 115
MAY 2026

การศึกษาการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

โดย

ส่วนวิจัยและประเมินผล
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 9
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต ต้นทุนการตลาด วิถีการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาด โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรด้วยวิธีการสำมะโน (Census) 31 ราย ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 24 ราย ในปี 2567 โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ยและร้อยละ

ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตพริกไทยสดเฉลี่ย 69,217.77 บาทต่อไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 919.17 กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นต้นทุนเฉลี่ย 75.30 บาทต่อกิโลกรัม และขายได้เฉลี่ย 90.00 บาทต่อกิโลกรัม มีกำไรเฉลี่ย 14.70 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งค่อนข้างต่ำ เกษตรกรจึงนิยมแปรรูปเป็นพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง เพื่อเพิ่มมูลค่า โดยพริกไทยดำมีต้นทุนเฉลี่ย 402.90 บาทต่อกิโลกรัม ราคาขายเฉลี่ย 640.88 บาทต่อกิโลกรัม กำไรสุทธิเฉลี่ย 237.98 บาทต่อกิโลกรัม พริกไทยขาวมีต้นทุนเฉลี่ย 787.98 บาทต่อกิโลกรัม ราคาขายเฉลี่ย 1,270.43 บาทต่อกิโลกรัม มีกำไรสุทธิเฉลี่ย 482.45 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนพริกไทยแดงมีราคาเฉลี่ยสูงที่ 2,181.19 บาทต่อกิโลกรัม กำไรสุทธิเฉลี่ยสูงที่สุด 1,694.54 บาทต่อกิโลกรัม โดยพริกไทยดำเป็นสินค้าหลัก แปรรูปง่าย ต้นทุนต่ำ ความเสี่ยงน้อย มีตลาดรองรับขนาดใหญ่ที่มีความต้องการต่อเนื่อง ส่วนพริกไทยขาวและพริกไทยแดงมีขั้นตอนการผลิตซับซ้อน ต้นทุนและความเสี่ยงสูงกว่า เป็นสินค้าตลาดเฉพาะ (Niche Market)

ผลการศึกษาวิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาด พบว่า พริกไทยดำจำหน่ายให้ผู้รวบรวมในจังหวัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.13 พริกไทยขาวจำหน่ายให้ผู้รวบรวมในจังหวัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.39 ส่วนพริกไทยแดงจำหน่ายให้ร้านอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.33 โดยเกษตรกรใช้การแปรรูปและการจำหน่ายหลายช่องทางเพื่อกระจายความเสี่ยง ในส่วนของส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง กรณีเกษตรกรจำหน่ายให้กับผู้รวบรวมในจังหวัดเพื่อส่งต่อไปยังร้านอาหาร พบว่า ผู้รวบรวมมีส่วนเหลื่อมการตลาดคิดเป็นร้อยละ 51.18, 42.53 และ 51.01 ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 39.75, 21.79 และ 14.20 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและส่งเสริมการตลาด กรณีจำหน่ายผ่านผู้รวบรวมและพ่อค้าปลีกไปยังผู้บริโภค พบว่า พ่อค้าขายปลีกมีส่วนเหลื่อมการตลาดร้อยละ 37.46, 35.52 และ 36.66 ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดร้อยละ 8.64, 6.23 และ 6.66 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายด้านบรรจุภัณฑ์และการแปรรูป

ข้อเสนอแนะ หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนเกษตรกรด้านเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปหลังการเก็บเกี่ยว จัดหาเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม และเป็นหน่วยงานกลางในการจับคู่ธุรกิจระหว่างเกษตรกร และผู้ประกอบการ และบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนให้แก่ห่วงโซ่อุปทานพริกไทยในระยะยาว

คำสำคัญ : จังหวัดตรัง พริกไทยพันธุ์ปะเหลียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พริกไทยดำ พริกไทยขาว พริกไทยแดง

Abstract

"A Study on Production and Marketing of GI-Certified Palian Pepper in Trang Province" aimed to examine the production costs and returns, marketing costs, marketing channels, and marketing margins. Data were collected through census-based interviews with 31 farmers and purposive sampling of 24 entrepreneurs and relevant government agencies in 2024, using structured questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics, including means, percentages, and standard deviation.

The study revealed that farmers incurred an average fresh pepper production cost of 69,217.77 baht per rai, with an average yield of 919.17 kilograms per rai, equivalent to an average cost of 75.30 baht per kilogram. The average selling price was 90.00 baht per kilogram, yielding an average profit of 14.70 baht per kilogram, which was relatively low. Consequently, farmers preferred to process fresh pepper into black, white, and red pepper to enhance its value. Black pepper had an average production cost of 402.90 baht per kilogram, an average selling price of 640.88 baht per kilogram, and an average net profit of 237.89 baht per kilogram. White pepper had an average production cost of 787.98 baht per kilogram, an average selling price of 1,270.43 baht per kilogram, and an average net profit of 482.45 baht per kilogram. Red pepper commanded the highest average price at 2,181.19 baht per kilogram, with the highest average net profit of 1,694.54 baht per kilogram. Black pepper remained the primary product due to its ease of processing, low production cost, minimal risk, and access to a large market with sustained demand, whereas white and red pepper involved more complex production processes, higher costs and risks, and were positioned as niche market products.

Regarding marketing channels, marketing costs, and marketing margins, the study found that black pepper was most commonly sold to local collectors, accounting for 46.13 percent, while white pepper was similarly sold most to local collectors at 56.39 percent. Red pepper was predominantly sold to restaurants, representing 36.33 percent. Farmers employed multiple processing and distribution channels to diversify risk. In terms of marketing margins, for the channel in which farmers sold to local collectors who subsequently supplied restaurants, collectors' marketing margins were 51.18, 42.53, and 51.01 percent for black, white, and red pepper, respectively, with marketing expenses accounting for 39.75, 21.79, and 14.20 percent, respectively, primarily comprising operational and marketing promotion costs. For the channel in which products were sold through collectors and retailers to consumers, retailers' marketing margins were 37.46, 35.52, and 36.66 percent for black, white, and red pepper, respectively, with marketing expenses of 8.64, 6.23, and 6.66 percent, respectively, consisting mainly of packaging and processing costs.

The study recommends that the government agencies should provide farmers with support in production technology and post-harvest processing, facilitate access to low-interest financing, promote farmer group integration, and strengthen business matching between farmers and entrepreneurs. In addition, integrated collaboration among government agencies, academic institutions, and the private sector should be promoted to enhance competitiveness and ensure the long-term sustainability of the Palian pepper supply chain.

Keywords: Palean pepper, Geographical Indication (GI), Cost and returns, Marketing

คำนำ

การศึกษาการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดของเกษตรกร ซึ่งพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนเป็นพริกไทยพื้นบ้านของจังหวัดตรัง ที่มีประวัติยาวนานกว่า 100 ปี ด้วยเอกลักษณ์ด้านรสชาติ กลิ่น และคุณค่าทางโภชนาการ ปัจจุบันได้รับการยอมรับและพัฒนาการปลูก การแปรรูปเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างรายได้ให้เกษตรกร โดยการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลให้กับเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดของพริกไทยได้อย่างเหมาะสมต่อไป

นักวิจัยขอขอบคุณเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตรังและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ได้สละเวลาอนุเคราะห์ข้อมูลและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่เกษตรกร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน และผู้ที่สนใจต่อไป

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 9
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
พฤษภาคม 2569

สารบัญ

บทคัดย่อ	ค
Abstract	จ
คำนำ	ช
สารบัญ	ฌ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.5 วิธีการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี	**7**
2.1 การตรวจเอกสาร	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	16
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป	**23**
3.1 สถานการณ์พริกไทยในตลาดโลก	23
3.2 สถานการณ์พริกไทยในประเทศไทย	31
3.3 สถานการณ์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนของจังหวัดตรัง	35
3.4 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน	36
3.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง	48
บทที่ 4 ผลการศึกษา	**51**
4.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังของเกษตรกร	51
4.2 วิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังของเกษตรกร	70
4.3 ปัญหาด้านการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง	93
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	**94**
5.1 สรุปผลการศึกษา	94
5.2 ข้อเสนอแนะ	98
บรรณานุกรม	**101**

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.1 เนื้อที่ให้ผล ของประเทศผู้ผลิตพริกไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 – 2566 24
ตารางที่ 3.2 ปริมาณผลผลิต ของประเทศผู้ผลิตพริกไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 – 2566 25
ตารางที่ 3.3 ปริมาณผลผลิตพริกไทยต่อไร่ ของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 – 2566 26
ตารางที่ 3.4 ประเทศผู้ส่งออกพริกไทยดำ ปี 2567 28
ตารางที่ 3.5 ประเทศผู้นำเข้าพริกไทยดำ ปี 2567 29
ตารางที่ 3.6 การบริโภคพริกไทยดำต่อหัว ปี 2567 31
ตารางที่ 3.7 พื้นที่ปลูก และปริมาณผลผลิตพริกไทยของประเทศไทย ปี 2559 – 2568 32
ตารางที่ 3.8 การส่งออกพริกไทยของประเทศไทย ปี 2564 - 2568 33
ตารางที่ 3.9 การนำเข้าพริกไทยของประเทศไทย ปี 2564 - 2568 34
ตารางที่ 3.10 ราคาส่งออก F.O.B ปี 2564 - 2568 34
ตารางที่ 3.11 พื้นที่ปลูก และปริมาณผลผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังรายอำเภอ ปี 2568 35
ตารางที่ 3.12 ลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 36
ตารางที่ 3.13 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน 37
ตารางที่ 3.14 ประสบการณ์ในการทำการเกษตร 39
ตารางที่ 3.15 ข้อมูลการถือครองที่ดิน และลักษณะสวน 40
ตารางที่ 3.16 ข้อมูลการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 42
ตารางที่ 3.17 ปริมาณการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งตามช่วงอายุ ปี 2567 43
ตารางที่ 3.18 ปริมาณการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งตามอำเภอ ปี 2567 44
ตารางที่ 3.19 ตารางแสดงการจำหน่าย และลักษณะการจำหน่าย 46
ตารางที่ 3.20 ช่องทางการจำหน่ายพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังของเกษตรกร 47
ตารางที่ 3.21 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 49
ตารางที่ 3.22 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 50
ตารางที่ 4.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 1 ปี 54
ตารางที่ 4.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 2 ปี 57
ตารางที่ 4.3 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงให้ผลผลิต อายุ 3-4 ปี 59
ตารางที่ 4.4 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงให้ผลผลิต อายุ 5-7 ปี 61
ตารางที่ 4.5 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงให้ผลผลิต อายุ 8 ปี ขึ้นไป 63
ตารางที่ 4.6 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 66
ตารางที่ 4.7 ต้นทุนการผลิตพริกไทยแห้งแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 69
ตารางที่ 4.8 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยดำของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายยังร้านอาหาร 83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.9 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยดำของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค 85
ตารางที่ 4.10 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยขาว ของพ่อค้า/ผู้รวบรวม เพื่อจำหน่ายไปยังร้านอาหาร 86
ตารางที่ 4.11 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยขาว ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค 88
ตารางที่ 4.12 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยแดง ของพ่อค้า/ผู้รวบรวม เพื่อจำหน่ายไปยังร้านอาหาร 90
ตารางที่ 4.13 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยแดง ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค 92

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย 4
ภาพที่ 4.1 วิถีการตลาดพริกไทยดำพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 73
ภาพที่ 4.2 วิถีการตลาดพริกไทยขาวพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 76
ภาพที่ 4.3 วิถีการตลาดพริกไทยแดงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง 80

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

พริกไทย (Piper nigrum L.) เป็นพืชเครื่องเทศที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมีถิ่นกำเนิดทางตอนใต้ของอินเดีย เป็นเครื่องเทศในอุตสาหกรรมอาหารและสมุนไพร ใช้ทั้งในด้านอาหารและการแพทย์มาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพริกไทยดำ (Black Pepper) ที่ได้รับสมญานามว่า "ราชาแห่งเครื่องเทศ" (King of Spices) พริกไทยมีประโยชน์ทางสุขภาพ ประกอบไปด้วยกลุ่มสารพฤกษเคมีหลายชนิด (อารยา ข้อค้า, 2560) สารสกัดจาก Piper nigrum L. และสารไพเพอรีนแสดงฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรีย ต้านการอักเสบ และต้านอนุมูลอิสระที่สำคัญ ไพเพอรีนสามารถยับยั้งเชื้อแบคทีเรียแกรมบวก เช่น Staphylococcus aureus และ Bacillus subtilis ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งยับยั้งเชื้อแบคทีเรียแกรมลบ เช่น Salmonella spp. และ Proteus mirabilis โดยมีฤทธิ์ทางชีวภาพสำคัญหลายด้าน (Alves, F.S. et al., 2023) ประโยชน์ของพริกไทยดำและสารไพเพอรีน ยังป้องกันและบรรเทาภาวะแทรกซ้อนทางเมตาบอลิซึม มีประสิทธิภาพในการปรับปรุงไขมันในเลือด โดยลดระดับคอเลสเตอรอลรวม LDL-cholesterol และไตรกลีเซอไรด์ในผู้ที่มีน้ำหนักเกิน พริกไทยจึงมีศักยภาพในฐานะโภชนเภสัช (nutraceutical) (Alkhatib, A. et al., 2023) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากอาหารหรือแหล่งธรรมชาติ มีประโยชน์ทางโภชนาการสูงและมีสรรพคุณทางยามีคุณค่าทางสุขภาพ

จากข้อมูลของ International Pepper Community พบว่า ผลผลิตพริกไทยโลกมีประมาณ 550,000–600,000 ตันต่อปี โดยเวียดนามเป็นผู้ผลิตรายใหญ่สุดคิดเป็นร้อยละ 34–52 ของผลผลิตโลก รองลงมาคือ อินโดนีเซีย บราซิล และอินเดีย พริกไทยเป็นสินค้าที่ราคามีความผันผวนสูงมาก เช่น ราคาส่งออกในประเทศอินเดียสูงกว่าราคาระดับฟาร์ม 3-4 เท่า ในขณะที่พริกไทยกัมปอต (Kampot Pepper) ของกัมพูชา ซึ่งเป็นพริกไทยที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) มีราคาสูงกว่าพริกไทยทั่วไป 3-5 เท่า ตลาดพริกไทยโลกมีมูลค่าประมาณ 6,100–6,400 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2568 และมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยประมาณ 4.1% ต่อปี และความต้องการพริกไทยอินทรีย์และที่ผ่านการรับรอง Fair Trade เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (IPC, 2025) สำหรับประเทศไทย จากข้อมูลปี 2567 พบว่า มีเนื้อที่ปลูก 582 ไร่ เนื้อที่ ให้ผล 575 ไร่ ผลผลิต 261 ตัน และผลผลิตเฉลี่ย 454 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งมีปริมาณเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณการนำเข้าพริกไทยที่ 6,938 ตันต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่า 1,596 ล้านบาท โดยแหล่งผลิตพริกไทยที่สำคัญอยู่ในจังหวัดจันทบุรี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) นอกจากนี้ยังมีบางจังหวัด ปลูกพริกไทยประจำถิ่น โดยเฉพาะพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง มีพริกไทยที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่สำคัญ เช่น พริกไทยพันธุ์สุไหงอุเปจังหวัดสตูล และพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน จังหวัดตรัง เป็นต้น

พริกไทยพันธุ์ปะเหลียน เป็นพริกไทยพันธุ์พื้นบ้านที่มีการปลูกมาอย่างยาวนานกว่า 100 ปี อดีตเคยเป็นสินค้าส่งออกสำคัญในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นที่ยอมรับในตลาดยุโรปในชื่อ “Trang Pepper” และได้รับการอนุรักษ์และปลูกสืบต่อกันมาในบางพื้นที่ของจังหวัดตรัง ด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากพริกไทยแหล่งอื่น ด้านรสชาติเผ็ดร้อนกำลังดี กลิ่นหอมเฉพาะตัว เมล็ดเล็ก ช่อแน่น ไม่มีกลิ่นสาป เมื่อทำพริกไทยแห้ง มีรสเผ็ดร้อนโดยไม่แทรกรสขม มีปริมาณกรดไขมัน Gamma-Linolenic Acid -GLA เป็นกรดไขมันที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและความงาม

และกัมปอตของกัมพูชา รวมถึงสามารถสร้างเครื่องหมายทางพันธุกรรมเพื่อใช้ยืนยันสายพันธุ์ได้อย่างแม่นยำ (กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข, 2566; สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดตรัง, 2566) ในปี 2563 พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และในปี 2567 เกษตรกรได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ทั้งหมดจำนวน 35 ราย (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง, 2567) จังหวัดตรังมีเนื้อที่ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนประมาณ 200 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 149 ไร่ ผลผลิต 61.37 ตัน ผลิตพริกไทยดำได้เฉลี่ย 412 กิโลกรัมต่อไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดตรัง,2568) โดยเมื่อเทียบราคาพริกไทยดำจังหวัดจันทบุรีแบบเม็ด 227 บาทต่อกิโลกรัม ราคาพริกไทยขาวชนิดเม็ด 329 บาทต่อกิโลกรัม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) ในขณะที่พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนมีราคาจำหน่ายพริกไทยดำชนิดเม็ด 350-700 บาทต่อกิโลกรัม พริกไทยขาวชนิดเม็ด 800-1,500 บาทต่อกิโลกรัม พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจึงเป็นสินค้าที่เกษตรกรจังหวัดตรังให้ความสำคัญและปลูกมากขึ้น เพื่อเป็นรายได้เสริมในสวนยางพารา อย่างไรก็ตามราคาที่สูงกระตุ้นให้เกิดความต้องการผลิตมาก จังหวัดตรังจึงได้มีการส่งเสริมและพัฒนาการปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตการตลาดและคุณภาพของพริกไทย รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์พริกไทย ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในแผนแม่บทด้านการเกษตรการสร้างมูลค่าจากสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และนโยบายสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้แก่ การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดตรัง, 2566) นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม โดยมีการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน เช่น ขนมพริกไทย ชาพริกไทย และท๊อฟฟี่พริกไทย เป็นต้น รวมถึง มีการยกระดับพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนด้วยห่วงโซ่คุณค่าใหม่ภายใต้แผน Seed to Plate เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการท้องถิ่นบนฐานทรัพยากรพื้นถิ่น และส่งเสริมให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจพริกไทยได้อย่างยั่งยืน (สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 2566) ดังนั้น การฟื้นฟูและอนุรักษ์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนที่เกือบจะสูญหายไปในช่วงที่มีการเปลี่ยนไปปลูกยางพารา จะทำให้พันธุ์ดั้งเดิมอันทรงคุณค่านี้คงอยู่เป็นมรดกทางภูมิปัญญาและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอยู่คู่ชุมชน

แม้พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจะมีการปลูกมาอย่างยาวนาน แต่เพิ่งได้รับความสนใจในช่วงเวลาเพียงไม่กี่ปีมานี้ ส่งผลให้ข้อมูลยังขาดความชัดเจน รวมถึงเกษตรกรยังขาดการวางแผนและการจัดการผลผลิต อาจมีการประเมินต้นทุนในรูปแบบที่ไม่ครบถ้วนหรือมองข้ามต้นทุนที่แท้จริง ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้การวางแผนและการผลิตไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 9 ในฐานะหน่วยงานหลักที่ศึกษาวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรระดับพื้นที่ เห็นถึงความสำคัญของพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงทำการศึกษาข้อมูลด้านเศรษฐกิจการผลิตและการตลาด เพื่อเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหน่วยงานเอกชน เกษตรกร และ ผู้สนใจ นำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1) เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกรในการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2) เพื่อศึกษาวิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดของพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1) ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน จังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในพื้นที่จังหวัดตรัง

2) พื้นที่ที่ศึกษา จังหวัดตรัง

3) ระยะเวลาข้อมูล ปีการผลิต 2566/2567

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตเฉพาะเจาะจง โดยคุณภาพหรือเอกลักษณ์ของสินค้านั้น เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2566)

ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย หมายถึง ตราของกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่ออกให้แก่ ผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งอยู่ในแหล่งผลิตดังกล่าว หรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคและมิให้สาธารณชนสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า ว่าเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ได้รับขึ้นทะเบียนไว้ โดยจะต้องมีการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานและแผนการควบคุมพร้อมทั้งปฏิบัติตามคู่มือและแผนการควบคุมนั้นแล้ว (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2566)

พริกไทยตรัง (Trang Pepper) หมายถึง พริกไทยอ่อน พริกไทยแห้งชนิดเม็ด และป่น ซึ่งผลิตจากพริกไทยสายพันธุ์พื้นเมือง (ปะเหลียน) ที่มีรสชาติเผ็ดร้อน กลิ่นฉุนเป็นเอกลักษณ์ ปลูกและแปรรูปในเขตพื้นที่จังหวัดตรัง โดยมี 2 ลักษณะ คือ ยอดแดง และยอดม่วง (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง, 2566)

พริกไทยสด หมายถึง พริกไทยทั้งช่อที่มีทั้งผลดิบ (สีเขียว) และผลสุก (สีแดง) ที่ยังอยู่บนช่อ

พริกไทยดำ (Black Pepper) หมายถึง พริกไทยดำชนิดเม็ด ผลิตจากพริกไทยดิบหรือเริ่มสุกเล็กน้อย (พริกไทยสดสีเขียว) นำมาตากแดดหรืออบให้เม็ดแห้ง มีลักษณะ เป็นเม็ดกลม เปลือกนอกสีน้ำตาลเข้มเกือบดำ ผิวเปลือกมีรอยย่น กลิ่นหอมเย็น มีรสชาติเผ็ดร้อน

พริกไทยขาว (White Pepper) หมายถึง พริกไทยขาวชนิดเม็ด ผลิตจากพริกไทยที่แก่จัด (พริกไทยสดสีแดง) นำมาทำให้เปลือกหลุดออก แล้วนำไปตากแดด หรืออบให้เม็ดแห้ง มีลักษณะเป็นเม็ดกลม สีขาวอมเทา ผิวเรียบ มีรอยเส้นตามยาว กลิ่นหอมเย็น มีรสชาติเผ็ดร้อนลึก ๆ

พริกไทยแดง (Red Pepper) หมายถึง พริกไทยแดงชนิดเม็ด ผลิตจากพริกไทยที่แก่ (พริกไทยสดสีแดง หรือส้มแดง) นำมาตากแดดหรืออบแห้งในอุณหภูมิที่ต่ำหรือผ่านกระบวนการอื่น ๆ เพื่อคงให้เม็ดแห้งยังมีความเป็นสีแดง มีลักษณะเป็นเม็ดกลม สีแดง ผิวเรียบ มีรอยเส้นตามยาว กลิ่นหอมหวาน มีรสชาติเผ็ดนุ่ม กว่าพริกไทยดำและพริกไทยขาว

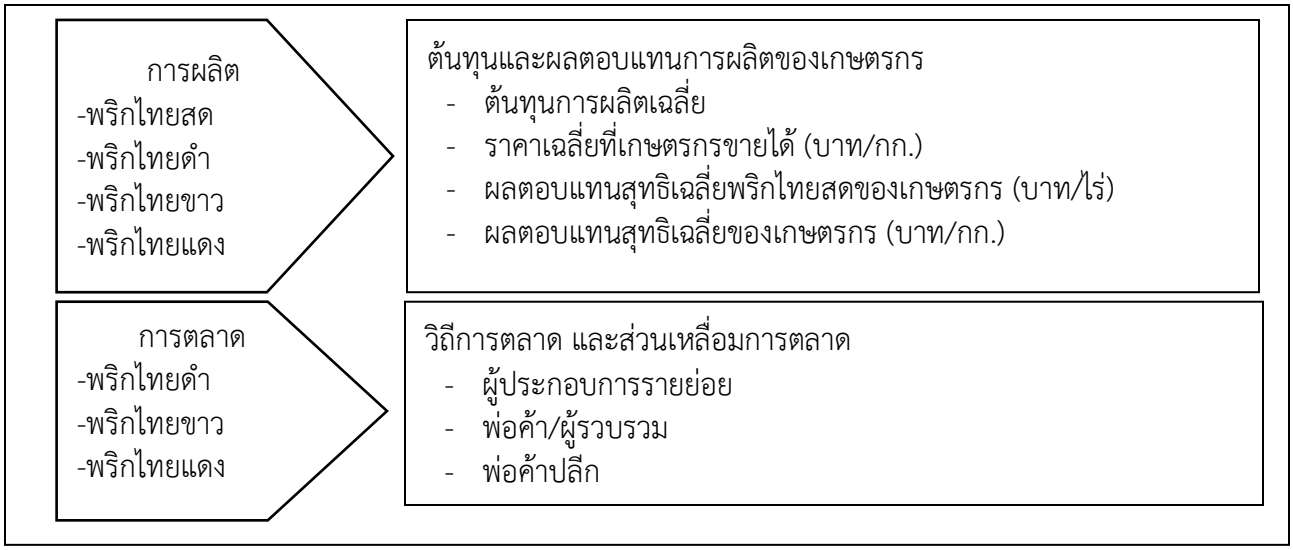
Fine Dining หมายถึง การทานอาหารที่ให้ “ประสบการณ์ระดับพรีเมียม” ทั้งรสชาติ บรรยากาศ และการบริการ มีความพิถีพิถันในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพสูง การปรุงอาหารโดยผู้เชี่ยวชาญ การจัดตกแต่งอาหารอย่างประณีต การให้บริการตามลำดับรายการอาหาร (Course) ตลอดจนบรรยากาศของสถานที่และการบริการที่มีมาตรฐานสูง เพื่อสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารที่มีคุณภาพและความพึงพอใจในระดับสูงแก่ผู้บริโภค

ฟิวชั่น (Fusion) หมายถึง การผสมผสานองค์ประกอบจากวัฒนธรรมหรือรูปแบบที่แตกต่างกันเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะ โดยในบริบทด้านอาหาร หมายถึงการนำวัตถุดิบ เทคนิคการปรุง หรือรูปแบบการนำเสนอจากหลายวัฒนธรรมมาประยุกต์ร่วมกัน จนเกิดเป็นเมนูหรือรูปแบบอาหารใหม่

ปีการผลิต 2566/2567 หมายถึง พริกไทยเริ่มออกดอกประมาณเดือนมิถุนายน และมีระยะเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายนของปีถัดไป

1.5 วิธีการวิจัย

1.5.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

1.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) มีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ดังนี้

1.1) เกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (พริกไทยตรัง) ในพื้นที่จังหวัดตรัง จำนวน 35 ราย กระจายอยู่ในอำเภอปะเหลียน อำเภอวังวิเศษ อำเภอเมืองตรัง อำเภอนาโยง อำเภอห้วยยอด อำเภอย่านตาขาว และอำเภอสิเกา (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง, 2567) โดยเก็บตัวอย่างด้วยวิธีสำมะโน (census) แต่เนื่องจาก มีเกษตรกร จำนวน 3 ราย ต้นพริกไทยตายทั้งหมด ซึ่งบางส่วนได้ย้ายไปต่างจังหวัด และ เกษตรกรจำนวน 1 ราย ไม่อยู่ในพื้นที่ศึกษา จึงเก็บตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 31 ราย

1.2) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในพื้นที่จังหวัดตรัง โดยสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก อาทิ ต้นทุนการตลาด วิถีการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาด ของพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง รวมทั้งข้อจำกัด ปัญหา และอุปสรรคด้านการตลาดของพริกไทย โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 22 ราย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการรายย่อย จำนวน 13 ราย ผู้รวบรวม จำนวน 4 ราย และ ผู้ค้าปลีก จำนวน 5 ราย

1.3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่จังหวัดตรัง โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และสำนักงานเกษตรจังหวัด จำนวนหน่วยงานละ 1 ราย รวม 2 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ ตลอดจนค้นคว้าข้อมูลจากวารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่าง ๆ และค้นคว้าข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Website) ที่เกี่ยวข้อง

1.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) แบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย ในรูปแบบของการหา ค่าผลรวม ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์ต้นทุนการตลาด วิถีการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดของพริกไทยตรัง เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย ในรูปแบบของการหา ค่าสัดส่วน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) เกษตรกรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีข้อมูลในการพัฒนาพริกไทย และนำมาขยายผลในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ รวมถึงสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ วางแผนการผลิต และการตลาดพริกไทยตรัง เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร

2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาจัดทำนโยบาย มาตรการ และแผนพัฒนาการผลิตพริกไทยตรังให้เกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนใช้กำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนา เพื่อให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

บทที่ 2
การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

2.1 การตรวจเอกสาร

2.1.1 การผลิตและการตลาดพริกไทย

นภัสวรรณ เลี่ยมนิมิต และรัตนา อุ่นจันทร์ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในพื้นที่อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการปลูกพริกไทยสายพันธุ์ปะเหลียน ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 21 ราย โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกพริกไทยมาแล้วเฉลี่ย 2.57 ปี มีพื้นที่ถือครองทั้งหมดเฉลี่ย 10.52 ไร่ เป็นพื้นที่ปลูกพริกไทยเฉลี่ย 1.71 ไร่ แหล่งพันธุ์เริ่มต้นปลูกครั้งแรกได้มาจากในหมู่บ้าน ปลูกเพื่อจำหน่ายเป็นหลัก แต่ไม่เคยผ่านการอบรมความรู้เกี่ยวกับการปลูกพริกไทยมาก่อนลักษณะการปลูกเป็นเชิงเดี่ยว ต้นพันธุ์ใช้การปักชำ มีการใช้ค้างเสาปูน ปลูกระยะ 2x2 เมตร เฉลี่ย 1.85 ต้นต่อค้าง ใช้แหล่งน้ำบาดาล ไม่มีการวิเคราะห์ธาตุอาหารดิน ใส่ปุ๋ยอินทรีย์เป็นส่วนใหญ่ ระยะเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตครั้งแรกหลังปลูกเฉลี่ย 13.50 เดือน และเก็บเกี่ยวผลผลิตครั้งต่อไปเฉลี่ย 3.50 เดือน

การใช้ปัจจัยการผลิตในกรณีปลูกสร้างแปลงพริกไทยใหม่ มีต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย 85,565.48 บาทต่อไร่ โดยเป็นต้นทุนผันแปร 85,563.31 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่ 2.17 บาทต่อไร่ เมื่อพริกไทยที่ให้ผลผลิตแล้วมีผลผลิตเฉลี่ย 127.50 กิโลกรัมแห้งต่อไร่ ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 400 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าผลผลิตเฉลี่ย 48,640.00 บาทต่อไร่ ถึงแม้จะให้ผลผลิตแห้งน้อยกว่าเมื่อเทียบกับสายพันธุ์อื่น เช่น พันธุ์ซาลาวัค ของพื้นที่การผลิตจังหวัดจันทบุรีและระยอง แต่เกษตรกรได้รับราคาที่ดีกว่าในพื้นที่อื่น ๆ และใช้ปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะปุ๋ยที่เน้นปุ๋ยอินทรีย์ที่มีต้นทุนต่ำกว่าปุ๋ยเคมี และสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นจึงต้องมีการส่งเสริมการผลิตหรือปลูกพริกในวิธีการดังกล่าวเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มองค์ความรู้ในการผลิตตามหลักวิชาการให้แก่เกษตรกรตามปัญหาที่ประสบ

รัตนา อุ่นจันทร์ และคณะ (2566) ได้ศึกษาความสามารถของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยในการปฏิบัติตามมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์ปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่การยกระดับมาตรฐานแปลงปลอดภัย และ วิเคราะห์ศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่การยกระดับมาตรฐานแปลง โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกลุ่มผู้ผลิตในพื้นที่ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอปะเหลียน อำเภอวังวิเศษ และอำเภอนาโยง ด้วยการสุ่มตัวอย่างสมาชิกอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 36 ราย แบบจับฉลากรายชื่อแล้วไม่ใส่กลับคืน โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structure Interviews) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับเกษตรที่ปลูกพริกไทยในพื้นที่เป้าหมาย คือ ปัญหาของการผลิต และผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน โรคในพริกไทย และขาดการจัดเก็บข้อมูลการผลิตและผลผลิตที่เป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินความสามารถของเกษตรกรในการปฏิบัติเกี่ยวกับการปลูกพริกไทยแบบปลอดภัย พบว่า เกษตรกรไม่สามารถปฏิบัติในการใช้สารป้องกันกำจัดแมลงศัตรูพืช และการใช้สารป้องกันกำจัดโรค รวมทั้งการบรรจุหีบห่อและการบันทึกข้อมูล นำไปสู่แนวทางในการยกระดับมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัยที่ต้องมุ่งเน้นไปสู่การปฏิบัติเพื่อลดปัญหาที่เกษตรกรไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เพื่อให้การผลิตพริกไทยมีความปลอดภัยตามมาตรฐาน ควรสนับสนุนการเพิ่มองค์ความรู้ในการผลิตและการจัดการผลผลิต หลังการเก็บเกี่ยว โดยเฉพาะการบรรจุหีบห่อเพื่อจำหน่าย ตลอดจนการเก็บบันทึกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตามแนวทางของมาตรฐานแปลงปลอดภัย

อรวิลัญช์ญา อุไรศรีพงศ์ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์โซ่คุณค่าพริกไทยจังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์สถานการณ์โซ่คุณค่าพริกไทยในอำเภอท่าใหม่จังหวัดจันทบุรี และเสนอแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าพริกไทยในอำเภอท่าใหม่จังหวัดจันทบุรี โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่คุณค่า ประกอบด้วย เกษตรกรผู้ปลูกพริกไทย จำนวน 148 ราย และผู้รวบรวม ผู้รับซื้อ ผู้แปรรูป จำนวน 15 ราย และผู้ค้าปลีก ผู้ขายในร้านของฝาก ชุมชน ตลาดและอื่น ๆ จำนวน 10 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบการอ้างอิงต่อเนื่อง (Snowball Sampling Technics) โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) วิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันโดยใช้แผนภูมิเพชร (Diamond Model) รวมทั้งการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) นำเสนอกลยุทธ์โดยการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการส่วนต้นน้ำ คือ ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้น หรือลดลงของปริมาณพริกไทย สาเหตุสำคัญเกิดจากเกษตรกรเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่น ที่ให้ราคาสูงและมีตลาดรับรองที่มั่นคงกว่า อีกทั้งต้นทุนการปลูกที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับราคาผลผลิต รวมถึงค่าแรงในการเก็บเกี่ยวค่อนข้างสูง จึงทำให้เกษตรกรโค่นต้นพริกไทยทิ้งเพื่อปลูกพืชที่ตลาดต้องการทดแทน ทั้งนี้การลดลงของพริกไทยเกิดจากสาเหตุอื่นในกระบวนการกลางน้ำและปลายน้ำร่วมด้วย เช่น การแปรรูปที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน การนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ค่อนข้างน้อย การถูกกำหนดราคาซื้อขายจากรายใหญ่ ผู้ประกอบการรายเล็กไม่มีอำนาจต่อรอง การนำเข้าพริกไทยจากต่างประเทศอย่างผิดกฎหมาย เป็นต้น ดังนั้นจึงได้เสนอแนวทางยกระดับห่วงโซ่คุณค่าพริกไทย อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ด้วยการเสนอ 4 กลยุทธ์ ตามทฤษฎี TOWS Matrix ดังนี้ กลยุทธ์เชิงรุก ทำการตลาดมุ่งเน้นการบอกเล่าเรื่องราวแสดงให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าที่ดีของพริกไทยในจังหวัดจันทบุรี และสร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ส่งขายในประเทศ และต่างประเทศ กลยุทธ์เชิงแก้ไข สร้างมาตรฐานของพริกไทยให้มีคุณภาพ และควบคุมกระบวนการผลิต ราคาขาย รวมถึงบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์เชิงป้องกัน มุ่งเน้นสร้างคุณค่าให้แก่พริกไทย และไม่สนับสนุนการลักลอบนำเข้าอย่างผิดกฎหมาย กลยุทธ์เชิงรับ รัฐบาลควรสนับสนุนการส่งออก และสร้างข้อกำหนดที่เข้มงวดเพื่อป้องกันการนำเข้าพริกไทยที่ผิดกฎหมาย

เสาวณีย์ ชัยเพชร และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการมาตรฐานตลอดกระบวนการผลิตพริกไทย พันธุ์ปะเหลียนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์จังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ จัดทำมาตรฐานคุณภาพในการบ่งชี้อัตลักษณ์ในการจำแนกเกรดและคุณภาพ จัดการมาตรฐานการผลิตตลอดกระบวนการแปรรูปพริกไทยขั้นต้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์เมืองด้วยพริกไทยตรังพันธุ์ปะเหลียนโดยรวบรวมข้อมูล

จากการบันทึกและประมวลผล จากการเก็บรวบรวมพริกไทยจากตรังพื้นที่ปลูกของเกษตรกรต้นน้ำ 5 กลุ่มในเขตพื้นที่รอบเก็บเกี่ยว ปี 2564 คือ พื้นที่ อำเภอปะเหลียน อำเภอวังวิเศษ ไร่มนตรี อำเภอนาโยง และกลุ่มอนุรักษ์จังหวัดตรัง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดลองคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ นำผลมาวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวน (Analysis of Variance, ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Duncan' New Multiple Range Test (DMRT) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลให้ได้ดัชนีบ่งชี้ด้านคุณภาพไปประยุกต์ใช้สำหรับใช้ในการปฏิบัติงานจริงในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดเรื่องเครื่องมือในการวิเคราะห์ คุณภาพเมล็ดพริกไทยดำ

ผลการศึกษาพบว่า ในการปลูกพริกไทยตรัง แม้ว่าจะมีการส่งเสริมภายในจังหวัดตรังมาอย่างต่อเนื่อง แต่พบว่าเกษตรกรกลุ่มต้นน้ำยังคงมีปัญหาในการจัดการ คุณภาพ การวางมาตรฐานเรื่องเกรด การพิสูจน์คุณภาพทางวิทยาศาสตร์ การจัดการผลผลิตที่สัมพันธ์กับราคา การกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง ทำให้ราคาซื้อขายในแต่ละพื้นที่ไม่มีเกณฑ์มาตรฐานในการตัดสินใจเรื่องราคา ดังนั้น ด้วยการจัดการของสหกรณ์การเกษตรในส่วนกลางน้ำจึงเป็นการประกันผลผลิตและสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้สหกรณ์เองจำเป็นต้องสร้างระบบมาตรฐานในกระบวนการที่รับผิดชอบด้านการจัดการผลผลิตโดยการจัดการมาตรฐานทั้งด้านคน สถานที่และผลิตภัณฑ์ ก่อนจะส่งต่อผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ รวมไปถึงผู้รวบรวมขั้นต้นเช่นเดียวกัน นอกจากนี้การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือเป็นช่องทางสำคัญในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผลผลิตและผลิตภัณฑ์พริกไทยตรัง ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัด และมีการใช้พริกไทยเป็นส่วนผสมสำคัญในการประกอบอาหาร เป็นการเชื่อมโยงผลผลิตไปสู่ธุรกิจอาหารภายในจังหวัดตรังและสร้างคุณค่าของจังหวัดได้อย่างน่าสนใจ โดยทั้งระบบของการดำเนินโครงการเพื่อให้เกิดการพึ่งพาของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ การเพิ่มมูลค่าสินค้า การสร้างงาน การสร้างรายได้ การสร้างคุณค่าของเมืองตรังด้วยวัตถุดิบพื้นถิ่นและการสร้างคุณค่าตลอดเส้นทางสายพริกไทย พันธุ์ปะเหลียนให้มีคุณค่าด้วยคุณภาพเพื่อส่งต่อให้กับคนรุ่นต่อไปอย่างยั่งยืน

พัชนี แพทย์อุดม (2562) ได้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนปลูกพริกไทยแบบอินทรีย์เพื่อการค้าในจังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา รูปแบบของการลงทุนปลูกพริกไทยแบบอินทรีย์เพื่อการค้าในจังหวัดจันทบุรี และ ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกพริกไทยแบบอินทรีย์เพื่อการค้าในจังหวัดจันทบุรี โดยรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรในพื้นที่อำเภอนายายอาม อำเภอท่าใหม่ อำเภอแก่งหางแมว อำเภอเขาคิชฌกูฏ และอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ที่มีองค์ความรู้และประสบการณ์ด้านการปลูกพริกไทยตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 10 ราย โดยใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interviews) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้อัตราทางการเงิน 3 อัตรา คือ อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin, GPM) อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (Return on Assets, ROA) และอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Investment, ROI)

ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยของปี 2558 ถึงปี 2562 เท่ากับ 144,194.87 บาท 146,062.32 บาท 144,624.73 บาท 141,727.19 บาท และ 126,569.40 บาท ตามลำดับ มีผลตอบแทนเฉลี่ยของปี 2558 ถึงปี 2562 เท่ากับ 608,386.00 บาท 571,283.00 บาท 541,662.00 บาท 215,800.50 บาท และ 193,610.00 บาท ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์โดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน พบว่า อัตราส่วนกำไรขั้นต้นปี 2558 ถึงปี 2562 เท่ากับ 76.30%, 74.43%, 73.30%, 34.32% และ 34.63% ตามลำดับ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมปี 2558 ถึงปี 2562 เท่ากับ 58.24%, 54.14%, 51.43%, 9.81% และ 9.08% ตามลำดับ อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนปี 2558 ถึงปี 2562 เท่ากับ 380.51%, 330.60%, 310.45%, 59.21% และ 60.65%

ตามลำดับ สำหรับต้นทุนการผลิตค่าใช้จ่ายในการเก็บเกี่ยวเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดในกระบวนการผลิต และราคาขายผลผลิตที่ลดลงมีสาระสำคัญต่อผลตอบแทนที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของอัตราส่วนทางการเงินจากการคำนวณหาผลตอบแทน มีผลตอบแทนสูงสุดในปี 2558 ทั้ง 3 อัตราส่วน ซึ่งเป็นผลมาจากราคาขายผลผลิตที่สูงสุดในปีดังกล่าว ดังนั้น ควรสนับสนุนให้เกษตรกรรวมกลุ่มเพื่อใช้แรงงานร่วมกันในช่วงเก็บเกี่ยว, สนับสนุนให้เกษตรกรได้รับความรู้เกี่ยวกับโรคระบาดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และภาครัฐควรดูแลราคารับซื้อและการนำเข้าพริกไทยจากต่างประเทศเพื่อป้องกันการแข่งขันด้านราคา

Visakh Babu et al. (2023) ได้ศึกษาเรื่อง An Economic Analysis of Cost of Production of Black Pepper in Wayanad District of Kerala, India โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตพริกไทยดำต่อเฮกแตร์ตามขนาดฟาร์ม (เกษตรกรรายย่อย รายกลาง รายใหญ่) คำนวณอัตราส่วน Input-Output เพื่อประเมินประสิทธิภาพการผลิต และเสนอแนะแนวทางลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไรให้เกษตรกร โดยดำเนินการสุ่มตัวอย่างเกษตรกรจำนวน 100 รายในเขต Wayanad ด้วยวิธีสุ่มอย่างง่าย เก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง วิเคราะห์ต้นทุนการผลิตทั้งต้นทุนผันแปร (ค่าปุ๋ย ยา แรงงาน) และต้นทุนคงที่ (ค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคา) คำนวณต้นทุนตามมาตรฐานบัญชีต้นทุนการเกษตรของอินเดีย

ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนการผลิตพริกไทยเฉลี่ยที่ 419,606 รูปีต่อเฮกแตร์ โดยเกษตรกรรายย่อย (Marginal) มีต้นทุนสูงสุดที่ 438,600 รูปีต่อเฮกแตร์ รองลงมาเป็นเกษตรกรรายกลาง (Small) 412,826 รูปีต่อเฮกแตร์ และเกษตรกรรายใหญ่ (Semi-medium) 407,393 รูปีต่อเฮกแตร์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ยิ่งมีขนาดฟาร์มใหญ่ต้นทุนต่อหน่วยยิ่งลดลง (Economies of Scale) โดยอัตราส่วน Input-Output สำหรับต้นทุนคือ 1:1.94, 1:1.85 และ 1:1.76 สำหรับเกษตรกรรายย่อย รายกลาง และรายใหญ่ตามลำดับ ต้นทุนแรงงานเป็นองค์ประกอบหลักของต้นทุนผันแปร (คิดเป็นมากกว่า ร้อยละ 50 ของต้นทุนรวม) รองลงมาคือต้นทุนปุ๋ยและสารเคมี ทั้งนี้รัฐเกรละประเทศอินเดีย เป็นแหล่งผลิตพริกไทยที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งประเทศ ซึ่งเขต Wayanad เป็นพื้นที่ปลูกพริกไทยสำคัญ แต่เกษตรกรขนาดเล็กประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูงและราคาผลผลิตไม่แน่นอน การวิเคราะห์ต้นทุนตามขนาดฟาร์มนี้จึงมีความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

Shandilya, A. et al. (2022) ได้ศึกษาเรื่อง Cost Competitiveness Through Value Chain Analysis: A Study About Black Pepper (India) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบและโมเดลโซ่คุณค่าพริกไทยในตลาดหลัก วิเคราะห์บทบาทและต้นทุนของคนกลางในแต่ละขั้นตอนของโซ่คุณค่า และศึกษาโอกาสในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนตลอดห่วงโซ่ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามใน 6 ตลาดหลักในรัฐเกรละและทมิฬนาฑู ทำการ Mapping ขั้นตอนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่คุณค่า วิเคราะห์ Cost Sheet ของแต่ละขั้นตอน เพื่อเข้าใจโครงสร้างการเงินของโซ่คุณค่า

ผลการศึกษาพบว่า โซ่คุณค่าพริกไทยอินเดียประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องหลายระดับ ตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูก ผู้รวบรวมในท้องถิ่น พ่อค้าส่ง โรงงานแปรรูป ไปจนถึงผู้ส่งออกและตลาดค้าปลีก โดยพบว่าส่วนเหลื่อมทางการตลาดสะสมสูงมากในส่วนของผู้รวบรวมและผู้ส่งออก เกษตรกรได้รับเพียงสัดส่วนเล็กน้อยของราคาขายปลายทาง ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรอ่อนแอคือ การขาดข้อมูลราคาตลาด ไม่มีการรับรองมาตรฐาน และโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและการเก็บรักษาไม่เพียงพอ ทั้งนี้การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบข้อมูลราคาเรียลไทม์มาใช้จะช่วยลดความเสียเปรียบของเกษตรกรได้

O. J. Ayodele et al. (2019) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของระบบการผลิตพริกไทยของเกษตรกรรายย่อยรัฐ Ekiti ประเทศไนจีเรีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทย ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตพริกไทย และ ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตพริกไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรรัฐ Ekiti ประเทศไนจีเรีย และใช้วิธีเลือกแบบสุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 ราย เป็นการสัมภาษณ์แบบรายบุคคลโดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (structured Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าพิสัย รวมถึงการคำนวณกำไรขั้นต้นและอัตราส่วนต้นทุน-ผลตอบแทน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 42 ปี และส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาขั้นประถมศึกษา ขนาดฟาร์มเฉลี่ย 0.09 เฮกตาร์ และมีประสบการณ์ในการปลูกพริกไทยเฉลี่ย ประมาณ 12 ปี อย่างไรก็ตาม ผลผลิตเฉลี่ยต่ำเพียง 2.79 ตันต่อเฮกตาร์ โดยมีต้นทุนการผลิต 165,478 ไนรา (ค่าเงินไนรา: 1 ดอลลาร์สหรัฐ = 183 ไนรา) ต่อเฮกตาร์ แต่สามารถสร้างกำไรขั้นต้น 272,175.22 ไนรา และมีอัตราส่วนต้นทุน-ผลตอบแทน 1.64 แม้ว่าการผลิตพริกไทยจะมีความคุ้มค่า เนื่องจากสามารถปลูกร่วมกับพืชอื่นได้ มีปัญหาโรคและแมลงน้อย และมีความต้องการในตลาดสูง แต่ยังคงมีข้อจำกัดสำคัญ เช่น การขาดแคลนเงินทุน แรงงานไม่เพียงพอ การขาดบริการส่งเสริมการเกษตร รวมถึงการขาดปุ๋ยและพันธุ์ พืชที่ได้รับการปรับปรุง ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลผลิตและความคุ้มค่าของการผลิตพริกไทยในพื้นที่

Abdu Mohammed et al (2017) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตพริกไทยดำในประเทศเอธิโอเปีย: หลักฐานจากระบบการผลิตเชิงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินและความสามารถในการรับความเสี่ยงของการผลิตพริกไทยดำ โดยการเก็บข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จากพื้นที่เขตหลักในการผลิตพริกไทย ฟาร์มขนาดใหญ่ เชิงพาณิชย์ ฟาร์มเดี่ยวที่ผลิตเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ฟาร์ม Bebeka Coffee Estate Share Company และฟาร์ม Kedija Spices Plantation และเลือกแปลงเพาะปลูกพริกไทยจำนวน สามแปลง รวมพื้นที่ทั้งหมด 17.5 เฮกตาร์ จากสองฟาร์มพาณิชย์เพื่อเก็บข้อมูล ระหว่างปี 2008-2016 เนื่องจากพริกไทยเป็นพืชยืนต้น เก็บข้อมูลต้นทุนการผลิตระยะเวลา 9 ปีและได้ข้อมูลผลผลิตระยะเวลา 4 ปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสัดส่วน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value), อัตราผลตอบแทนจากต้นทุน (Benefit-Cost Ratio) และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return)

ผลการศึกษาพบว่า การผลิตพริกไทยดำสามารถสร้างรายได้ครั้งแรกได้หลังจากปลูกเป็นระยะเวลา 5 ปี ผลการวัดผลทางเศรษฐกิจเปิดเผยว่า การผลิตพริกไทยดำสร้างรายได้รวมที่ปรับลดมูลค่าแล้ว จำนวน 416,024.4 บิรร์ต่อเฮกตาร์ โดยมีอัตราผลตอบแทนจากต้นทุน 5.7 และอัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 61 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นต้นทุนการเก็บเกี่ยวมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 51 ของต้นทุนรวมในการผลิตพริกไทยดำ ผลผลิตที่จุดคุ้มทุนและราคาขายที่จุดคุ้มทุน 213.7 กิโลกรัมต่อเฮกตาร์ (ต่ำกว่าระดับผลผลิตขั้นต่ำปัจจุบันถึงร้อยละ 63.9) และ 26.5 บิรร์ต่อกิโลกรัม (ต่ำกว่าระดับราคาขั้นต่ำปัจจุบันถึงร้อยละ 81.2) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การผลิตพริกไทยดำยังคงสามารถทำกำไรได้แม้จะมีการลดลงของผลผลิตและราคาในระดับที่สูง บ่งชี้ว่าพริกไทยดำอาจเป็นกิจการที่เหมาะสมสำหรับเกษตรกรรายย่อยที่มีทรัพยากรจำกัด แม้ว่าจะมีต้นทุนการลงทุนเริ่มต้นที่สูงและระยะเวลาการเจริญเติบโตที่ยาวนาน แต่การผลิตพริกไทยดำยังคงเป็นกิจการที่มีความสามารถทางการเงินและมีความเสี่ยงต่ำ อีกทั้งผลการศึกษายังพบว่าต้นทุนการเก็บเกี่ยวเป็นต้นทุนหลัก มีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของต้นทุนรวม รองลงมา

คือ ต้นทุนที่เกิดจากการจัดการแปลง ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยว และแนวทางการจัดการแปลงเกษตรที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิต

ด้านการผลิตและต้นทุนการผลิต พบว่า ต้นทุนการผลิตพริกไทยมีองค์ประกอบหลัก 2 กลุ่ม คือ ต้นทุนผันแปร (ค่าแรง ปุ๋ย สารเคมี) และต้นทุนคงที่ (ค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคา) โดยค่าแรงงานเป็นสัดส่วนสูงสุดของต้นทุนผันแปร (ร้อยละ 50 ขึ้นไป) มีหลักฐานชัดเจนว่ายิ่งขนาดฟาร์มใหญ่ต้นทุนต่อหน่วยยิ่งต่ำลง (Economies of Scale) ทั้งในประเทศอินเดียและประเทศไทย

ด้านการตลาดและช่องทางการตลาด พบว่า โครงสร้างการตลาดพริกไทย เกษตรกรส่วนใหญ่ขายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้ส่วนเหลื่อมทางการตลาดสะสมสูงที่สุด เกษตรกรที่ขายตรงสู่ผู้บริโภคหรือส่งออกโดยตรงจะได้ราคาสูงกว่ามาก การรวมกลุ่มเกษตรกรและการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ (Direct Sales, E-commerce, Export) เป็นแนวทางสำคัญในการลดส่วนเหลื่อมที่ตกกับคนกลาง

ด้านส่วนเหลื่อมทางการตลาด พบว่า ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยในห่วงโซ่แบบดั้งเดิมมีขนาดใหญ่มาก ราคาผู้บริโภคปลายทางสูงกว่าราคาที่เกษตรกรได้รับ 3–5 เท่า หรือมากกว่า สำหรับพริกไทยพรีเมียม เช่น GI Products ส่วนเหลื่อมยิ่งกว้างขึ้น มีโอกาสที่เกษตรกรจะได้รับราคาสูงขึ้นหากสามารถสร้างแบรนด์และเข้าถึงตลาดพรีเมียมได้โดยตรง

2.1.2. การผลิตและการตลาดสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สุภาพร อามาตย์ (2566) ได้ศึกษาการจัดการระบบควบคุมคุณภาพการผลิต ต้นทุนและผลตอบแทน ในการผลิตสินค้าหอมแดงศรีสะเกษ ตามมาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงในเขตพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนผลิตหอมแดง และ การจัดการระบบควบคุมคุณภาพการผลิตหอมแดงศรีสะเกษตามมาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงในเขตพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง จำนวน 135 ราย ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอยางชุมน้อย อำเภอราษีไศล อำเภอกันทรารมย์ และอำเภอวังหิน ที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมและคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าหอมแดงศรีสะเกษ ประจำปี พ.ศ. 2562 และ การสัมภาษณ์และการประชุมสนทนากลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคณะทำงานพิจารณาคำขอตรวจสอบควบคุมคุณภาพ จำนวน 27 ราย โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า การผลิตหอมแดงในจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่เกษตรกรปลูกพื้นที่ 3-4 ไร่ (ร้อยละ 61) โดยมีสภาพพื้นที่เป็นที่ดอน (ร้อยละ 89) และดินร่วนปนทราย (ร้อยละ 94) วิธีการให้น้ำโดยใช้สายยาง (ร้อยละ94) ใช้พันธุ์บางช้าง (พันธุ์ศรีสะเกษ ร้อยละ 95) เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกหอมแดงในระยะ 2 เดือน ร้อยละ 82 เริ่มปลูกในเดือนตุลาคม ร้อยละ 79 และเก็บเกี่ยวในเดือนธันวาคม ร้อยละ 72 ผลผลิตส่วนใหญ่เกิน 3,001 กิโลกรัมต่อไร่ขึ้นไป ร้อยละ 87 และมีผลผลิตรวม 1,001 – 2,000 กิโลกรัมต่อไร่ ร้อยละ5 มีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 38,780 บาทต่อไร่ หรือ ร้อยละ 99.74 ของต้นทุนรวมทั้งหมด โดยมีต้นทุนหลักเป็นค่าแรงในการผลิตหอมแดงเฉลี่ย 19,368 บาทต่อไร่ หรือ ร้อยละ 50.58 ของต้นทุนผันแปรทั้งหมด และมีต้นทุนค่าซื้อหัวหอมพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 39.94 ของต้นทุนทั้งหมด และมีต้นทุนค่าแรงงานในการดูแลรักษาที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบตัวเงิน ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ย 100 บาทต่อปี ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาอาคารโรงเรือนเก็บหอมแดง คิดเป็นร้อยละ 26 ของต้นทุนผลิตทั้งหมด

เมื่อคำนวณต้นทุนผลิตทั้งหมด พบว่า มีต้นทุนในการผลิตหอมแดงเฉลี่ย 38,880 บาทต่อไร่ และมีผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกหอมแดงของเกษตรกรราคาเฉลี่ย 84,573 บาทต่อไร่ หรือ 11.90 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า เกษตรกรมีรายได้ 54,890 บาทต่อไร่ เมื่อนำมาคำนวณอัตรากำไรขั้นต้น พบว่า มีค่าเท่ากับร้อยละ 54.03 หากนำมาคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROA) พบว่า มีค่าเท่ากับร้อยละ 91.93 และเมื่อนำมาวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พบว่า มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ระดับ 3,505.86 กิโลกรัมต่อไร่ ผลตอบแทนจากการลงทุนอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าการผลิตหอมแดงศรีสะเกษมีความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ต้นทุนมีแนวโน้มเพิ่มสูงจากการใช้สารเคมีและปัญหาโรคพืช ภาครัฐควรสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้แก่เกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงศรีสะเกษให้สามารถผลิตตามมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อย่างครบถ้วน ตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ การเตรียมแปลง การดูแลรักษา การใส่ปุ๋ย การป้องกันศัตรูพืช และการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม ควบคู่กับการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพและสารชีวภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าสินค้า รวมถึงการสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อเสริมสร้างอำนาจการต่อรองราคาและการส่งเสริมการแปรรูปหอมแดงตามมาตรฐาน GI เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของตลาด

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 5 (2566) ได้ศึกษาการผลิตการตลาดทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทน วิถีการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาด ของทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และทุเรียนทั่วไปที่ไม่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยวิธีการสำมะโน (Census) จำนวน 28 ราย และเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนทั่วไปที่ไม่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 28 ราย รวมทั้งสิ้น 56 ราย ในปี 2564 โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มีต้นทุนรวมเฉลี่ย 17,851.23 บาทต่อไร่ หรือ 26.83 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 13,895.84 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่ 3,955.39 บาทต่อไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 665.25 กิโลกรัมต่อไร่ และราคาขายเฉลี่ย 168.65 บาทต่อกิโลกรัม ส่งผลให้ได้ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 94,343.19 บาทต่อไร่ หรือ 141.82 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับเกษตรกรทั่วไปในนครราชสีมา ต้นทุนรวมเฉลี่ย 14,617.47 บาทต่อไร่ หรือ 25.39 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีต้นทุนผันแปร 11,103.76 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่ 3,513.71 บาทต่อไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 575.82 กิโลกรัมต่อไร่ และราคาขายเฉลี่ย 148.13 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ได้ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 70,678.75 บาทต่อไร่ หรือ 122.75 บาทต่อกิโลกรัม จะเห็นได้ว่าเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนปากช่องเขาใหญ่มีต้นทุนสูงกว่าเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนทั่วไป ร้อยละ 18.12 แต่ผลตอบแทนสูงกว่า ร้อยละ 23.98 เนื่องจากมีการบริหารจัดการที่ดีและสามารถกำหนดราคาได้เอง

สำหรับการตลาดทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ มีการจำหน่ายผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ ช่องทางที่ 1 เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตเองที่หน้าสวน ออนไลน์ และตลาดในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 57.17 และช่องทางที่ 2 การจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมที่มารับซื้อที่สวน โดยแบ่งเป็นพ่อค้าจากบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 42.20 และพ่อค้ารวบรวมนอกจังหวัดที่มารับซื้อ คิดเป็นร้อยละ 0.63 ในส่วนของทุเรียนทั่วไป เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายผลผลิตให้กับผู้บริโภคโดยตรงที่หน้าสวน คิดเป็นร้อยละ 88.59 โดยผู้บริโภคจะสั่งจองล่วงหน้าและมารับผลผลิตเอง ส่วนที่เหลือจะจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ให้กับผู้บริโภคอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.38 และ

ส่วนที่เหลือร้อยละ 4.03 จำหน่ายในตลาดอำเภอปากช่องให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาล นอกจากนี้ ผลการตลาดแสดงว่า ทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ที่จำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมที่นำไปจำหน่ายในจีน มีส่วนเหลื่อมการตลาดที่ 51.35 บาทต่อกิโลกรัม (ร้อยละ 23.34 ของราคาผู้บริโภคจ่าย) โดยมีต้นทุนการตลาด 6.31 บาทต่อกิโลกรัม (ร้อยละ 2.87 ของราคาผู้บริโภคจ่าย) และกำไรที่พ่อค้ารวบรวมได้เฉลี่ย 45.04 บาทต่อกิโลกรัม (ร้อยละ 20.47 ของราคาผู้บริโภคจ่าย) ดังนั้นภาครัฐควรส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านการผลิต การวางแผนการผลิต และการจำหน่าย รวมถึงส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้คุณค่าของสินค้าที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม เกษตรกรควรมีการจัดทำประกันภัยขนส่งสินค้า เพื่อป้องกันความเสียหายหรือสูญหายของผลผลิตที่จะเกิดขึ้นในระหว่างดำเนินการจัดส่ง

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 8 (2566) ได้ศึกษาการผลิตและการตลาดเงาะโรงเรียนนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทน วิถีการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาด ของเงาะโรงเรียนนาสารจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ได้รับการรับรองและไม่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และศึกษาวิถีการตลาด ส่วนเหลื่อมการตลาดเงาะโรงเรียนนาสาร ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่ายแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling Without Replacement) การคำนวณขนาดตัวอย่างใช้วิธีเทียบอัตราส่วนของขนาดประชากรตามแนวคิดของ Neuman โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 19,555.86 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนเงินสด 14,785.19 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 75.60 และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 4,770.67 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 24.40 เมื่อแยกตามกิจกรรมการลงทุน พบว่า ส่วนใหญ่ของต้นทุนทั้งหมด เป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 17,200.58 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 87.96 ซึ่งเป็นการลงทุนเกี่ยวกับค่าแรงงาน 12,432.98 บาท ค่าวัสดุ 3,717.80 บาท รวมถึงค่าเสียโอกาสการลงทุน 1,049.80 บาท ส่วนที่เหลือเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ย 2,355.28 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 12.04 สำหรับด้านการผลิต พบว่า มีผลผลิตเฉลี่ย 2,197.60 กิโลกรัมต่อไร่ ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัมเท่ากับ 8.90 บาท เกษตรกรขายได้ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 19.78 บาท ทำให้ได้รับผลตอบแทนเฉลี่ย 43,468.53 บาทต่อไร่ เมื่อหักต้นทุนการผลิตแล้วได้รับผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 23,912.67 บาทต่อไร่ หรือคิดเป็นผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 10.88 บาทต่อกิโลกรัม

ด้านการตลาด พบว่า ราคาเงาะโรงเรียนนาสาร GI ที่เกษตรกรได้รับเฉลี่ย 21.53 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาขายปลีกเงาะโรงเรียนนาสาร GI ที่ผู้บริโภคจ่ายเท่ากับ 50.00 บาทต่อกิโลกรัม ดังนั้น ส่วนเหลื่อมการตลาดเงาะโรงเรียนนาสาร GI จนกระทั่งขายปลีก เท่ากับ 28.47 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 56.94 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย โดยพบว่า ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างพ่อค้าขายส่งกับพ่อค้าขายปลีกมีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.66 ของส่วนเหลื่อมการตลาดทั้งหมด ในขณะที่ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างพ่อค้ารวบรวมในจังหวัดกับพ่อค้าขายส่ง มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.59 อีกทั้งสามารถจำแนกเป็นต้นทุนการตลาดทั้งหมด 9.23 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 18.46 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย และกำไรทั้งหมดของพ่อค้าคนกลางเท่ากับ 19.24 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 38.48 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย ดังนั้นควรผลักดันให้เกิดความแตกต่างด้านราคา โดยการประชาสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า GI จะช่วยให้ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น พร้อมกับการเพิ่มช่องทางจำหน่ายในตลาดเฉพาะ เช่น การสั่งจองสินค้าล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงด้านราคาในช่วงที่สินค้าออกสู่ตลาดมาก นอกจากนี้ควรส่งเสริมและสนับสนุนองค์ความรู้และเทคโนโลยีในการจัดการ

หลังการเก็บเกี่ยวเพื่อยืดอายุผลผลิต ลดการสูญเสีย และเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร รวมถึงการจัดการผลผลิตส่วนเกินและวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรในทุกขั้นตอนของโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้เกษตรกร และสนับสนุนการศึกษาวิจัยพัฒนาเจาะคุณภาพนอกฤดูในพื้นที่ที่เหมาะสม เพื่อกระจายสินค้าและเพิ่มโอกาสในการกำหนดราคาขายของเกษตรกร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 11 (2566) ได้ศึกษาการผลิตและการตลาดทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการผลิตทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทั่วไป และศึกษาวิถีการตลาด ส่วนเหลื่อมการตลาดของทุเรียน รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรโดยรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เกษตรกร จำนวน 74 ราย และผู้ประกอบการ จำนวน 10 ราย การคำนวณขนาดตัวอย่างใช้วิธีเทียบอัตราส่วนของขนาดประชากรตามแนวคิดของ Neuman โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีต้นทุนรวม 65,646.42 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนเงินสด 37,546.27 บาทต่อไร่ และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 28,100.15 บาทต่อไร่ เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทั่วไป มีต้นทุนรวม 61,766.31 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนเงินสด 33,419.74 บาทต่อไร่ และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 28,346.57 บาทต่อไร่ เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีต้นทุนที่สูงกว่าเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 6.28 ด้านผลผลิตต่อไร่ พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีผลผลิตต่อไร่ 1,645.24 กิโลกรัม สูงกว่าเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทั่วไป มีผลผลิตต่อไร่ 1,276.21 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 28.92 ด้านราคา พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ขายได้กิโลกรัมละ 141.58 บาท สูงกว่าเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทั่วไป ขายได้กิโลกรัมละ 130.95 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.12 และผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ของเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เท่ากับ 167,286.66 บาทต่อไร่ สูงกว่าเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทั่วไปที่มีผลตอบแทนสุทธิเท่ากับ 105,353.39 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 58.79 จะเห็นได้ว่าต้นทุนการผลิตทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สูงกว่าทุเรียนทั่วไป แต่ผลตอบแทนสุทธิได้สูงกว่า

ด้านการตลาดพบว่า ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษส่วนใหญ่ขายตรงให้กับผู้บริโภค ในขณะที่ทุเรียนทั่วไปส่วนใหญ่ขายผลผลิตให้พ่อค้ารวบรวมนอกจังหวัด ซึ่งในส่วนเหลื่อมการตลาด ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษ มีกระจายสินค้าผ่านพ่อค้ารวบรวมนอกจังหวัด ขายต่อให้กับพ่อค้าตลาดกลาง และขายต่อไปยังผู้บริโภค เท่ากับ 26.74 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 15.89 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย และกระจายสินค้าผ่านพ่อค้ารวบรวมในจังหวัด ขายต่อให้กับพ่อค้าตลาดท้องถิ่นและขายต่อไปยังผู้บริโภคเท่ากับ 32.68 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 18.75 ของราคาผู้บริโภค ในขณะที่ทุเรียนทั่วไปกระจายสินค้าผ่านพ่อค้ารวบรวมนอกจังหวัดขายต่อให้กับพ่อค้าตลาดกลางและขายต่อไปยังผู้บริโภค เท่ากับ 24.72 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 15.88 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย และกระจายสินค้าผ่านพ่อค้ารวบรวมในจังหวัด ขายต่อให้กับพ่อค้าตลาดท้องถิ่นและขายต่อไปยังผู้บริโภค เท่ากับ 29.24 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 18.25 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย ดังนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนทั่วไปในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น สำหรับส่วนเหลื่อมของตลาด พบว่าพ่อค้าปลีกเป็นผู้ที่ได้รับกำไรมากที่สุด ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็งเพื่อให้สามารถบริหารจัดการสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1 แนวคิดต้นทุนการผลิต

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร มีหลักเกณฑ์แนวคิดในการจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต คือ เป็นต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ เป็นต้นทุนการผลิตของผลผลิตของเกษตรกรและเป็นต้นทุนเฉลี่ย (ศิริวัฒน์ ทรงธนศักดิ์, 2562)

1) ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง

1.1) คิดค่าใช้จ่ายทุกกิจกรรม มีรายการที่ชัดเจนไม่ซ้ำซ้อน

1.2) คิดค่าใช้จ่ายเฉพาะที่เกษตรกรได้ใช้จ่ายไปในช่วงระยะเวลาการผลิตนั้น

1.3) คิดค่าใช้จ่ายทั้งที่จ่ายไปเป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด โดยค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินสดจากการจ้าง การซื้อ การเช่าทรัพย์สินและค่าเช่าที่ดิน ส่วนค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน คิดจากการประเมิน ค่าใช้จ่ายกรณีการใช้แรงงาน วัสดุปัจจัย เครื่องมือของตนเองหรือของครัวเรือน ที่ไม่ได้จ้าง ไม่ได้ซื้อ ไม่ได้เช่า

1.4) คิดค่าเสียโอกาสเงินลงทุน ซึ่งเป็นการประเมินโดยการคำนวณใส่ไว้ใน โครงสร้างต้นทุนเป็นค่าใช้จ่ายไม่เป็นเงินสดด้วย ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์จะแตกต่างจากต้นทุนทางบัญชี ตรงที่ต้นทุนทางบัญชีจะคิดเฉพาะรายการที่เป็นเงิน

2) ต้นทุนการผลิตของผลผลิตของเกษตรกร หมายถึง

2.1) เป็นต้นทุนของผลผลิตที่ยังอยู่ในมือของเกษตรกร

2.2) ค่าใช้จ่ายที่นำมาคิดเป็นต้นทุนการผลิตจะคิดตั้งแต่เริ่มต้นการผลิต

2.3) เป็นต้นทุนค่าใช้จ่าย ณ ไร่นา ไม่รวมค่าขนส่งผลผลิตไปขาย

3) ต้นทุนเฉลี่ย หมายถึง

3.1) คิดค่าใช้จ่ายของเกษตรกรทุกรายที่เป็นตัวอย่าง ไม่ใช่ของรายใดรายหนึ่ง

3.2) คำนวณต้นทุนด้วยวิธีเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

4) โครงสร้างต้นทุนการผลิตไม้ยืนต้น

เนื่องจากไม้ผล ไม้ยืนต้น เป็นพืชที่ปลูกครั้งเดียวสามารถยืนต้น และให้ผลผลิตได้หลายปี การคิดต้นทุนเฉพาะปีที่ให้ผลผลิตอย่างเดียวจะทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน เพราะก่อนที่มีผลผลิตให้เก็บเกี่ยว เกษตรกรต้องลงทุนในกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเตรียมดิน การปลูก และการบำรุงรักษาจนกว่าจะให้ผลผลิต ดังนั้น การคิดต้นทุนการผลิตไม้ผลไม้ยืนต้นจึงแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ต้นทุนก่อนให้ผลผลิต เป็นการนำค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปีแรกจนถึงปีก่อนให้ผลผลิต นำไปคิดเฉลี่ยตามหลักวิชาการแล้วนำไปกระจายเป็นค่าใช้จ่ายต่อปีในทุกช่วงอายุที่ให้ผลผลิต และ ต้นทุนช่วงให้ผลผลิต เป็นการนำค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นทุกกิจกรรมตั้งแต่ปีที่เริ่มให้ผลผลิตจนถึงสิ้นอายุขัย ดังนั้นต้นทุนรวมต่อไร่ต่อปีของไม้ผลไม้ยืนต้น เท่ากับ ต้นทุนก่อนให้ผลผลิต บวกด้วย ต้นทุนช่วงให้ผลผลิตต่อไร่

จากแนวคิดต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ที่คิดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในช่วงเวลาของการผลิตใช้เท่าไรก็คิดค่าใช้จ่ายเท่านั้น คิดทั้งที่จ่ายไปเป็นเงินสด และไม่เป็นเงินสด จากการจ้างแรงงานการซื้อหาปัจจัยการผลิต วัสดุอุปกรณ์และการเช่าที่ดิน นอกจากนี้ยังคิดค่าเสียโอกาสเงินลงทุนไว้ด้วย ซึ่งต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ จะแตกต่างจาก

ต้นทุนทางบัญชี คือ ต้นทุนทางบัญชีจะคิดเฉพาะรายการที่เป็นเงินสดเท่านั้น โดยโครงสร้างต้นทุนการผลิตพืชจะมีองค์ประกอบ ดังนี้

4.1) ต้นทุนผันแปร

(1) ค่าแรงงาน ได้จากค่าแรง ค่าจ้างทั้งแรงงานคน เครื่องจักร ในกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

(1.1) ค่าเตรียมดิน ประกอบด้วย ค่าจ้างไถกลบหน้าดิน ไถระเบิดดินดาน ไถปั่น ไถแปร คราด ทำเทือก ชักร่อง ซึ่งกิจกรรมเตรียมดินจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการปลูกของแต่ละชนิดพืชและแต่ละพื้นที่

(1.2) ค่าปลูก ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและชนิดพืชที่ปลูก คือ ค่าจ้าง ปัก ดำ หว่าน หยอด วางแนว ขุดหลุม นำต้นพันธุ์ลงปลูกในหลุมพร้อมกลบและปักไม้ค้ำ รวมทั้งปลูกพืชคลุมดิน

(1.3) ค่าดูแลรักษา ประกอบด้วย ค่าจ้างดายหญ้า ตัดหญ้า พรวนดิน ให้น้ำ ใส่ปุ๋ย ฉีดพ่นยาสารปราบวัชพืช/ศัตรูพืช รวมทั้งการตัดแต่งกิ่ง ใบ ทรงพุ่ม (ถ้ามี)

(1.4) ค่าเก็บเกี่ยว เป็นค่าจ้างในกิจกรรมเก็บเกี่ยวผลผลิต หมายถึงทุกกิจกรรมตั้งแต่เก็บเกี่ยว ขุด หัก กรีด เก็บ มัดรวบรวม ขน ตาก แปรรูปอย่างง่าย การคิดค่าจ้างแล้วแต่จะตกลงกัน คือ คิดเป็นค่าจ้างรายวัน (บาทต่อวัน) คิดต่อหน่วยผลผลิต (บาทต่อกก.) หรือคิดเป็นเนื้อที่ (บาทต่อไร่) โดยนำความสามารถของแรงงานมาพิจารณาด้วย

(2) ค่าวัสดุ ประกอบด้วย

(2.1) ค่าพันธุ์ เมล็ดพันธุ์ กล้าพันธุ์ ท่อนพันธุ์ กิ่งพันธุ์ ต้นพันธุ์ กรณีไม้ผลไม้ยืนต้นจะหมายรวมทั้งที่ปลูกในปีแรกและปลูกซ่อม

(2.2) ค่าปุ๋ย ที่เกษตรกรใช้ เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยชีวภาพ และปุ๋ยเคมี

(2.3) ค่าสารกำจัดวัชพืชและศัตรูพืช เช่น สารป้องกันและฆ่าหญ้า สารป้องกันและปราบโรคแมลงและศัตรูพืชอื่น ๆ

(2.4) ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าไฟฟ้าที่ใช้กับเครื่องจักรเครื่องมือที่ใช้ในกิจกรรมการผลิตที่เกษตรกรมีไว้ใช้เอง ไม่ได้จ้างหรือจ้างเฉพาะค่าแรง

(2.5) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและวัสดุอื่น ๆ ที่มีอายุใช้งานไม่เกิน 1 ปี อาทิ ถุงพลาสติก ถุงกระสอบ เชือก ตอก เข่ง ถุงมือ ถุงเท้า รองเท้าบูท ที่เกษตรกรใช้ในกิจกรรมการผลิต

(2.6) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์และทรัพย์สิน เป็นค่าซ่อมแซมอุปกรณ์เครื่องจักรเครื่องมือทรัพย์สินโรงเรือนที่เกษตรกรมีไว้ใช้เองในกิจกรรมการผลิต และเป็นอุปกรณ์ชุดเดียวกับที่คิดค่าเสื่อมราคา

(3) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากคำนวณประเมินการลงทุนในมูลค่าปัจจัยผันแปรทั้งหมดในช่วงหรือรุ่นการผลิตหนึ่งๆ ซึ่งมูลค่าปัจจัยที่นำมาใช้ในการผลิตต้องเสียโอกาสที่จะนำไปใช้ในกิจกรรมอื่นๆ เช่น ฝากธนาคาร หรือให้กู้ยืม จึงต้องมีการคิดค่าเสียโอกาสจากการใช้ทรัพยากรนั้น

$$OPC = TVC\left(\frac{M}{12}\right)(i)$$

โดยที่ OPC = ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในต้นทุนผันแปร

TVC = ต้นทุนผันแปรทั้งหมดต่อไร่ ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด

M = ช่วงเวลาการผลิต(เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยวผลผลิต

i = อัตราค่าเสียโอกาส ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ธ.ก.ส. (ปี 2567 ร้อยละ 6.725)

4.2) ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่ประกอบด้วยปัจจัยคงที่ต่าง ๆ ดังนี้

(1) ค่าเช่าที่ดิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการนำที่ดินไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมชนิดนั้น ๆ ซึ่งจะแสดงเป็นเงินสดในกรณีที่มีการเช่าที่ดินเกิดขึ้นจริง และไม่เป็นเงินสดในกรณีที่ดินนั้นเป็นที่ดินของตนเอง ซึ่งจะต้องประเมินมูลค่าของค่าเช่าที่ดิน ทั้งนี้ค่าเช่าที่ดินได้รวมถึงค่าภาษีที่ดินเรียบร้อยแล้ว ซึ่งค่าภาษีที่ดินจะต้องแสดงเป็นเงินสด แต่เนื่องจากมีมูลค่าเพียงเล็กน้อยจึงมิได้แยกมูลค่าออกมาชัดเจน ดังนั้นจึงให้ถือรวมเป็นค่าเช่าที่ดินเพียงรายการเดียว

(2) ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการกระจายมูลค่าของทรัพย์สินที่ซื้อไว้ใช้งานในการผลิต หรือเป็นการปันส่วนที่คิดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์อย่างมีระบบตลอดอายุการใช้ประโยชน์ของทรัพย์สินนั้น โดยจะคิดประเมินเป็นมูลค่าต่อไร่ ไม่เป็นเงินสด ซึ่งการประเมินค่าเสื่อมหรือค่าสึกหรอสามารถคำนวณได้หลายวิธี โดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรคิดค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินแบบวิธีเส้นตรงซึ่งเป็นวิธีการคำนวณที่ง่ายที่สุด และนิยมใช้กันมาก ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ใช้วิธีการนี้

$$D = \frac{(BV-SV)}{N}\left(\frac{M}{12}\right)(U)\left(\frac{1}{A}\right)$$

โดยที่ D = ค่าเสื่อมราคาต่อปีทรัพย์สิน

BV = มูลค่าแรกซื้อหรือสร้างทรัพย์สิน

SV = มูลค่าซากของทรัพย์สินเมื่อหมดอายุการใช้งาน

M = ช่วงเวลาการผลิต (เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยวผลผลิต

N = อายุการใช้งานของทรัพย์สิน

U = ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิตพืชนี้

A = เนื้อที่เพาะปลูก

ในกรณีที่ ได้จ้างแรงงานรวมเครื่องมืออุปกรณ์ และคิดเป็นค่าจ้างไปแล้วไม่นำเครื่องมือนั้นมาคิดค่าเสื่อมอีก เพราะไม่ได้เป็นทรัพย์สินอุปกรณ์ของเกษตรกรเอง

(3) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่เสียโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการนำปัจจัยประเภททุนไปใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ ที่สามารถสร้างผลผลิตได้ และการคิดอัตราค่าเสียโอกาสนั้นจะใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้จาก ธ.ก.ส. เช่นเดียวกับการคิดค่าเสียโอกาสการลงทุนในปัจจัยผันแปร สำหรับการคำนวณค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สินนั้น ถ้าเป็น การคำนวณต้นทุนการผลิตในรอบ 1 ปีการผลิต มูลค่าปัจจัยคงที่ที่นำมาคิดค่าเสียโอกาส นิยมใช้ค่าเฉลี่ยของมูลค่าทรัพย์สินต้นปีและปลายปีบางครั้งอาจมีปัญหาเกี่ยวกับมูลค่าปลายปีอาจใช้มูลค่าต้นปีอย่างเดียวก็ได้ หรือถ้าต้องการขจัดปัญหาการประเมินราคาอาจจะใช้วิธีการคิดค่าเสียโอกาสโดยใช้มูลค่าแรกซื้อหรือสร้างบวกด้วยมูลค่าซากหารด้วย 2 ซึ่งจะเป็นการกระจายค่าเสียโอกาสที่มีค่าคงที่ทุกปี แต่ในแนวคิดจะใช้วิธีตีราคามูลค่าซากให้เป็นศูนย์หรือไม่มีมูลค่าซากเพื่อลดความยุ่งยากในการคำนวณ ดังนี้

$$OPI = \frac{(BV+EV)}{2}\left(\frac{M}{12}\right)(i)(U)\left(\frac{1}{A}\right)$$

โดยที่ OPI = ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สิน

BV = มูลค่าแรกซื้อหรือสร้างสินทรัพย์

EV = มูลค่าซากของทรัพย์สินเมื่อหมดอายุการใช้งาน

M = ช่วงเวลาการผลิต (เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยวผลผลิต

i = อัตราค่าเสียโอกาส ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ธ.ก.ส. (ปี 2567 ร้อยละ 6.725)

U = ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิตพืชนี้

A = เนื้อที่เพาะปลูก

(4) ต้นทุนเฉลี่ยก่อนให้ผลผลิต หมายถึง การนำค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในช่วงอายุที่ยังไม่ให้ผลผลิตของไม้ผลไม้ยืนต้น นำมาเฉลี่ยไว้ในต้นทุนการผลิตช่วงให้ผลผลิตที่เท่ากันทุกปีตลอดอายุขัยของพืชด้วย เป็นการคำนวณค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดตั้งแต่ปีแรก ถึงปีก่อนให้ผลผลิต และนำไปปรับลดมูลค่าด้วย วิธี Discount Factor (DF) แล้วจึงนำไปกระจายเป็นค่าใช้จ่ายต่อปี ในทุกช่วงอายุที่ให้ผลผลิต ด้วยวิธี Cost Recovery Factor (CRF) หรือ คือ (ต้นทุนรวมต่อไร่ ปีที่ 1 + ผลรวมต้นทุนรวมต่อไร่ ปีที่ 2 ถึงปีก่อนเก็บเกี่ยว) × DF × CRF ซึ่งคำนวณหาค่า DF และ CRF ดังนี้

(4.1) หาค่าตัวร่วมส่วนลดจากการคิดลด Discount Factor (DF) มาทอน ค่าต้นทุนต่อไร่ที่เกิดขึ้นรวมทุกปีก่อนให้ผลผลิต ให้ไปเท่ากับจำนวนปีที่เก็บเกี่ยวได้แล้ว และใช้อัตราดอกเบี้ยที่กำหนด โดยค่า DF คำนวณได้จาก สูตร

$$DF = \frac{1}{(1+r)^t}$$

โดยที่ r = อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของ ธ.ก.ส. (ปี 2567 ร้อยละ 0.35)

t = จำนวนปีคิดลด โดยคำนวณจากอายุเฉลี่ยของพืชที่สำรวจได้ (ปี) – อายุก่อนให้ผลผลิต (2 ปี)

(4.2) หาค่า ตัวกอบกู้ทุน เพื่อนำต้นทุนก่อนให้ผลผลิต กระจายไปทุกปีของการเก็บเกี่ยวตั้งแต่ปีเริ่มต้นเก็บเกี่ยวจนหมดอายุขัยทางเศรษฐกิจของพืชนั้น โดยเทียบกับค่า CRF (Cost Recovery Factor) ที่ได้จาก สูตร ดังนี้

$$CRF = \frac{r}{1-\frac{1}{(1+r)^k}}$$

โดยที่ r = อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของ ธ.ก.ส. (ปี 2567 ร้อยละ 0.35)

k = จำนวนปีอายุขัยที่เก็บเกี่ยว (15 ปี) - – อายุก่อนให้ผลผลิต (2 ปี) = 13 ปี

4.3) ต้นทุนรวมต่อไร่ หรือต้นทุนต่อพื้นที่ (บาทต่อไร่) คำนวณได้จากการรวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด ที่ใช้ไปในการลงทุนการผลิตพืชนั้น ทั้งต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่

4.4) ต้นทุนต่อกิโลกรัมหรือต้นทุนต่อหน่วย (บาทต่อกิโลกรัม) คำนวณได้จากต้นทุนรวมต่อไร่หารด้วย ผลผลิตต่อไร่

5) แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน

ผลตอบแทน (Revenue) คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลผลิตที่ทำการผลิตการพิจารณาผลตอบแทน การผลิตจะมากหรือน้อยเพียงใด สามารถวิเคราะห์จากรายได้ทั้งหมด ต้นทุนทั้งหมด และกำไรสุทธิโดยคิดเฉลี่ยต่อพื้นที่เพาะปลูก 1 ไร่ ดังนี้

รายได้ทั้งหมด = ราคาผลผลิต x จำนวนผลผลิต
ต้นทุนทั้งหมด = ต้นทุนผันแปร + ต้นทุนคงที่
กำไรสุทธิ = รายได้ทั้งหมด – ต้นทุนทั้งหมด

2.2.2 วิถีการตลาด (Marketing Channel)

ตลาด คือ การที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาทำการซื้อขายซึ่งกันและกัน หรือบริเวณที่อุปสงค์และอุปทานที่มีสภาพคล้ายคลึงกันมาพบกัน ซึ่งตลาดนั้นอาจมีสถานที่หรือไม่มีสถานที่หรืออาจมีรูปแบบ (Formal) หรือไม่มีรูปแบบก็ได้ (Informal) (สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์, 2548)

ตลาดที่มีรูปแบบ คือ ตลาดที่ผู้เข้ามาทำธุรกิจในตลาดนั้น จะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ตลาดกำหนดไว้ ส่วนตลาดที่ไม่มีรูปแบบ คือ ตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถตกลงซื้อขายกันอย่างไรก็ได้ การตลาดสินค้าเกษตรเป็นผลการดำเนินการต่างๆ ของธุรกิจในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากจุดเริ่มต้นของการผลิตสินค้าเกษตรจนกระทั่งสินค้าเหล่านั้นถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย จะเห็นว่าการตลาดสินค้าเกษตรจะเริ่มจากเกษตรกรขายสินค้าและไปสิ้นสุดเมื่อสินค้านั้นไปสู่มือผู้บริโภค และจะต้องมีบุคคลหรือผู้ทำหน้าที่การตลาดมาทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า กิจกรรมการตลาดจะเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องกันและจะต้องมีการประสานงานกัน (Coordination) ทั้งนี้ เนื่องจากกิจกรรมต่าง ๆ ของการตลาดมีผู้ทำหลายกลุ่มด้วยกัน แต่ละกลุ่มต่างมีความเห็นในเรื่องการตลาดที่แตกต่างกัน กลุ่มผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในราคาที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เกษตรกรผู้ผลิตต้องการผลตอบแทนจากการขายผลผลิตให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ส่วนหน่วยต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่อยู่ระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคก็หวังกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ความขัดแย้งอาจเกิดขึ้นเนื่องจากเป้าหมายแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน การแก้ไขปัญหาการตลาดจึงเป็นปัญหาแบบลูกโซ่และไม่มีที่สิ้นสุด

วิถีการตลาด หมายถึง การแสดงให้ทราบว่าสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตแล้วไปสู่คนกลางประเภทใดบ้าง คนกลางแต่ละประเภทได้รับในปริมาณเท่าใด ก่อนสินค้านั้นไปสู่มือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยปกติจะแสดงปริมาณในรูปร้อยละ สินค้าบางชนิดก่อนเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตอาจมีรูปร่างอย่างหนึ่ง แต่เมื่อถึงมือผู้บริโภคอาจมีรูปร่างอีกอย่างหนึ่ง สินค้าบางชนิดอาจเกิดความสูญเสียระหว่างการเคลื่อนย้าย ดังนั้นในการวิเคราะห์วิถีการตลาดจำเป็นต้องยึดถือลักษณะใดลักษณะหนึ่งเป็นหลักแล้วเทียบลักษณะที่ไม่เหมือนกันให้เป็นหน่วยเดียวกันกับลักษณะที่ยึดเป็นหลักจึงทำการวิเคราะห์ได้

2.2.3 ส่วนเหลื่อมการตลาด (Marketing Margin)

ส่วนเหลื่อมการตลาด (Marketing Margin) หมายถึง ความแตกต่างระหว่างราคาที่ผู้บริโภคจ่ายหรือราคาขายปลีก (Retail Price: Pr) กับราคาที่ผู้ผลิตหรือเกษตรกรได้รับ (Farm Price: Pf) โดยส่วนเหลื่อมการตลาดประกอบด้วย ต้นทุนการตลาดทั้งหมดที่ใช้ประกอบการพิจารณา การดำเนินการธุรกิจรวมถึงกำไรของผู้ประกอบการ

ประเภทต่าง ๆ ส่วนเหลื่อมการตลาดที่สูงมากอาจมีสาเหตุมากจากต้นทุนการตลาดที่สูง ซึ่งเป็นผลมาจากขั้นตอนและกิจกรรมการตลาดที่มีจำนวนมากของผู้ประกอบการประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์, 2548) โดยส่วนเหลื่อมการตลาด สามารถคำนวณได้ดังสมการ

$$M = P_r - P_f$$

โดยที่ M = ส่วนเหลื่อมการตลาด

P_r = ราคาขายปลีก

P_f = ราคาขายฟาร์ม

เนื่องจากในระบบตลาดสินค้าเกษตรโดยทั่วไปผู้ผลิตและผู้บริโภคมิได้ซื้อขายกันโดยตรง ผู้ผลิตและผู้บริโภคอยู่กันคนละแห่งประกอบกับลักษณะสินค้าเกษตรที่ผู้ผลิตผลิตได้ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในลักษณะที่ผู้บริโภคต้องการจึงต้องมีคนกลางทางการตลาดประเภทต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ราคาขายปลีกที่ผู้บริโภคจ่าย สะท้อนถึงอุปสงค์ของผู้บริโภคต่อสินค้านั้น ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคา ในระดับขายปลีก ซึ่งเรียกว่าอุปสงค์ขั้นปฐมหรือขั้นต้น (Primary Demand) ซึ่งเป็นความต้องการที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความต้องการต่อปัจจัยการผลิตที่ใช้ผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการในขั้นปฐมดังกล่าว และรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะถูกนำไปใช้ในกระบวนการตลาด ความต้องการปัจจัยการผลิตในระดับฟาร์มเป็นความต้องการของเกษตรกร ส่วนปัจจัยที่ใช้ในกระบวนการตลาดเป็นความต้องการของคนกลางประเภทต่าง ๆ ในการทำธุรกิจ คนกลางไม่ได้เป็นผู้บริโภคสินค้าเอง ซึ่งความต้องการของคนกลางเหล่านี้เรียกว่าอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาในระดับฟาร์ม และระดับคนกลางประเภทต่าง ๆ ก่อนถึงระดับขายปลีก โดยส่วนเหลื่อมการตลาด แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1) ต้นทุนการตลาด หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ปัจจัยต่าง ๆ ในการผลิตสินค้าแปรรูปและการทำหน้าที่การตลาดอื่น ๆ เช่น การซื้อ การขาย การเก็บรักษา การขนส่ง การเสี่ยงภัย การบริการด้านการเงิน การแบ่งชั้นคุณภาพ เป็นต้น โดยนับตั้งแต่จุดที่สินค้าเริ่มเคลื่อนย้ายจากมือผู้ผลิตหรือเกษตรกรไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย ผลตอบแทนที่ได้นั้นประกอบไปด้วย ค่าจ้าง ค่าเช่า และค่าดอกเบี้ย ซึ่งคือผลตอบแทนต่อแรงงาน ที่ดินหรืออาคารสำนักงาน และทุน ตามลำดับ ในการพิจารณาต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิด จำเป็นต้องทราบถึงวิถีการตลาดของสินค้านั้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เช่น บางอย่างเน่าเสียง่าย บางอย่างต้องมีกระบวนการแปรรูปหลายขั้นตอน บางอย่างผลิตได้เฉพาะบางฤดูกาล ทำให้จำนวนคนกลางในตลาดสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน อันเป็นผลให้ส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดแต่ละประเภทมีมากน้อยแตกต่างกันไป

2) ค่าบริการการตลาด หมายถึง ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางในตลาดแต่ละระดับ ได้แก่ ผลตอบแทนหรือกำไรต่อการบริการของผู้ขายปลีก ผู้ขายส่ง ผู้รวบรวม นายหน้าและผลตอบแทนต่อกิจกรรมการแปรรูปของพ่อค้าแปรรูป ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางตลาดในแต่ละระดับนั้นจะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า เมื่อพิจารณาส่วนประกอบของส่วนเหลื่อมการตลาดจะเห็นว่าส่วนเหลื่อมการตลาดเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่ช่วยในการศึกษาพฤติกรรมการดำเนินการของระบบการตลาดของสินค้านั้น ๆ โดยชี้ให้เห็นว่า เงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะตกไปถึงมือผู้ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้แปรรูป พ่อค้าในระดับตลาดต่าง ๆ เป็นสัดส่วนเท่าไร ผู้ใด และในตลาดระดับใดมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างมากน้อยเพียงใด ตลอดจนพ่อค้าในระดับใดได้รับผลตอบแทนเป็นสัดส่วนมากน้อยเพียงใด ทั้งยังช่วยในการวิเคราะห์การตลาดของสินค้านั้นด้วย เมื่อพิจารณาว่าส่วนเหลื่อมการตลาด

มีแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งแล้ว อาจจะสามารถศึกษาและวิเคราะห์ได้ว่าเหตุใดส่วนเหลื่อมการตลาดของสินค้านั้น ๆ มีแนวโน้มไปในลักษณะเช่นนั้น พฤติกรรมส่วนใดในระบบตลาดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนั้น เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนเหลื่อมการตลาด ได้แก่

1) ระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปเปลี่ยนแปลงจะทำให้ราคาสินค้าและต้นทุนการตลาดเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะส่งผลให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลง

2) ปริมาณสินค้าที่เข้าสู่ตลาด สินค้าเกษตรกรรมส่วนใหญ่ออกเป็นฤดูกาล อุปทานไม่สม่ำเสมอตลอดปีช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมากและมีผลผลิตส่วนเกินเข้าตลาดมากขึ้นจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดสูงขึ้น ต้นทุนการตลาดต่อหน่วยผลผลิตลดลง ระดับราคาขายปลีกก็จะลดลงเป็นผลทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดลดลง

3) การปรับปรุงเทคโนโลยีต่าง ๆ ของคนกลางทางการตลาดประเภทต่าง ๆ หากเทคโนโลยีดีขึ้นต้นทุนการตลาดจะลดลง ส่วนเหลื่อมการตลาดก็จะลดลง

4) การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ต้องการสินค้าใดในลักษณะสินค้าสำเร็จรูปมากขึ้น คนกลางต้องเพิ่มบริการการตลาดมากขึ้นและให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปก็จะทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มขึ้น

5) ลักษณะตลาด ในตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ระบบข่าวสารไม่ดีพ่อค้าจะได้เปรียบทางการค้า จะสามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าที่ควร พ่อค้าจะได้รับผลตอบแทนหรือกำไรเบื้องต้นสูงเกินควรทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น

6) การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เช่น การเพิ่มขึ้นของอัตราค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุ อุปกรณ์ค่าธรรมเนียม ค่าภาษีอากรต่าง ๆ ย่อมมีผลกระทบต่อต้นทุนและทำให้ส่วนเหลื่อมการตลาดเปลี่ยนแปลง

บทที่ 3
ข้อมูลทั่วไป

การผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในพื้นที่จังหวัดตรังปีการผลิต 2567 ทำให้ทราบถึงข้อมูลสถานการณ์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ข้อมูลด้านการผลิต การตลาด และข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกร โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 สถานการณ์พริกไทยในตลาดโลก

3.1.1 สถานการณ์การผลิตพริกไทย

ภาพรวมจากการศึกษาสถานการณ์การผลิตพริกไทยของโลกในช่วงปี พ.ศ. 2562–2566 พบว่าโครงสร้างการผลิตพริกไทยของโลกมีลักษณะค่อนข้างคงที่ โดยประเทศผู้ผลิตหลักยังคงเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียและอเมริกาใต้ ได้แก่ อินโดนีเซีย อินเดีย เวียดนาม และบราซิล ขณะที่บูร์กินาฟาโซในทวีปแอฟริกามีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีรายละเอียดสถานการณ์ เนื้อที่ให้ผล ปริมาณผลผลิต และปริมาณผลผลิตต่อไร่ดังนี้

1) การผลิตพริกไทยของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ

1.1) เนื้อที่ให้ผล ของประเทศผู้ผลิตพริกไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 - 2566

เนื้อที่ให้ผลรวมของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 4,123 พันไร่ในปี 2562 เป็น 4,337 พันไร่ในปี 2564 ก่อนจะปรับลดลงเหลือ 4,190 พันไร่ในปี 2566 โดยระหว่างปี พ.ศ. 2562 – 2566 ทั้งโลกมีพื้นที่ปลูกพริกไทยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 0.40 จะเห็นได้ว่าภาพรวมการปลูกพริกไทยในระดับโลกค่อนข้างคงที่ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายประเทศ ประเทศอินโดนีเซีย เป็นหนึ่งในผู้ปลูกพริกไทย รายใหญ่ที่สุดในโลก มีอัตราการลดลงของพื้นที่ปลูกร้อยละ 2.40 เนื่องจากบางภูมิภาคมีการเปลี่ยนไปปลูกพืชผลที่ได้รับกำไรมากขึ้น เช่น กาแฟ และ กล้วย และความผิดปกติของสภาพอากาศ (Tridge, 2024) รองลงมา คือ ประเทศอินเดีย ส่วนใหญ่ปลูกพริกไทยเพื่อบริโภคในประเทศเองก่อนส่งออก ทำให้แรงจูงใจในการขยายพื้นที่ปลูกอาจไม่ชัดเจนเท่ากับประเทศที่เน้นส่งออก และเกษตรกรอินเดียเปลี่ยนไปปลูกพืชเศรษฐกิจอื่น เช่น ผักหรือพืชอื่นที่เหมาะกับสภาพแวดล้อมและให้ราคาดีในตลาดภายในประเทศ (iGrain, 2024) ประเทศเวียดนาม เป็นผู้ผลิตและส่งออกพริกไทยอันดับต้น ๆ ของโลก แต่พื้นที่ปลูกมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 2.08 เนื่องจากเกษตรกรลดการขยายแปลงปลูกจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ต้องเผชิญกับภาวะแล้งหรือฝนที่ไม่สม่ำเสมอส่งผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรว่าจะปลูกต่อหรือปรับเปลี่ยนพืช และบางพื้นที่เกษตรกรเลือกเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นที่ให้ราคาดีกว่า เช่น ทุเรียน ซึ่งมีความต้องการสูงในตลาดโลก (Vietbao News, 2022) ประเทศบูร์กินาฟาโซเป็นผู้ผลิตพริกไทยหลักของแอฟริกา มีอัตราการเติบโตของพื้นที่ปลูกร้อยละ 8.56และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของการผลิตพริกไทยสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในแอฟริกา เนื่องจากมีการขยายพื้นที่ปลูกและการผลิตเพื่อรองรับความต้องการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ (IndexBox, 2024) และ ประเทศบราซิล มีพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตลอดช่วง 5 ปี ร้อยละ 3.74 เนื่องจากราคาพริกไทยในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้น ทำให้การขยายพื้นที่ปลูกเพื่อรองรับความต้องการในการส่งออกจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งของเกษตรกรและรัฐ รวมถึง บางภูมิภาคของบราซิลมีสภาพอากาศเอื้ออำนวย

สำหรับการปลูกพริกไทย ทำให้สามารถขยายพื้นที่ปลูกได้เพิ่มขึ้นโดยเกษตรกรมีความมั่นใจในการลงทุนปลูกพริกไทยมากขึ้น (Viet Nam National Administration of Tourism, 2025) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เนื้อที่ให้ผล ของประเทศผู้ผลิตพริกไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 – 2566

หน่วย: พันไร่

ประเทศ	2562	2563	2564	2565	2566	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รวมทั้งโลก	**4,123**	**4,297**	**4,337**	**4,286**	**4,190**	**0.40**
เวียดนาม	694	706	699	673	638	-2.08
บราซิล	221	233	237	258	256	3.74
อินโดนีเซีย	1,186	1,198	1,180	1,090	1,076	-2.40
บูร์กินาฟาโซ	419	494	534	604	582	8.56
อินเดีย	863	856	835	806	792	-2.12

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567 อ้างในถึง องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.)

1.2) ปริมาณผลผลิต ของประเทศผู้ผลิตพริกไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 - 2566

ปริมาณผลผลิตพริกไทยรวมของโลก พบว่า อยู่ในช่วงประมาณ 781–868 พันตัน โดยมีปริมาณเพิ่มขึ้นในปี 2564 ก่อนจะลดลงเล็กน้อยในปี 2565 และ 2566 ในช่วงปี พ.ศ. 2562–2566 ผลผลิตรวมทั้งโลกมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.22 มีประเทศเวียดนามเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ รองลงมา คือ บราซิลและอินโดนีเซีย เมื่อพิจารณารายประเทศ พบว่า ประเทศเวียดนาม ผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก ในช่วงปี 2562–2566 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.76 ทิศทางดังกล่าวสอดคล้องกับรายงานที่ระบุว่า เวียดนามเผชิญผลกระทบจากสภาพอากาศที่แปรปรวน เช่น ภัยแล้งและฝนไม่สม่ำเสมอ รวมถึงการปรับลดพื้นที่ปลูกเพื่อควบคุมอุปทานและรักษาเสถียรภาพราคา (Viet Bao, 2022) รองลงมา คือ ประเทศบราซิล มีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.89 เนื่องจากมีการขยายตัวของพื้นที่ปลูก โดยได้รับแรงสนับสนุนจากราคาตลาดโลกที่อยู่ในระดับจูงใจ และสภาพภูมิอากาศในบางภูมิภาคที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก ทำให้เกษตรกรมีแรงจูงใจลงทุนเพิ่มขึ้น (IndexBox, 2024) ในทางตรงกันข้าม ประเทศอินโดนีเซีย มีอัตราผลผลิตลดลงร้อยละ 5.56 ปัจจัยสำคัญมาจากการเปลี่ยนแปลงภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนไปปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า และเกษตรกรมีสารตกค้างจากยาฆ่าแมลงจากการใช้สารเคมีมากเกินไป รวมถึงมีการใช้เมล็ดที่มีคุณภาพต่ำทำให้ผลผลิตลดลง (Tridge, 2024) สำหรับ ประเทศบูร์กินาฟาโซ มีอัตราผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.20 เนื่องจากมีการขยายบทบาทของประเทศผู้ผลิตในภูมิภาคแอฟริกา โดยมีการเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ (IndexBox, 2024) ส่วนประเทศอินเดีย การผลิตไม่เปลียนแปลง เนื่องจากการตลาดภายในประเทศยังไม่เอื้อให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนดีเพียงพอในการขยายพื้นที่ปลูก แต่บางช่วงการผลิตลดลงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ซึ่งกระทบต่อผลผลิต (NDTV Profit, 2024)

แม้ว่าผลผลิตพริกไทยโลกจะเพิ่มขึ้นในภาพรวม แต่เมื่อพิจารณารายประเทศพบความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยประเทศในอเมริกาใต้และแอฟริกามีปริมาณการผลิตขยายตัว ขณะที่บางประเทศในเอเชียมีปริมาณลดลงหรือทรงตัว ซึ่งสะท้อนถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศ โครงสร้างตลาด และแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ปริมาณผลผลิต ของประเทศผู้ผลิตพริกไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 – 2566

หน่วย: พันตัน

ประเทศ	2562	2563	2564	2565	2566	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รวมทั้งโลก	**783**	**781**	**868**	**866**	**855**	**2.22**
เวียดนาม	265	270	276	272	257	-0.76
บราซิล	109	115	118	129	127	3.89
อินโดนีเซีย	88	86	83	75	70	-5.56
บูร์กินาฟาโซ	54	63	68	77	74	8.20
อินเดีย	66	66	65	65	66	0.00

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567 อ้างในถึง องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.)

1.3) ปริมาณผลผลิตพริกไทยต่อไร่ ของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 – 2566

ผลผลิตต่อไร่ ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพการผลิต พบว่า ค่าเฉลี่ยของโลกอยู่ในช่วง 184–204 กิโลกรัมต่อไร่ ในช่วง ปี 2562–2566 ผลผลิตรวมทั้งโลกมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.79 ประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุด คือ บราซิล รองลงมา คือ เวียดนาม ในขณะที่ บูร์กินาฟาโซ อินโดนีเซีย และอินเดีย แม้จะมีเนื้อที่ให้ผลและผลผลิตรวมในระดับสูง แต่กลับมีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณารายประเทศ พบว่าประเทศบราซิล เป็นประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุดในกลุ่มทั้ง 5 ประเทศ แม้มีอัตราผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.10 แต่ผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 496 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2566 ซึ่งมากกว่าเกือบ 2.4 เท่า ของค่าเฉลี่ยโลกที่ 204 กิโลกรัมต่อไร่ เนื่องจาก เป็นการทำเกษตรแบบประณีต (Intensive Farming) ที่เน้นเทคโนโลยีสูง ปัจจัยหลักประกอบด้วยการใช้ระบบชลประทานอัจฉริยะ (Drip Irrigation) การจัดการสารอาหารที่เหมาะสม และสภาพภูมิอากาศในรัฐ Espírito Santo และ Pará ที่เอื้ออำนวยตลอดทั้งปี (Nedspice, 2024) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.35 เนื่องจาก เกษตรกรเวียดนามใช้ปุ๋ย และ มีการจัดการอย่างเป็นระบบ เน้นปลูกสายพันธุ์ที่ปรับปรุงเพื่อการค้า เกษตรกรปลูกแบบประณีต (Intensive farming) โดยมีจำนวนต้นต่อเฮกตาร์สูง ทำให้ผลผลิตรวมต่อพื้นที่สูงตามไปด้วย และมีการลงทุนในระบบน้ำสูง ทำให้สามารถประคองผลผลิตได้สม่ำเสมอแม้ในช่วงฤดูแล้ง ซึ่งต่างจากประเทศที่พึ่งพาฝนอย่างเดียว (IDH, 2023) ประเทศอินเดีย ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.89 แม้ระดับผลผลิตอยู่ต่ำกว่าโลกและบราซิล ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย และ บูร์กินาฟาโซ อัตราผลผลิตต่อไร่ลดลงร้อยละ 3.19 และ 0.39 ตามลำดับ เนื่องมากจากประเทศอินโดนีเซียมีสภาพอากาศแปรปรวนและฝนผิดฤดูส่งผลต่อการออกดอกและการติดผลของพริกไทย ปริมาณพื้นที่ปลูกที่ลดลง การใช้พันธุ์คุณภาพต่ำ และการจัดการดินและน้ำที่ไม่เหมาะสม (Rakhmad et al., 2024) รวมถึงมีการใช้สารตกค้างจากยาฆ่าแมลงจากการใช้สารเคมีมากเกินไป ทำให้ผลผลิตพริกไทยต่อไร่ของอินโดนีเซียอยู่ในระดับต่ำ (Tridge, 2024) ดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ปริมาณผลผลิตพริกไทยต่อไร่ ของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ 5 อันดับแรก ปี 2562 – 2566

หน่วย: กิโลกรัม/ไร่

ประเทศ	2562	2563	2564	2565	2566	อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รวมทั้งโลก	**190**	**184**	**200**	**202**	**204**	**1.79**
เวียดนาม	382	383	395	404	403	1.35
บราซิล	494	493	498	500	496	0.10
อินโดนีเซีย	74	72	70	69	65	-3.19
บูร์กินาฟาโซ	129	128	127	127	127	-0.39
อินเดีย	77	77	78	81	83	1.89

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567 อ้างในถึง องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.)

2) อุตสาหกรรมพริกไทยของประเทศเวียดนาม

จากข้อมูลของ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2568) ซึ่งอ้างอิงโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์ (2568) ระบุว่า อุตสาหกรรมพริกไทยของ เวียดนาม ในปี 2568 ผลผลิตพริกไทยลดลงต่อเนื่องเป็นปีที่สี่ สาเหตุสำคัญมาจากการที่เกษตรกรปรับเปลี่ยนพื้นที่เพาะปลูกไปสู่พืชเศรษฐกิจที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า อาทิ ทุเรียน กาแฟ และปาล์มน้ำมัน ประกอบกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น และอุปทานพริกไทยในตลาดโลกอยู่ในระดับที่จำกัด ด้านการค้า พบว่า ประเทศจีน เป็นตลาดนำเข้าหลักของเวียดนาม ได้ลดการนำเข้าพริกไทยจากเวียดนามในปี 2567 และเปลี่ยนไปนำเข้าจาก อินโดนีเซีย เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศจีนยังคงมีความต้องการบริโภคพริกไทยในระดับสูง และกลับมานำเข้าจากเวียดนามอีกครั้งในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว ปี 2568 ขณะเดียวกัน ตลาดสำคัญอย่าง สหรัฐอเมริกา และ สหภาพยุโรป ยังคงมีบทบาทเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการส่งออก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเครื่องเทศ ด้านการผลิต เวียดนามให้ความสำคัญกับแนวทางการเกษตรยั่งยืนมากขึ้น เช่น การปลูกพืชร่วม การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และการควบคุมศัตรูพืชด้วยชีววิธี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และยกระดับคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจาก “การผลิตเชิงปริมาณ” ไปสู่ “การผลิตเชิงคุณภาพ”

ในปี 2567 เวียดนามมีพื้นที่เพาะปลูกพริกไทยประมาณ 113,000 เฮกตาร์ และมีผลผลิตรวม 190,000 ตัน โดยคาดว่าพื้นที่เพาะปลูกจะลดลงเหลือประมาณ 110,000 เฮกตาร์ในระยะถัดไป จากปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศ โรคและแมลงศัตรูพืช ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น รวมถึงแรงจูงใจจากราคาพืชทางเลือก เช่น ทุเรียน และกาแฟ ส่งผลให้อุตสาหกรรมพริกไทยของเวียดนามมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าแทนการขยายพื้นที่เพาะปลูก ด้านการส่งออก เวียดนามส่งออกพริกไทยรวม 250,600 ตัน มูลค่าเกือบ 1,320 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแบ่งเป็นพริกไทยดำ 220,269 ตัน และพริกไทยขาว 30,331 ตัน มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นได้รับแรงสนับสนุนจากราคาส่งออกเฉลี่ยที่ปรับตัวสูงขึ้น ตลาดหลัก คือ สหรัฐอเมริกา รองลงมาคือตะวันออกกลางและยุโรป ขณะที่การส่งออกไปยัง อินเดีย มีปริมาณลดลง ในขณะเดียวกัน มีการนำเข้าพริกไทยเพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณนำเข้า 36,727 ตัน มูลค่า 176.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แหล่งนำเข้าหลัก ได้แก่ อินโดนีเซีย บราซิล และ กัมพูชา ซึ่งสะท้อนบทบาทของเวียดนามในฐานะ “ศูนย์กลางการนำเข้าเพื่อแปรรูปและส่งออก” ในห่วงโซ่อุปทานพริกไทยโลก

ในเชิงโครงสร้างอุตสาหกรรม ปัจจุบันเวียดนามมีผู้ประกอบการพริกไทยประมาณ 200 ราย โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 15 ราย ครองส่วนแบ่งการส่งออกร้อยละ 70 ของประเทศ และมีโรงงานแปรรูปประมาณ 14 แห่ง รวมถึงการลงทุนจากต่างประเทศ พร้อมการใช้เทคโนโลยีการผลิตตามมาตรฐานสากล ส่งผลให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกไทยที่หลากหลายและมีมูลค่าเพิ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก โดยเวียดนามมีการปรับกลยุทธ์อุตสาหกรรมพริกไทยจากการขยายกำลังการผลิตไปสู่การยกระดับคุณภาพ การแปรรูปเพิ่มมูลค่า และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันภายใต้ข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อมและต้นทุน แม้จะเผชิญความผันผวนของผลผลิต แต่การส่งออกยังคงขยายตัวในตลาดหลัก เช่น สหรัฐอเมริกา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ เยอรมนี

สถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดโอกาสเชิงธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการไทย ทั้งในด้านการนำเข้าเพื่อรองรับตลาดภายในประเทศ การส่งออกต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน การลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า ตลอดจนการพัฒนาระบบการผลิตพริกไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตของการส่งออกพริกไทยของไทยในระยะยาว

3.1.2. สถานการณ์การตลาดพริกไทยดำ

1) การตลาดพริกไทยดำ

ตลาดพริกไทยดำโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยข้อมูลจาก Tradologie (2025) ระบุว่า มูลค่าตลาดพริกไทยดำเพิ่มขึ้นจากประมาณ 3.86 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 เป็น 4.12 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ประมาณ ร้อยละ 6.70 ทั้งนี้ การขยายตัวของตลาดในระยะที่ผ่านมาได้รับแรงสนับสนุนจากหลายปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การใช้พริกไทยดำอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมอาหารและการปรุงรส การนำไปใช้ในแพทย์แผนดั้งเดิมและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การแพร่กระจายของวัฒนธรรมอาหารในระดับโลก ความนิยมของอาหารสะดวกซื้อและอาหารพร้อมรับประทาน ตลอดจนความตระหนักของผู้บริโภคต่อวัตถุดิบจากธรรมชาติที่เพิ่มขึ้น

ขณะเดียวกัน IMARC Group (2025) ซึ่งประเมินแนวโน้มตลาดในกรอบระยะยาว ระบุว่า ขนาดตลาดพริกไทยดำโลกคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 4.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็น 6.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2576 โดยตลาดจะขยายตัวด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยทบต้นต่อปี (CAGR) ประมาณ ร้อยละ 4.1 ในช่วงปี 2568–2576 การคาดการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงการเติบโตที่มีเสถียรภาพในระยะยาว แม้อัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีจะต่ำกว่าการประเมินในระยะสั้นของ Tradologie เนื่องจากการพิจารณาปัจจัยด้านอุปทาน ข้อจำกัดด้านทรัพยากรการผลิต และความผันผวนของตลาดโลกในระยะยาว

ถึงแม้ว่าการคาดการณ์ของ Tradologie และ IMARC Group จะมีความแตกต่างกันในด้านตัวเลขมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโตเฉลี่ยทบต้นต่อปี แต่ทิศทางการขยายตัวมีแนวโน้มที่สอดคล้องกัน เป็นผลมาจากความตระหนักด้านสุขภาพของผู้บริโภค การพัฒนาโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน การขยายตัวของรูปแบบค้าปลีกสมัยใหม่ในระดับโลก และการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ Market Growth Reports (2025) ที่กล่าวถึงการเติบโตของอาหารพร้อมรับประทานและอาหารบรรจุภัณฑ์ขยายตัว ร้อยละ 19

ระหว่างปี 2564–2566 รวมถึงความตระหนักถึงคุณประโยชน์ของสารไพเพอรีน (piperine) ทำให้การใช้พริกไทยในอาหารฟังก์ชันและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้น ร้อยละ 21 ตั้งแต่ปี 2565

2) ประเทศผู้ส่งออกพริกไทยดำ

การส่งออกพริกไทยดำในปี 2567 พบว่า ตลาดพริกไทยดำโลกมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้นประมาณ 2,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด ได้แก่ เวียดนาม มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43.2 รองลงมา ได้แก่ อินโดนีเซีย ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 11.6 และ บราซิล มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.6 ประเทศศรีลังกา มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 6.4 อินเดีย มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.2 สำหรับประเทศในยุโรป อาทิ เยอรมนี มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.3 และ เนเธอร์แลนด์ มีแบ่งตลาดร้อยละ 2.8 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกในลักษณะการค้าเพื่อการแปรรูปและการกระจายสินค้า ขณะที่ สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.8 มาเลเซีย มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.5 และ ฝรั่งเศส มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ภาพรวมโครงสร้างตลาดพริกไทยดำโลก พบว่า มีการกระจุกตัวสูง โดยประเทศผู้ส่งออกหลัก ได้แก่ เวียดนาม บราซิล อินโดนีเซีย ศรีลังกา และอินเดีย ครองสัดส่วนรวมมากกว่าร้อยละ 76 ของมูลค่าการส่งออกโลก และรวมประเทศผู้ส่งออก 10 อันดับแรก จะมีสัดส่วนร้อยละ 86.9 ของการส่งออกทั้งหมดจากประเทศผู้ซื้อทั้งหมด 124 ประเทศ โดยประเทศเวียดนามเป็นผู้นำตลาด อย่างไรก็ตามการพึ่งพาผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่ประเทศ มีความเปราะบาง เช่น การเกิดผลกระทบจากภัยแล้งในประเทศเวียดนาม ส่งผลต่อปริมาณการผลิตพริกไทยในตลาดโลกจึงลดลง ดังแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ประเทศผู้ส่งออกพริกไทยดำ ปี 2567

ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
รวมทั่วโลก	**2,700.00**	**100.00**
เวียดนาม	1,200.00	43.20
อินโดนีเซีย	311.30	11.60
บราซิล	285.90	10.60
ศรีลังกา	171.30	6.40
อินเดีย	114.10	4.20
เยอรมนี	88.30	3.30
เนเธอร์แลนด์	75.20	2.80
สหรัฐอเมริกา	47.70	1.80
ฝรั่งเศส	40.20	1.50
มาเลเซีย	41.00	1.50

ที่มา: Daniel Workman,2568

3) ประเทศผู้นำเข้าพริกไทยดำ

ประเทศผู้นำเข้าสำคัญของโลก ปี 2567 พบว่า ตลาดพริกไทยโลกมีมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งสิ้นประมาณ 2,513.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่มีการนำเข้าสูงสุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 21.50 รองลงมา ได้แก่ อินเดีย มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 10.60 เวียดนาม มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 6.60

เป็นความต้องการใช้พริกไทยในอุตสาหกรรมอาหารและการแปรรูปภายในประเทศ สำหรับประเทศในยุโรป พบว่า เยอรมนี มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 6.60 ใกล้เคียงกับเวียดนาม ขณะที่ ฝรั่งเศส มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 3.40 และ สหราชอาณาจักร มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 2.90 ซึ่งสะท้อนบทบาทของยุโรปในฐานะทั้งตลาดบริโภคและศูนย์กลางการกระจายสินค้าไปยังประเทศอื่นในภูมิภาค นอกจากนี้ ญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 2.80 ขณะที่ เนเธอร์แลนด์ และ แคนาดา มีส่วนแบ่งตลาดเท่ากัน ร้อยละ 2.50 โดยเนเธอร์แลนด์มีบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางโลจิสติกส์และการค้าซ้ำ (Re-export) ของสหภาพยุโรป คือมีการนำเข้าสินค้าแล้วส่งออกต่อไปยังประเทศที่สาม โดยไม่ได้ผ่านการผลิตใหม่ หรืออาจมีเพียงการแปรรูปเล็กน้อย เช่น การคัดแยก บรรจุใหม่ และปรับมาตรฐานสินค้า เป็นต้น ส่วน อียิปต์ มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 2.21 ซึ่งสะท้อนถึงการขยายตัวของความต้องการบริโภคพริกไทยในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ดังแสดงในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ประเทศผู้นำเข้าพริกไทยดำ ปี 2567

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
รวมทั่วโลก	**2,513.95**	**100.00**
สหรัฐอเมริกา	540.50	21.50
อินเดีย	265.80	10.60
เวียดนาม	166.20	6.60
เยอรมนี	165.50	6.60
ฝรั่งเศส	84.90	3.40
สหราชอาณาจักร	73.10	2.90
ญี่ปุ่น	70.90	2.80
เนเธอร์แลนด์	63.30	2.50
แคนาดา	62.00	2.50
อียิปต์	55.74	2.21

ที่มา: Daniel Workman,2568

4) การบริโภคพริกไทยดำต่อหัว (Per-Capita Black Pepper Consumption)

การบริโภคพริกไทยดำต่อหัวจากรายงานของ Future Market Insights ปี 2568 ระบุว่า การบริโภคพริกไทยดำในระดับโลกมีลักษณะกระจุกตัวอยู่ในประเทศตลาดหลักเพียงไม่กี่แห่ง โดยปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการบริโภค ได้แก่ วัฒนธรรมการใช้เครื่องเทศในอาหาร โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และการขยายตัวของภาคบริการอาหาร (Future Market Insights, 2025)

ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะยุโรปและอเมริกาเหนือ พบว่ามีระดับการบริโภคพริกไทยดำต่อหัวในเกณฑ์สูง โดย ฝรั่งเศส มีระดับการบริโภคสูงที่สุดแห่งหนึ่ง อยู่ที่ประมาณ 200 กรัมต่อคนต่อปี เนื่องจากวัฒนธรรมอาหารที่ให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องเทศคุณภาพสูง และการพัฒนาอาหารในลักษณะกูร์เมต์และภัตตาคารระดับสูง ส่งผลให้มีความต้องการใช้พริกไทยอย่างต่อเนื่องทั้งในครัวเรือนและภาคบริการอาหาร (CBI, 2026) รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 180 กรัมต่อคนต่อปี โดยมีปริมาณการบริโภครวมสูงจากการใช้อย่างแพร่หลายในครัวเรือน ภาคธุรกิจบริการอาหาร (Foodservice) และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

(Future Market Insights, 2025) ความต้องการพริกไทยดำของสหรัฐอเมริกานั้น ยังมีปัจจัยเพิ่มเติมจากการนำไปใช้ในภาคอุตสาหกรรมอื่น เช่น อุตสาหกรรมยา อาหารเสริม และเครื่องสำอางธรรมชาติ โดยสาร Piperine มีคุณสมบัติช่วยเพิ่มการดูดซึมของสารสำคัญ เช่น Curcumin วิตามิน และ Resveratrol และมีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระและต้านการอักเสบ ซึ่งนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงาม สอดคล้องกับแนวโน้ม Clean Beauty และ Organic Cosmetics (National Center for Biotechnology Information, 2010; BioMed Central, 2013) นอกจากนี้ สหราชอาณาจักร มีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 170 กรัมต่อคนต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงการใช้อย่างสม่ำเสมอในครัวเรือนและการเติบโตของตลาดอาหารพร้อมรับประทาน (Ready Meals) ขณะที่ เยอรมนี มีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 160 กรัมต่อคนต่อปี โดยสัมพันธ์กับการใช้เครื่องเทศในผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป ซุป และอาหารพร้อมรับประทาน และ แคนาดา มีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 150 กรัมต่อคนต่อปี ซึ่งได้รับอิทธิพลจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหารและการขยายตัวของตลาดอาหารบรรจุภัณฑ์ (CBI, 2026) ในทางตรงกันข้าม ประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่มีระดับการบริโภคพริกไทยดำต่อหัวค่อนข้างต่ำ แม้ว่าหลายประเทศจะเป็นแหล่งผลิตหรือศูนย์กลางการค้าพริกไทยดำที่สำคัญ เช่น จีน มีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 45 กรัมต่อคนต่อปี อินเดีย มีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 35 กรัมต่อคนต่อปี แม้เป็นผู้ผลิตพริกไทยรายสำคัญของโลก แต่มีจำนวนประชากรมาก และผลผลิตส่วนหนึ่งถูกส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ทำให้การบริโภคต่อหัวอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ (World's Top Exports, 2025) และ บราซิล มีการบริโภคเฉลี่ยประมาณ 50 กรัมต่อคนต่อปี โดยอุปสงค์ภายในประเทศส่วนใหญ่จำกัดอยู่ในระดับการใช้พื้นฐานทางการประกอบอาหาร (World's Top Exports, 2025) สำหรับประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก พบว่ามีการบริโภคพริกไทยดำต่อหัวในระดับค่อนข้างต่ำ โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วงประมาณ 30–50 กรัมต่อคนต่อปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะอาหารประจำถิ่นและระดับความนิยมในการใช้เครื่องเทศของแต่ละภูมิภาค (CBI, 2026) ดังแสดงในตารางที่ 3.6

การบริโภคพริกไทยดำของตลาดโลกมีลักษณะกระจุกตัวในประเทศพัฒนาแล้ว ส่วนประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่หลายประเทศ แม้จะเป็นผู้ผลิตหรือศูนย์กลางการค้าพริกไทยดำที่สำคัญของโลก เช่น อินเดียและบราซิล แต่กลับมีระดับการบริโภคภายในประเทศต่ำ ดังนั้น สำหรับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการที่ต้องการขยายโอกาสทางการตลาด ควรให้ความสำคัญกับประเทศรายได้สูง เช่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ซึ่งมีความต้องการบริโภคอย่างสม่ำเสมอและหลากหลายทั้งในครัวเรือน ภาคบริการอาหาร และภาคอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ตลาดดังกล่าวจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยด้านการแข่งขัน ทั้งด้านราคา คุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร และความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา ผู้ประกอบการจึงควรวางกลยุทธ์สร้างความแตกต่างของสินค้า เช่น การยกระดับคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาว

ตารางที่ 3.6 การบริโภคพริกไทยดำต่อหัว ปี 2567

ประเทศ	การบริโภคต่อหัว (กรัม/ปี)
ฝรั่งเศส	200
สหราชอาณาจักร	170
เยอรมนี	160
สหรัฐอเมริกา	180
แคนาดา	150
บลาซิล	50
จีน	45
อินเดีย	35
ประเทศอื่น ๆ	30 - 50

ที่มา: Future Market Insights, 2025

3.2 สถานการณ์พริกไทยในประเทศไทย

3.2.1 สถานการณ์การผลิต

1) การผลิตพริกไทยของประเทศไทย

จากตารางข้อมูลสถานการณ์การผลิตพริกไทยในช่วงปี พ.ศ. 2564–2568 พบว่า เนื้อที่ยืนต้นมีปริมาณลดลงอย่างต่อเนื่องจาก 1,964 ไร่ ในปี 2564 เหลือ 549 ไร่ ในปี 2568 คิดเป็นอัตราลดลงเฉลี่ยร้อยละ 27.29 สาเหตุหลักมาจากการที่เกษตรกรปรับเปลี่ยนไปปลูกไม้ผลอื่นโดยเฉพาะทุเรียน เนื่องจากให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า รวมถึงเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ปลูกพริกไทยแซมในสวนทุเรียน เมื่อทุเรียนโตขึ้นและต้องการพื้นที่ดูแลเพิ่มขึ้น จึงต้องรื้อค้างพริกไทยออก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568) ทำให้เนื้อที่ที่สามารถเก็บเกี่ยวได้จริงลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผลผลิตรวมลดลงจาก 1,034 ตัน ในปี 2564 เหลือ 314 ตัน ในปี 2568 โดยมีอัตราลดลงเฉลี่ยร้อยละ 25.77 แม้ในปี 2568 จะมีการฟื้นตัวของผลผลิตจาก 261 ตัน ในปี 2567 เป็น 314 ตัน ในขณะที่ ผลผลิตต่อไร่ จาก 531 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2564 ลดลงเหลือ 452 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2565 เพิ่มขึ้นเป็น 517 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2566 ลดลงอีกครั้งในปี 2567 และเพิ่มสูงสุดที่ 573 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2568 โดยมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 1.92 เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการออกดอกและติดผล ประกอบกับเกษตรกรมีการดูแลรักษาต้นพริกไทยเป็นอย่างดี ไม่มีเชื้อราและศัตรูพืชรบกวน ทำให้ผลผลิตต่อเนื้อที่เก็บเกี่ยวสูงขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568)

ราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 134 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2564 เป็น 250 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2567 ก่อนจะลดลงเหลือ 227 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2568 โดยมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 14.09 เนื่องจากพริกไทยไทยมีคุณภาพดี ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ ขณะที่ปริมาณผลผลิตลดลงทำให้ราคาเพิ่มสูงขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าราคาต่อหน่วยจะเพิ่มขึ้นในบางช่วง แต่ไม่สามารถทดแทนปริมาณผลผลิตที่ลดลงได้ ทำให้มูลค่าผลผลิตลดลงจาก 139 ล้านบาท ในปี 2564 เหลือ 89 ล้านบาท ในปี 2568 คิดเป็นอัตราลดลงเฉลี่ยร้อยละ 10.55 แม้ว่าราคาต่อหน่วยจะเพิ่มขึ้นในบางช่วง แต่ไม่สามารถชดเชยการลดลงของปริมาณผลผลิตได้ ส่งผลให้มูลค่ารวมของอุตสาหกรรมหดตัวลง สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านปริมาณมีอิทธิพลต่อมูลค่ารวมมากกว่าปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาร่วมกัน พบว่าอุตสาหกรรมพริกไทยในช่วงปี 2564–2568 มีลักษณะของพื้นที่ลดลง แต่ประสิทธิภาพต่อไร่ทรงตัวหรือดีขึ้นเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพไม่เพียงพอที่จะชดเชยการลดลงของพื้นที่ ส่งผลให้ผลผลิตรวมและมูลค่าผลผลิตลดลงโดยรวม แสดงว่าพริกไทยมีการปรับตัวสู่ทำการผลิตที่เน้นคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 พื้นที่ปลูก และปริมาณผลผลิตพริกไทยของประเทศไทย ปี 2559 – 2568

ปี	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิต/ไร่ (กิโลกรัม/ไร่)	ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก)	มูลค่าของผลผลิต (ล้านบาท)
2564	1,964	1,947	1,034	531	134	139
2565	1,644	1,643	742	452	150	111
2566	761	758	392	517	227	89
2567	582	575	261	454	250	65
2568	549	548	314	573	227	89
อัตราเพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	-27.29	-27.16	-25.77	1.92	14.09	-10.55

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2568)

3.2.2 สถานการณ์การตลาด

1) การส่งออกพริกไทยของประเทศไทย

การส่งออกพริกไทยเม็ดของประเทศไทย ในปี 2564 ประเทศไทยมีการส่งออกพริกไทยเม็ดปริมาณ 494 ตัน คิดเป็นมูลค่า 106.67 ล้านบาท โดยตลาดสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ปริมาณ 14.49 ตัน มูลค่า 2.61 ล้านบาท ออสเตรเลีย ปริมาณ 3.59 ตัน มูลค่า 1.20 ล้านบาท ปี 2565 การส่งออกพริกไทยเม็ดเพิ่มขึ้นเป็นปริมาณ 514 ตัน มูลค่า 185.88 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ปริมาณ 9.98 ตัน มูลค่า 2.45 ล้านบาท ออสเตรเลีย ปริมาณ 4.84 ตัน มูลค่า 1.27 ล้านบาท ปี 2566 การส่งออกพริกไทยเม็ดลดลงเหลือปริมาณ 255 ตัน มูลค่า 58.21 ล้านบาท โดยมีการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ปริมาณ 14.03 ตัน มูลค่า 3.53 ล้านบาท ออสเตรเลีย ปริมาณ 7.71 ตัน มูลค่า 2.44 ล้านบาท ปี 2567 การส่งออกพริกไทยเม็ดลดลงอย่างต่อเนื่อง ที่ปริมาณ 112 ตัน มูลค่า 29.41 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ปริมาณ 11.52 ตัน มูลค่า 2.74 ล้านบาท ออสเตรเลีย ปริมาณ 6.53 ตัน มูลค่า 1.80 ล้านบาท และ ในปี 2568 การส่งออกพริกไทยเม็ดปริมาณ 69.43 ตัน มูลค่า 21.96 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ปริมาณ 8.21 ตัน มูลค่า 1.57 ล้านบาท ออสเตรเลีย ปริมาณ 2.26 ตัน มูลค่า 0.62 ล้านบาท

การส่งออกพริกไทยป่นของประเทศไทย ในปี 2564 ประเทศไทยมีการส่งออกพริกไทยป่นปริมาณ 548 ตัน มูลค่า 80.08 ล้านบาท โดยตลาดสำคัญ ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ ปริมาณ 2.50 ตัน มูลค่า 0.19 ล้านบาท สหรัฐอเมริกา ปริมาณ 101 ตัน มูลค่า 22.15 ล้านบาท ฮ่องกง ปริมาณ 7.99 ตัน มูลค่า 4.63 ล้านบาท ปี 2565 การส่งออกพริกไทยป่นเพิ่มขึ้นเป็นปริมาณ 571 ตัน มูลค่า 121.34 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังเนเธอร์แลนด์ ปริมาณ 2.05 ตัน มูลค่า 0.10 ล้านบาท สหรัฐอเมริกา ปริมาณ 87 ตัน มูลค่า 13.01 ล้านบาท ฮ่องกง ปริมาณ 13.16 ตัน มูลค่า 8.10 ล้านบาท ปี 2566 การส่งออกพริกไทยป่นเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ปริมาณ 898 ตัน มูลค่า 216.82 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังเนเธอร์แลนด์

ปริมาณ 1.52 ตัน มูลค่า 0.17 ล้านบาท สหรัฐอเมริกา ปริมาณ 128 ตัน มูลค่า 18.27 ล้านบาท ฮ่องกง ปริมาณ 13.98 ตัน มูลค่า 5.43 ล้านบาท ปี 2567 การส่งออกพริกไทยป่นยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ที่ปริมาณ 1,005 ตัน มูลค่า 253.37 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังเนเธอร์แลนด์ ปริมาณ 2.02 ตัน มูลค่า 0.12 ล้านบาท สหรัฐอเมริกา ปริมาณ 84 ตัน มูลค่า 13.73 ล้านบาท ฮ่องกง ปริมาณ 20.71 ตัน มูลค่า 9.17 ล้านบาท และ ในปี 2568 การส่งออกพริกไทยป่นมีปริมาณ 824 ตัน มูลค่า 240.16 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังเนเธอร์แลนด์ ปริมาณ 0.61 ตัน มูลค่า 0.03 ล้านบาท สหรัฐอเมริกา ปริมาณ 98 ตัน มูลค่า 16.37 ล้านบาท ฮ่องกง ปริมาณ 20.88 ตัน มูลค่า 7.23 ล้านบาท

การส่งออกพริกไทยเม็ดของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ การส่งออกพริกไทยป่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและกลายเป็นสินค้าหลักในการส่งออก โดยตลาดสำคัญยังคงเป็น สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง และเนเธอร์แลนด์ สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกไปสู่สินค้าที่ผ่านการแปรรูปและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นดังแสดงในตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 การส่งออกพริกไทยของประเทศไทย ปี 2564 - 2568

ประเทศ	2564		2565		2566		2567		2568	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
รวม (ตันสด)	**2,950**	**186.74**	**3,107**	**307.22**	**3,108**	**275.03**	**2,922**	**282.78**	**2,338**	**262.12**
พริกไทยเม็ด	**494**	**106.67**	**514**	**185.88**	**255**	**58.21**	**112**	**29.41**	**69.43**	**21.96**
สหรัฐอเมริกา	14.49	2.61	9.98	2.45	14.03	3.53	11.52	2.74	8.21	1.57
ออสเตรเลีย	3.59	1.20	4.84	1.27	7.71	2.44	6.53	1.80	2.26	0.62
พริกไทยป่น	**548**	**80.08**	**571**	**121.34**	**898**	**216.82**	**1,005**	**253.37**	**824**	**240.16**
เนเธอร์แลนด์	2.50	0.19	2.05	0.10	1.52	0.17	2.02	0.12	0.61	0.03
สหรัฐอเมริกา	101	22.15	87	13.01	128	18.27	84	13.73	98	16.37
ฮ่องกง	7.99	4.63	13.16	8.10	13.98	5.43	20.71	9.17	20.88	7.23

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568 อ้างในถึง ข้อมูลกรมศุลกากร และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.)

หมายเหตุ: ข้อมูลกรมศุลกากร ต.ค ปี 2568

อัตราแปลง = พริกไทยสด 100 : พริกไทยแห้ง 33 และ พริกไทยเม็ด 100 : พริกไทยป่น 90 - 93

2) การนำเข้าพริกไทยของประเทศไทย

การนำเข้าพริกไทยเม็ดของประเทศไทย ปี 2564 ประเทศไทยมีการนำเข้าพริกไทยเม็ดปริมาณ 5,211 ตัน คิดเป็นมูลค่า 758.36 ล้านบาท ปี 2565 การนำเข้าพริกไทยเม็ดที่ปริมาณ 5,109 ตัน มูลค่า 903.82 ล้านบาท ปี 2566 การนำเข้าพริกไทยเม็ดเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็นปริมาณ 5,164 ตัน มูลค่า 813.70 ล้านบาท ปี 2567 การนำเข้าพริกไทยเม็ดเพิ่มขึ้นเป็นปริมาณ 5,306 ตัน มูลค่า 1,211.62 ล้านบาท และ ในปี 2568 การนำเข้าพริกไทยเม็ดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ที่ปริมาณ 6,116 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,575.42 ล้านบาท

การนำเข้าพริกไทยป่นของประเทศไทย ปี 2564 ประเทศไทยมีการนำเข้าพริกไทยป่นปริมาณ 1,382 ตัน มูลค่า 281.09 ล้านบาท ปี 2565 การนำเข้าพริกไทยป่นที่ปริมาณ 1,344 ตัน มูลค่า 316.41 ล้านบาท ปี 2566 การนำเข้าพริกไทยป่นเพิ่มขึ้นเป็นปริมาณ 1,371 ตัน มูลค่า 303.03 ล้านบาท ปี 2567 การนำเข้าพริกไทยป่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่ปริมาณ 1,631 ตัน มูลค่า 384.57 ล้านบาท และในปี 2568 การนำเข้าพริกไทยป่นที่ปริมาณ 1,412 ตัน มูลค่า 415.28 ล้านบาท

การนำเข้าพริกไทยเม็ดและพริกไทยป่นของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยรวม โดยเฉพาะพริกไทยเม็ดซึ่งมีทั้งปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลัง สะท้อนถึง ความต้องการใช้วัตถุดิบพริกไทยในประเทศที่เพิ่มขึ้น ทั้งเพื่อการบริโภคภายในประเทศและการนำไปแปรรูปต่อในอุตสาหกรรมอาหาร ดังแสดงในตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 การนำเข้าพริกไทยของประเทศไทย ปี 2564 - 2568

ประเทศ	2564		2565		2566		2567		2568	
	ปริมาณ (ต้น)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ต้น)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ต้น)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ต้น)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ต้น)	มูลค่า (ล้านบาท)
นำเข้ารวม (ต้นสด)	**20,446**	**1,039.45**	**17,160**	**1,220.22**	**17,439**	**1,116.73**	**18,495**	**1,596.18**	**20,682**	**1,990.70**
พริกไทยเม็ด	5,211	758.36	5,109	903.82	5,164	813.70	5,306	1,211.62	6,116	1,575.42
พริกไทยป่น	1,382	281.09	1,344	316.41	1,371	303.03	1,631	384.57	1,412	415.28

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568 อ้างในถึง ข้อมูลกรมศุลกากร และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.)

หมายเหตุ: ข้อมูลกรมศุลกากร ต.ค ปี 2568

อัตราแปลง = พริกไทยสด 100 : พริกไทยแห้ง 33 และ พริกไทยเม็ด 100 : พริกไทยป่น 90 - 93

3) ราคาส่งออก F.O.B (Free On Board)

ราคาส่งออกพริกไทยในช่วงปี พ.ศ. 2564–2568 พบว่า ราคาส่งออกของพริกไทยเม็ดมีความผันผวน โดยในปี 2564 ราคาส่งออกที่ 215,761 บาทต่อตัน ก่อนเพิ่มขึ้นในปี 2565 เป็น 361,634 บาทต่อตัน จากนั้นราคาลดลงเหลือ 228,275 บาทต่อตัน ในปี 2566 แต่กลับมาเพิ่มขึ้นอีกในปี 2567 และ 2568 เป็น 262,589 บาท/ตัน และ 316,338 บาท/ตันตามลำดับ

ขณะที่ราคาส่งออกพริกไทยป่นอยู่ที่ 141,947 บาท/ตันในปี 2564 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 ราคาส่งออกพริกไทยป่น 212,504 บาท/ตัน และสูงถึง 291,399 บาท/ตันในปี 2568 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของราคาพริกไทยทั้งสองประเภทในตลาดส่งออกที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในช่วงปีหลัง ดังแสดงในตาราง 3.10

ตารางที่ 3.10 ราคาส่งออก F.O.B ปี 2564 – 2568

หน่วย: บาท/ตัน

ประเทศ	2564	2565	2566	2567	2568
พริกไทยเม็ด	215,761	361,634	228,275	262,589	316,338
พริกไทยป่น	141,947	212,504	241,448	252,109	291,399

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568 อ้างในถึง ข้อมูลกรมศุลกากร และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.)

3.3 สถานการณ์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนของจังหวัดตรัง

3.3.1 สถานการณ์การผลิต

พื้นที่ปลูกและปริมาณผลผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนรายอำเภอจังหวัดตรัง ปี 2568 พบว่ามีเกษตรกรผู้ปลูกรวมทั้งสิ้น 891 ครัวเรือน สะท้อนว่าพริกไทยยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีการกระจายการผลิตในหลายพื้นที่ของจังหวัด โดยอำเภอที่มีจำนวนครัวเรือนมากที่สุด คือ อำเภอกันตัง จำนวน 192 ครัวเรือน รองลงมาคืออำเภอปะเหลียน 144 ครัวเรือน อำเภอวังวิเศษ 125 ครัวเรือน และ อำเภอนาโยง 123 ครัวเรือน แม้อำเภอกันตังจะมีจำนวนครัวเรือนมากที่สุด แต่ผลผลิตรวมไม่ได้สูงที่สุด แสดงว่าลักษณะการปลูกส่วนใหญ่เป็นแบบรายย่อย มีพื้นที่เฉลี่ยต่อครัวเรือนไม่มาก ในทางตรงกันข้าม อำเภอปะเหลียนแม้มีจำนวนครัวเรือนเป็นอันดับสอง แต่สามารถสร้างผลผลิตรวมได้สูงที่สุด ทั้งจังหวัดมีเนื้อที่ยืนต้น 200 ไร่ โดยอำเภอปะเหลียนมีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด 67 ไร่ รองลงมาคืออำเภอนาโยง 41 ไร่ และอำเภอย่านตาขาว 29 ไร่ มีเนื้อที่ให้ผลรวม 149 ไร่ กระจายอยู่ในอำเภอปะเหลียนมากที่สุด 50 ไร่ รองลงมาคืออำเภอนาโยง 35 ไร่ และอำเภอย่านตาขาว 23 ไร่ พื้นที่ปลูกส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในบางอำเภอ ขณะที่บางพื้นที่มีเนื้อที่ปลูกค่อนข้างจำกัด และผลผลิตรวมทั้งจังหวัด คือ 61.37 ตัน ในอำเภอปะเหลียนมีผลผลิตสูงที่สุด 29 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.25 ของทั้งจังหวัด รองลงมาคืออำเภอนาโยง 14 ตัน และอำเภอวังวิเศษ 4.43 ตัน ขณะที่ ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ทั้งจังหวัดตรังมีค่าเฉลี่ย 412 กิโลกรัมต่อไร่ โดยอำเภอปะเหลียนมีผลผลิตเฉลี่ยสูงที่สุด 580 กิโลกรัมต่อไร่ รองลงมาคืออำเภอกันตัง 500 กิโลกรัมต่อไร่ และอำเภอเมืองตรัง 460 กิโลกรัมต่อไร่ บางอำเภอแม้มีพื้นที่ไม่มาก แต่มีประสิทธิภาพการผลิตต่อหน่วยพื้นที่ค่อนข้างสูง

จะเห็นได้ว่าอำเภอปะเหลียน เป็นแหล่งปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดตรัง โดยมีผลผลิต 29 ตัน มากกว่าร้อยละ 47.25 ของผลผลิตพริกไทยทั้งหมดที่มีในจังหวัดตรัง รวมทั้งมี เนื้อที่ให้ผล และ ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 3.11

ตารางที่ 3.11 พื้นที่ปลูก และปริมาณผลผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังรายอำเภอ ปี 2568

จังหวัด/อำเภอ	จำนวนครัวเรือน (ครัวเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)
1. เมืองตรัง	6	5.5	5	2.3	460
2. กันตัง	192	16	6	3	500
3. ย่านตาขาว	60	29	23	2.76	120
4. ปะเหลียน	144	67	50	29	580
5. สิเกา	101	15	8	2.46	308
6. ห้วยยอด	81	9	7	2.45	350
7. วังวิเศษ	125	11.5	11.5	4.43	385
8. นาโยง	123	41	35	14	400
9. รัษฎา	39	3	3	0.96	320
10. หาดสำราญ	20	3	3	0.01	19
รวม	**891**	**200**	**149**	**61.37**	**412**

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดตรัง

3.4 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน

3.4.1 ลักษณะส่วนบุคคล

ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถอธิบายลักษณะส่วนบุคคลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในพื้นที่จังหวัดตรัง จำนวน 31 ราย ดังนี้

เพศ เกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.52 เพศหญิง 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.48

อายุ เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 61-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.71 รองลงมา มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.81 มีอายุไม่เกิน 40 ปี และอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.90 เท่ากัน และมีอายุมากกว่า 71 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.68 ตามลำดับ

การศึกษา เกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.48 รองลงมาคือระดับประถมศึกษา ปวส./ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.03 12.90 และ 9.69ตามลำดับ และมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลายคิดเป็นร้อยละ 6.45 เท่ากัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.16 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.90 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.68 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.23 เท่ากัน ดังแสดงในตารางที่ 3.12

ตารางที่ 3.12 ลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

รายการ	สมาชิก	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	20	64.52
หญิง	11	35.48
อายุ		
31 – 40 ปี	4	12.90
41 – 50 ปี	4	12.90
51 – 60 ปี	8	25.81
61 – 70 ปี	12	38.71
71 – 80 ปี	3	9.68
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	9	29.03
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	6.45
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	6.45
ปวช./ปวส.	4	12.90
ปริญญาตรี	11	35.48
สูงกว่าปริญญาตรี	3	9.68

ตารางที่ 3.12 (ต่อ)

รายการ	สมาชิก	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000	14	45.16
15,000 – 25,000	8	25.80
25,001 – 35,000	1	3.23
35,001 – 45,000	4	12.90
45,001 – 50,000	1	3.23
50,001 บาทขึ้นไป	3	9.68

ที่มา: จากการสำรวจ

3.4.2 ข้อมูลจำนวนสมาชิกในครัวเรือน และจำนวนสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน

สมาชิกในครัวเรือน เกษตรกรมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.52 ราย มีจำนวนสมาชิกไม่เกิน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.58 มีจำนวนสมาชิก 3 - 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.84 และมีจำนวนสมาชิก 5 – 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.58

จำนวนแรงงานภาคการเกษตรในครัวเรือน จำนวนแรงงานภาคการเกษตรในครัวเรือนเฉลี่ย 1.90 คน ส่วนใหญ่เป็นแรงงานภาคเกษตร 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.94 รองลงมา คือ เป็นแรงงานภาคเกษตร 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.48 เป็นแรงงานภาคเกษตร 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.35 และ เป็นแรงงานภาคเกษตร 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.23 แสดงว่าการผลิตส่วนใหญ่พึ่งพาแรงงานครัวเรือนเป็นหลัก และอยู่ในระดับแรงงานขนาดเล็ก หากเป็นระบบการผลิตที่ต้องใช้แรงงานเข้มข้น อาจต้องจ้างแรงงานเพิ่มเติม

จำนวนแรงงานนอกภาคการเกษตรในครัวเรือน จำนวนแรงงานนอกภาคการเกษตรในครัวเรือนเฉลี่ย 1.65 คน โดยสมาชิกแรงงานในครัวเรือนนอกภาคการเกษตรมากที่สุด คือ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ เป็นแรงงานนอกภาคเกษตร 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 เป็นแรงงานนอกภาคเกษตร 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ เป็นแรงงานภาคเกษตร 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 จะเห็นได้ว่าครัวเรือนเกษตรกรมีการกระจายความเสี่ยงโดยให้สมาชิกบางส่วนประกอบอาชีพนอกภาคเกษตร เพื่อช่วยเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครัวเรือน ดังแสดงในตารางที่ 3.13

ตารางที่ 3.13 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และสมาชิกที่เป็นแรงงานในครัวเรือน

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (ราย)	(n=31)	
≤ 2	7	22.58
3 – 4	17	54.84
5 - 6	7	22.58
เฉลี่ย	**3.52**	

ตารางที่ 3.13 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกแรงงานในครัวเรือน (ราย)		
แรงงานในภาคการเกษตร	(n=31)	
1	11	35.48
2	13	41.94
3	6	19.35
4	1	3.23
เฉลี่ย	**1.90**	
แรงงานนอกภาคการเกษตร	(n=20)	
1	8	40.00
2	7	35.00
3	4	20.00
4	1	5.00
เฉลี่ย	**1.65**	

ที่มา: จากการสำรวจ

3.4.3 ประสบการณ์ในการทำการเกษตร

เกษตรกรมีประสบการณ์การทำการเกษตรเฉลี่ย 28.10 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำการเกษตร 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.26 รองลงมา คือ มีประสบการณ์การทำการเกษตรน้อยกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.81 มีประสบการณ์การทำการเกษตร 31 – 40 ปี และ มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.90 เท่ากัน มีประสบการณ์การทำการเกษตร 10 -20 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.68และ มีประสบการณ์การทำการเกษตร 41 -50 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.45 ตามลำดับ ซึ่งเกษตรกรโดยส่วนใหญ่มีประสบการ์การทำเกษตรหลายปี เนื่องจากเกษตรกรมีการปลูกไม้ผล มะพร้าว ลองกอง ทุเรียน ไม้ผลอื่น ๆ และผักสวนครัว รวมถึง เดิมเกษตรกรส่วนใหญ่มีการปลูกปาล์มน้ำมัน และยางพารา ซึ่งเป็นไม้ยืนต้นที่เป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างต่อเนื่องและยาวนานตั้งแต่รุ่นของบรรพบุรุษ เกิดการเรียนรู้การทำเกษตรตั้งแต่เยาว์วัย

ประสบการณ์ในการทำการปลูกพริกไทย เกษตรกรมีประสบการณ์การปลูกพริกไทย เฉลี่ย 8.73 ปี ส่วนใหญ่เกษตรกรมีประสบการณ์น้อยกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 87.09 รองลงมา มีประสบการณ์ 21 -30 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.45 มีประสบการณ์ 31 – 40 ปี และมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.23 เท่ากัน จะเห็นได้ว่าการที่เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ปลูกพริกไทยน้อยกว่า 10 ปี เนื่องจากพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนเพิ่งได้รับการรองรับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อปี 2563 มีการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐทำให้การปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนได้รับความสนใจเป็นพืชทางเลือกหรือพืชเศรษฐกิจใหม่ในพื้นที่ รวมถึงเป็นการอนุรักษ์พันธุ์พื้นถิ่นของตรังให้ยังคงอยู่ด้วย ดังแสดงในตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14 ประสบการณ์ในการทำการเกษตร

รายการ	สมาชิก	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการทำการเกษตร (ปี)		
น้อยกว่า 10 ปี	8	25.81
10 – 20 ปี	3	9.68
21 – 30 ปี	10	32.26
31 – 40 ปี	4	12.90
41 – 50 ปี	2	6.45
มากกว่า 50 ปี	4	12.90
เฉลี่ย (ปี)	**28.10**	
ประสบการณ์การปลูกพริกไทย		
น้อยกว่า 10 ปี	27	87.09
10 – 20 ปี	0	0
21 – 30 ปี	2	6.45
31 – 40 ปี	1	3.23
มากกว่า 40 ปี	1	3.23
เฉลี่ย (ปี)	**8.73**	

ที่มา: จากการสำรวจ

3.4.4 ข้อมูลการถือครองที่ดิน และลักษณะสวนของเกษตรกร

เกษตรกรทั้งหมดมีการถือครองที่ดินเป็นของตนเอง ลักษณะสวนของเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเชิงเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 51.17 และผสมผสาน คิดเป็นร้อยละ 48.83 โดยพืชที่เกษตรกรมีการปลูกร่วมกับพริกไทย เช่น ผลไม้ ผักสวนครัว ยาง กระท่อม เป็นต้น ทั้งนี้พริกไทยเป็นพืชที่ต้องการ แสงแดดค่อนข้างมาก โดยเฉพาะแสงรำไรถึงแสงปานกลาง เพื่อกระตุ้นการเจริญเติบโต การออกดอก หากปลูกร่วมกับพืชอื่นต้องมีการวางรูปแบบเสาหรือมีการจัดพริกไทยเป็นสัดส่วน เพื่อให้ต้นพริกไทยได้รับแสงอย่างสม่ำเสมอ ลักษณะพื้นที่ปลูกเกษตรกรปลูกแบบไร่ ไม่ยกร่อง เป็นการปลูกบนพื้นเรียบทั่วไป ร้อยละ 43.48 รองลงมา คือ การปลูกแบบยกแปลงยกร่อง เป็นการขุดคูหลังจากการที่ลงเสา ร้อยละ 34.78 และการปลูกในลักษณะขุดคูยกร่อง เป็นการขุดคูยกร่องให้มีร่องระบายน้ำตั้งแต่เริ่มปลูก ร้อยละ 21.74 ตามลำดับ ซึ่งเกษตรกรเลือกใช้รูปแบบการเตรียมที่แตกต่างกันตามความรู้ งบประมาณ สภาพดินและแหล่งน้ำในแต่ละพื้นที่ โดยการปลูกแบบไร่ไม่ยกร่องมักเหมาะสมกับพื้นที่ดอนหรือพื้นที่ที่มีการระบายน้ำดี มีต้นทุนในการเตรียมพื้นที่ต่ำ ในขณะที่การปลูกแบบยกแปลงยกร่องและขุดคูยกร่องมักใช้ในพื้นที่ลุ่มหรือพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาน้ำขัง เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำ ลดความเสียหายจากโรครากเน่าโคนเน่า ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญในการปลูกพริกไทย สำหรับระยะปลูก เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้ระยะปลูก 2 × 2 เมตร ตามคำแนะนำของหน่วยงานภาครัฐและกรมวิชาการเกษตร ร้อยละ 56.52 รองลงมา คือ ระยะปลูก 2.5 × 2.5 เมตร ร้อยละ 15.22 ขณะที่ระยะปลูก 1.5 × 2.5 เมตร 2 × 2.5 เมตร และ 2 × 3 เมตร มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 6.52 ส่วนระยะปลูก 1.5 × 1.25 เมตร 1.5 × 1.5 เมตร 3 × 3 เมตร และ 3 × 4 เมตร มีสัดส่วน

น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.17 ของเกษตรกรทั้งหมด แสดงว่า เกษตรกรนิยมใช้ระยะปลูก 2 × 2 เมตร ขณะเดียวกัน เกษตรกรบางส่วนเลือกใช้ระยะปลูกที่กว้างขึ้น หรือแคบลง เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ขนาดทรงพุ่ม และอายุการใช้งานของแปลงปลูกในระยะยาว และในส่วนของน้ำเพื่อการเกษตร เกษตรกรมีปริมาณน้ำเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 64.52 และมีปริมาณน้ำในการทำเกษตรไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 35.48 โดยแหล่งน้ำที่ใช้ในการปลูกพริกไทย เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้น้ำจากบ่อน้ำ คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาใช้น้ำจากแหล่งน้ำอื่น ๆ เช่น บ่อบาดาล ขุดสระ คิดเป็นร้อยละ 22.22 แหล่งน้ำธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 13.90 น้ำจากชลประทาน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และน้ำฝน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3.15

ตารางที่ 3.15 ข้อมูลการถือครองที่ดิน และลักษณะสวน

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การถือครองที่ดิน		
เป็นของตนเอง	31	100.00
ลักษณะสวนของเกษตรกร*	(N=46)	
เชิงเดี่ยว	24	51.17
ผสมผสาน	22	48.83
ลักษณะพื้นที่ปลูก*	(n=46)	
ขุดคูยกร่อง	10	21.74
ยกแปลงยกร่อง	16	34.78
ปลูกแบบไร่ ไม่ยกร่อง	20	43.48
ระยะปลูก*	(n=46)	
1.5×1.25	1	2.17
1.5×1.5	1	2.17
1.5×2.5	3	6.52
2×2	26	56.52
2×2.5	3	6.52
2×3	3	6.52
2.5×2.5	7	15.22
3×3	1	2.17
3×4	1	2.17
น้ำเพื่อการเกษตร		
เพียงพอ	20	64.52
ไม่เพียงพอ	11	35.48

ตารางที่ 3.15 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
แหล่งน้ำที่ใช้ในการเกษตร*		
น้ำฝน	3	8.33
แหล่งน้ำธรรมชาติ	5	13.90
บ่อน้ำ	16	44.44
น้ำจากชลประทาน	4	11.11
แหล่งน้ำอื่นๆ	8	22.22

หมายเหตุ : *เกษตรกร 1 ราย สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เนื่องจาก เกษตรกรบางรายมีมากกว่า 1 แปลง หรือ มีอายุมากกว่า 1 ช่วง
ที่มา: จากการสำรวจ

3.4.5 ข้อมูลการผลิต

เกษตรกรได้รับผลผลิตแล้ว จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.32 และ เกษตรกรยังไม่ได้รับผลผลิต จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.68 เนื่องจาก เกษตรกรประสบปัญหาต้นพริกไทยตายทั้งหมด ปัจจุบันได้ดำเนินการปลูกใหม่ ซึ่งยังไม่ได้รับผลผลิต สำหรับเกษตรกรที่ได้รับผลผลิตแล้ว มีการผลิตพริกไทย 4 ลักษณะ รวมทั้งที่จำหน่ายและไม่จำหน่าย ได้แก่ พริกไทยสด พริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง โดยเกษตรกรมีการผลิตพริกไทยดำอย่างเดียว จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.39 รองลงมา คือ ผลิตพริกไทยดำ และพริกไทยขาวจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.35 ผลิตพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.90 และผลิตพริกไทยสดและพริกไทยดำ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.67 จะเห็นได้ว่าเกษตรกรทุกรายมีการผลิตพริกไทยดำเป็นหลัก รองลงมาคือพริกไทยขาว และพริกไทยแดงตามลำดับ โดยเกษตรกรที่ผลิตพริกไทยแดงจะมีการผลิตพริกไทยขาวและพริกไทยดำควบคู่กัน ขณะที่เกษตรกรที่ผลิตพริกไทยขาวจะมีการผลิตพริกไทยดำอยู่แล้ว

เนื่องจากพริกไทยดำ มีกระบวนการแปรรูปที่สั้น หากผลิตพริกไทยดำอย่างเดียวเกษตรกรจะไม่มีกิจกรรมการคัดแยกสี แต่จะมีกิจกรรมการแยกก้าน ล้างน้ำ และตากแห้ง การเก็บรักษาทำได้ง่าย และมีความเสี่ยงในการสูญเสียหลังการผลิตน้อย ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ อีกทั้งพริกไทยดำสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย มีตลาดรองรับในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ทำให้พริกไทยดำเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรนิยมผลิตมากที่สุด

ส่วนพริกไทยขาว มีกระบวนการแปรรูปที่ซับซ้อนกว่าพริกไทยดำ ในการแปรรูปพริกไทยขาว 1 กิโลกรัม จะใช้พริกไทยสดมากกว่าการแปรรูปพริกไทยดำและพริกไทยแดงประมาณ 1.67 เท่า ซึ่งในการผลิตพริกไทยขาว จะใช้พริกไทยสดที่แก่จัด (พริกไทยสดสีแดง) เกษตรกรจึงมีการคัดแยกสีด้วยแรงงานคน จากนั้นนำไปแช่น้ำและขยี้เปลือกก่อนนำไปตากแห้ง ซึ่งในกระบวนการแช่น้ำหากควบคุมไม่เหมาะสมอาจทำให้มีกลิ่นเน่าเสีย เกิดความเสี่ยงด้านสุขอนามัย การผลิตจึงมีต้นทุนสูง อีกทั้งพริกไทยขาวเหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการเครื่องเทศสีอ่อน หรือกลิ่นที่นุ่มกว่า เนื่องจากกลิ่นของพริกไทยโดยส่วนใหญ่มาจากเปลือก ส่งผลให้ตลาดของพริกไทยขาวมีความเฉพาะเจาะจงมากกว่าพริกไทยดำ

สำหรับพริกไทยแดง ต้องใช้ความละเอียดอ่อนในขั้นตอนการผลิต หลังการจากเก็บเกี่ยว เกษตรกรมีการคัดแยกสีด้วยแรงงานคน โดยผลพริกไทยสดที่นำไปแปรรูปเป็นพริกไทยแก่ไม่สุกมากจนช้ำหรือแตก (พริกไทยสดสีแดง หรือสีส้มแดง) จากนั้นนำไปล้าง และตากแห้ง ซึ่งการตากแห้งเป็นกระบวนการที่สำคัญเนื่องจาก จำเป็นต้อง

ควบคุมอุณหภูมิและหลีกเลี่ยงแสงแดดโดยตรง ใช้ระยะเวลาในการตากที่นานกว่าพริกไทยดำและพริกไทยขาว เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ผลิตพริกไทยแดงจึงมีตู้อบไฟฟ้าหรือตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ สำหรับเกษตรกรบางรายอาจใช้วิธีการเฉพาะอื่น ๆ เพื่อคงสีแดงของพริกไทย รวมถึงการผลิตพริกไทยแดงมีความเสี่ยงสูงในหลายด้าน เช่น ความเสี่ยงจากการหลุดร่วงก่อนการเก็บเกี่ยว การตากแดดจัดทำให้สีแดงของพริกไทยเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลหรือสีเข้ม ความชื้นสูงสามารถเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดเชื้อรา และพริกไทยแดงมีปริมาณน้ำตาลสูง สามารถเกิดเชื้อราได้ง่าย อายุการเก็บรักษาจึงสั้น สีและกลิ่นเสื่อมคุณภาพเร็ว ส่งผลให้มีความสูญเสียหลังการผลิตค่อนข้างสูง จึงจำเป็นต้องมีการบรรจุและการเก็บรักษาที่มีประสิทธิภาพ ห่างจากสภาพแวดล้อมที่มีความชื้นและแหล่งที่โดนแสงแดดจัด อีกทั้งพริกไทยแดง เป็นสินค้าที่มีตลาดขนาดเล็ก มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะ (Niche Market) ทำให้พริกไทยแดงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรผลิตน้อยที่สุด

และในส่วนของมาตรฐานการผลิต เกษตรกรทั้งหมดได้รับมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) โดยเกษตรกรที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะได้การรับรองมาตรฐาน GAP มาก่อน รองลงมา คือมาตรฐาน Organic Thailand และ สัญลักษณ์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จำนวน 2 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.45 และ มาตรฐาน EU Organic จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3.16

ตารางที่ 3.16 ข้อมูลการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การให้ผลผลิต		
ได้รับผลผลิต	28	90.32
ยังไม่ได้รับผลผลิต	3	9.68
ลักษณะผลผลิต (รวมจำหน่ายและไม่จำหน่าย)	(N=28)	
พริกไทยสด และ พริกไทยดำ	3	9.67
พริกไทยดำ	15	48.39
พริกไทยดำ และ พริกไทยขาว	6	19.35
พริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง**	4	12.90
มาตรฐานที่ได้รับปัจจุบัน (GI)		
GAP	31	100.00
Organic Thailand	2	6.45
EU Organic	1	3.23
อย.	2	6.45

หมายเหตุ : *ลักษณะการผลิตรวมทั้งจำหน่ายและไม่จำหน่าย และเกษตรกร 1 รายสามารถผลิตพริกไทยได้หลายแบบ
**พริกไทยแดงยังไม่ได้รับมาตรฐาน GI

ที่มา: จากการสำรวจ

ปริมาณการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งตามช่วงอายุ ปี 2567

จากผลการศึกษาพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวังตรังมีแบ่งการวิเคราะห์ตามช่วงอายุ 5 ช่วง คือ 1 ปี 2 ปี ช่วงอายุ 3-4 ปี ช่วงอายุ 5-7 ปี และ ช่วงอายุ 8 ปีขึ้นไป ในการศึกษาเกษตรกรบางรายมีหลายช่วงอายุ จึงสามารถเก็บข้อมูลพริกไทยได้ทั้งหมด 46 ราย เนื้อที่ปลูกรวมทั้งหมด 42.09 ไร่ เนื้อที่ให้ผลรวมทั้งหมด 15.33 ไร่ ผลผลิตสดทั้งหมดรวม 14,091.47 กิโลกรัม ผลผลิตเฉลี่ยรวม 919.17 กิโลกรัมต่อไร่ โดยแต่ละช่วงอายุมีรายละเอียดดังนี้

ช่วงอายุ 1 ปี เป็นช่วงของการลงทุนยังไม่ได้รับผลผลิต มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 8 ราย เนื้อที่ปลูก 9.64 ไร่

ช่วงอายุ 2 ปี เป็นช่วงที่พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนเริ่มให้ผลผลิต โดยเกษตรกรบางรายสามารถเก็บเกี่ยวได้แล้ว อย่างไรก็ตาม ปริมาณผลผลิตยังมีน้อย และเกษตรกรบางรายยังไม่ได้รับผลผลิต จึงยังไม่ได้นำมานับรวมเป็นผลผลิตในภาพรวม มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 4 ราย เนื้อที่ปลูก 13.81 ไร่

ช่วงอายุ 3 - 4 ปี เป็นช่วงที่พริกไทยเริ่มให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรบางรายได้รับผลิตมากในช่วงปีที่ 4 มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 10 ราย เนื้อที่ปลูก 7.09 เนื้อที่ให้ผล 6.75 ไร่ ผลผลิตสดทั้งหมด 6,165.1 กิโลกรัม ผลผลิตเฉลี่ย 913.67 กิโลกรัมต่อไร่

ช่วงอายุ 5 -7 ปี เป็นช่วงที่พริกไทยยังให้ผลผลิตได้ดี และได้รับผลผลิตคงที่ มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 13 ราย เนื้อที่ปลูก 5.89 เนื้อที่ให้ผล 3.94 ไร่ ผลผลิตสดทั้งหมด 4,340.06 กิโลกรัม ผลผลิตเฉลี่ย 1,102.31 กิโลกรัมต่อไร่

ช่วงอายุ มากกว่า 8 ปี เป็นช่วงที่ผลผลิตลดลง หากเกษตรกรมีการจัดการและการดูแลที่ดีอย่างต่อเนื่องจะช่วยชะลอการลดลงของผลผลิตที่ตกต่ำอย่างรวดเร็วมีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 11 ราย เนื้อที่ปลูก 5.66 เนื้อที่ให้ผล 4.65 ไร่ ผลผลิตสดทั้งหมด 3,586.40 กิโลกรัม ผลผลิตเฉลี่ย 771.95 กิโลกรัมต่อไร่ ดังแสดงในตารางที่ 3.17

ตารางที่ 3.17 ปริมาณการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งตามช่วงอายุ ปี 2567

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	เนื้อที่ปลูก (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิตสดทั้งหมด (กก.)	ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)
รวม	**46.00**	**42.09**	**15.33**	**14,091.47**	**919.17**
1	8	9.64	00.00	00.00	00.00
2	4	13.81	00.00	00.00	00.00
3 - 4	10	7.09	6.75	6,165.01	913.67
5 - 7	13	5.89	3.94	4,340.06	1,102.31
มากกว่า 8	11	5.66	4.65	3,586.40	771.95

ที่มา: จากการสำรวจ

ปริมาณการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งตามอำเภอ ปี 2567

จากตารางปริมาณการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนแบ่งตามอำเภอ ปี 2567 พบว่า ภาพรวมมีเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยรวม 31 ราย เนื้อที่ปลูกรวม 42.09 ไร่ เนื้อที่ให้ผลรวม 15.33 ไร่ ให้ผลผลิตสดทั้งหมด 14,091.47 กิโลกรัม และมีผลผลิตเฉลี่ยรวม 919.17 กิโลกรัมต่อไร่

- อำเภอย่านตาขาว มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 3 ราย เนื้อที่ปลูก 23.99 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 3.37 ไร่ ให้ผลผลิตสดทั้งหมด 4,071.92 กิโลกรัม และมีผลผลิตเฉลี่ย 1,208.28 กิโลกรัมต่อไร่ มีเนื้อที่ปลูกสูงสุดเนื่องจากมีเกษตรกรรายใหญ่ ที่ปลูกเชิงพาณิชย์อยู่ในพื้นที่นี้

- อำเภอปะเหลียน มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 16 ราย เนื้อที่ปลูก 12.82 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 9.31 ไร่ ผลผลิตสดทั้งหมด 7,337.71 กิโลกรัม ผลผลิตเฉลี่ย 788.49 กิโลกรัมต่อไร่ จะเห็นได้ว่า อำเภอปะเหลียนเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนเกษตรกรปลูกพริกไทยมากที่สุด ทำให้ผลผลิตสดทั้งหมดมีปริมาณสูงสุด แต่ผลผลิตเฉลี่ยต่ำเนื่องจากเกษตรกรมีน้ำไม่เพียงพอในการดำเนินกิจกรรม ขาดการดูแลรักษา และมีต้นพริกไทยที่อายุเยอะแล้วในบางสวน ทำให้ผลผลิตเฉลี่ยโดยรวมต่ำกว่าอำเภออื่น

- อำเภอสิเกา มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 1 ราย เนื้อที่ปลูก 2.00 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 1.19 ไร่ ให้ผลผลิตสดทั้งหมด 1,593.34 กิโลกรัม และมีผลผลิตเฉลี่ยสูงถึง 1,338.94 กิโลกรัมต่อไร่ จะเห็นได้ว่า แม้จะมีจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ปลูกค่อนข้างน้อย แต่มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงที่สุด สะท้อนถึงการจัดการแปลงปลูกที่มีประสิทธิภาพ เกษตรมีความรู้ และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับพริกไทย

- อำเภอห้วยยอด มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 2 ราย เนื้อที่ปลูก 0.52 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 0.08 ไร่ ให้ผลผลิตสดทั้งหมด 135.00 กิโลกรัม และมีผลผลิตเฉลี่ย 1,730.77 กิโลกรัมต่อไร่

- อำเภอวังวิเศษ มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 6 ราย เนื้อที่ปลูก 1.84 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 0.84 ไร่ ให้ผลผลิตสดทั้งหมด 788.50 กิโลกรัม และมีผลผลิตเฉลี่ย 942.45 กิโลกรัมต่อไร่

- อำเภอนาโยง มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพริกไทย 3 ราย เนื้อที่ปลูก 0.93 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 0.55 ไร่ ให้ผลผลิตสดทั้งหมด 165.00 กิโลกรัม และมีผลผลิตเฉลี่ยเพียง 300.00 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งผลผลิตเฉลี่ยต่ำสุดจากปัญหาการขาดน้ำ แมลงศัตรูพืช และ มีเกษตรกรปลูกพริกไทยแบบทรงพุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 3.18

ตารางที่ 3.18 ปริมาณการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งตามอำเภอ ปี 2567

อำเภอ	จำนวน (ราย)	เนื้อที่ปลูก (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิตสดทั้งหมด (กก.)	ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)
รวม	**31.00**	**42.09**	**15.33**	**14,091.47**	**919.17**
ย่านตาขาว	3	23.99	3.37	4,071.92	1,208.28
ปะเหลียน	16	12.82	9.31	7,337.71	788.49
สิเกา	1	2.00	1.19	1,593.34	1,338.94
ห้วยยอด	2	0.52	0.08	135.00	1,730.77
วังวิเศษ	6	1.84	0.84	788.50	942.45
นาโยง	3	0.93	0.55	165.00	300.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3.4.6 ข้อมูลการจำหน่าย

เกษตรมีการจำหน่ายพริกไทย จำนวน 26 ราย คิดเป็น ร้อยละ 92.86 และไม่มีการจำหน่าย หรือเก็บไว้บริโภคในครัวเรือน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.14 ซึ่งจากข้อมูลเกษตรกรที่มีการจำหน่ายพริกไทย มีเกษตรกรจำหน่ายพริกไทยดำอย่างเดียว จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ ผลิตพริกไทยดำและพริกไทยขาวจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.08 ผลิตพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.38 และผลิตพริกไทยสดและพริกไทยดำ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.54 จะเห็นได้ว่า เกษตรกรทุกรายมีการจำหน่ายพริกไทยดำเป็นหลัก รองลงมาคือพริกไทยขาว และพริกไทยแดง ตามลำดับ นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการผลิตแล้ว ความต้องการใช้ประโยชน์ของพริกไทยแต่ละชนิดยังมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งในด้านรสชาติ กลิ่น สี และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งส่งผลต่อโครงสร้างตลาดของพริกไทยแต่ละประเภท

พริกไทยดำมีรสชาติเผ็ดร้อนเด่นชัด เนื่องจากใช้ผลพริกไทยอ่อนหรือผลสดสีเขียวซึ่งมีปริมาณสาร Piperine สูง และผ่านกระบวนการตากแห้งอย่างรวดเร็ว ทำให้หยุดการพัฒนาของน้ำตาลในผล ส่งผลให้รสชาติออกไปในทางเผ็ดร้อนมากกว่าหวาน พริกไทยดำจึงตอบโจทย์ตลาดขนาดใหญ่ (Mass Market) จำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั่วไปโดยไม่จำกัดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย ทั้งการปรุงอาหารในครัวเรือน อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมยาและอาหารเสริม อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง และอุตสาหกรรมกลิ่นและน้ำหอม และภาคธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

ส่วนพริกไทยขาวมีกลิ่นที่นุ่มกว่า และมีระดับความเผ็ดร้อนต่ำกว่าพริกไทยดำ เนื่องจากกลิ่นหอมหลักของพริกไทยมาจากเปลือกซึ่งถูกกำจัดออกในกระบวนการแปรรูป รสชาติของพริกไทยขาวจึงมีความเผ็ดที่ไม่รุนแรง สีขาวของผลิตภัณฑ์ทำให้เหมาะกับอาหารที่ต้องการสีอ่อน เช่น อาหารจีน ขนมบางประเภท และอุตสาหกรรมอาหารบางกลุ่ม ส่งผลให้พริกไทยขาวมีตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากกว่าพริกไทยดำ

ในขณะที่พริกไทยแดงมีรสชาติที่นุ่มและหวานกว่าพริกไทยดำและพริกไทยขาว เนื่องจากใช้ผลพริกไทยที่สุกสมบูรณ์ ทำให้สัดส่วนของสาร Piperine ต่อมวลรวมลดลง ขณะเดียวกันแป้งและสารประกอบเชิงซ้อนภายในผลจะถูกเปลี่ยนเป็นน้ำตาลมากขึ้นในช่วงการสุก อีกทั้งยังเกิดสารระเหยในกลุ่ม terpenes และ esters ซึ่งให้กลิ่นหอมในลักษณะผลไม้และดอกไม้ ช่วยเสริมการรับรู้ถึงความหวานของรสชาติ (Díaz-Guerrero, 2025) รวมถึงกระบวนการแปรรูปพริกไทยแดงยังต้องมีการควบคุมการอบแห้งอย่างละเอียด ใช้ระยะเวลาในการตากที่นานกว่าและควบคุมอุณหภูมิในระดับต่ำถึงปานกลาง เพื่อรักษาสีแดง ปริมาณน้ำตาล และกลิ่นหอมไว้ (Lay et al., 2023) เมื่อเปรียบเทียบกัน พริกไทยขาวซึ่งผ่านกระบวนการแช่น้ำและการกำจัดเปลือก จะสูญเสียน้ำตาลและสารโพลีฟีนอลบางชนิดที่ช่วยให้รสชาติกลมกล่อมไปบางส่วน ขณะที่พริกไทยดำซึ่งใช้ผลอ่อนและผ่านการตากแห้งอย่างรวดเร็วยังคงมีปริมาณ Piperine สูงและหยุดการพัฒนาความหวานตั้งแต่ระยะแรก ส่งผลให้มีรสชาติเผ็ดร้อนเด่นชัดมากที่สุด (Lee et al., 2020) พริกไทยแดงจึงเป็นที่ต้องการในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น Gourmet market ตลาดจำหน่ายวัตถุดิบคุณภาพสูง, ร้านอาหารประเภท Fine Dining ซึ่งเป็นร้านอาหารคุณภาพสูงที่ให้ความสำคัญกับทุกกระบวนการผลิตเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและสร้างประสบการณ์ในการรับประทานอาหารให้กับผู้บริโภค และกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่ เป็นต้น ทำให้ปริมาณการสั่งซื้อมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับพริกไทยดำและพริกไทยขาว แต่มีความคาดหวังด้านคุณภาพ กลิ่น และสีของผลิตภัณฑ์ในระดับสูง ดังแสดงในตารางที่ 3.19

ตารางที่ 3.19 ตารางแสดงการจำหน่าย และลักษณะการจำหน่าย

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การจำหน่าย		
จำหน่าย	26	92.86
ไม่มีการจำหน่าย (บริโภคเอง)	2	7.14
ลักษณะผลผลิตที่จำหน่าย	(N=26)	
พริกไทยสด และ พริกไทยดำ	3	11.54
พริกไทยดำ	13	50.00
พริกไทยดำ และ พริกไทยขาว	6	23.08
พริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง**	4	15.38

ที่มา: จากการสำรวจ

ช่องทางการจำหน่าย

การจำหน่ายพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีการจำหน่ายพริกไทยแบบเม็ด แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ พริกไทยสด พริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง ซึ่งแต่ละประเภทมีลักษณะการจำหน่าย ปริมาณผลผลิต และราคาที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยมีช่องทางการตลาดหลากหลาย และสะท้อนถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ไม่เท่ากันของแต่ละประเภท

พริกไทยสดเป็นพริกไทยที่มีราคาต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับประเภทอื่น โดยมีราคาขายเพียง 90 บาทต่อกิโลกรัม และมีปริมาณการจำหน่ายเพียง 130 กิโลกรัม โดยส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 99.37 เกษตรเกษตรจำแปรรูปเป็นพริกไทยแห้งเพื่อจำหน่ายเนื่องจากได้ราคาที่สูงกว่าการจำหน่ายพริกไทยสด คิดเป็นร้อยละ 0.63 ที่จำหน่ายให้ผู้แปรรูปในจังหวัดตรัง ช่องทางการจำหน่ายหลักอยู่ในรูปแบบของการขายให้กับผู้แปรรูปทั้งในจังหวัดและผู้ผลิตพริกไทยแห้งแบบเม็ด

พริกไทยดำเป็นมีปริมาณจำหน่ายมากที่สุดถึง 2,809.78 กิโลกรัม มีราคาจำหน่าย 640.88 บาท ซึ่งต่ำกว่าราคาของพริกไทยขาวและพริกไทยแดง แต่เป็นพริกไทยที่มีการหมุนเวียนในตลาดมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมและการเข้าถึงของผู้บริโภคในวงกว้าง มีช่องทางการจำหน่าย 7 ช่องทาง โดยส่วนใหญ่จำหน่ายผ่านผู้รวบรวมในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 46.13 ราคา 364.62 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 21.56 ราคา 746.86 บาทต่อกิโลกรัม จำหน่ายเอง คิดเป็นร้อยละ 21.11 ราคา 1,142.47 บาทต่อกิโลกรัม เป็นราคาที่สูงสุดสำหรับการจำหน่ายพริกไทยดำเนื่องจากใส่บรรจุภัณฑ์แบ่งขายเป็นขนาดย่อย พ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 4.04 ราคา 859.55 บาทต่อกิโลกรัม โรงงานแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 2.90 ราคา 600 บาทต่อกิโลกรัม กลุ่มเครื่องแกง คิดเป็นร้อยละ 2.78 ราคา 321.49 บาทต่อกิโลกรัม และ Modern Trade คิดเป็นร้อยละ 1.48 ราคา 636 บาทต่อกิโลกรัม

พริกไทยขาว จำนวน 469.95 กิโลกรัม ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 1,270.43 บาทต่อกิโลกรัม มีช่องทางการจำหน่าย 5 ช่องทาง โดยส่วนใหญ่จำหน่ายไปยังผู้รวบรวมในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 56.39 ราคา 992.45 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 21.61 ราคา 1,726.98 บาทต่อกิโลกรัม จำหน่ายเอง คิดเป็นร้อยละ 10.99 ราคา 1,654.99 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 6.75 ราคา 1,513.33 บาทต่อกิโลกรัม

และ Modern Trade คิดเป็นร้อยละ 4.26 ราคา 1,257.00 บาทต่อกิโลกรัม ราคาของพริกไทยขาวแสดงให้เห็นถึงความต้องการของตลาดของพริกไทยขาว โดยเฉพาะในร้านอาหารและตลาดเฉพาะทาง แสดงว่ายังมีกลุ่มพร้อมจ่ายในราคาสูง ทำให้พริกไทยขาวเป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูงในเชิงมูลค่า

พริกไทยแดง มีปริมาณการผลิตน้อยที่สุดเพียง 303.08 กิโลกรัม เนื่องจากการดูแลรักษาที่มีความยากกว่าพริกไทยอื่น ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 2,181.19 บาทต่อกิโลกรัม สูงกว่าพริกไทยแห้งชนิดเม็ดแบบอื่น ๆ เนื่องจากปริมาณการผลิตในตลาดยังน้อย และยังไม่เป็นที่รู้จัก ยังคงแปลกใหม่สำหรับผู้บริโภค มีการจำหน่าย 6 ช่องทาง ส่วนใหญ่จำหน่ายไปยังร้านอาหารที่มีคุณภาพสูง (Fine Dining) และร้านอาหารอื่น ๆ ที่ต้องการวัตถุดิบคุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 36.33 ราคา 2,490.71 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ ผู้รวบรวมในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 29.07 ราคา 850 บาทต่อกิโลกรัม จำหน่ายเอง คิดเป็นร้อยละ 12.11 ราคา 3,393.27 บาทต่อกิโลกรัม ผู้รับซื้อจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 11.70 ราคา 2,200 บาทต่อกิโลกรัม Modern Trade คิดเป็นร้อยละ 5.82 ราคา 3,356 บาทต่อกิโลกรัม และ พ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 4.97 ราคา 3,331.99 บาทต่อกิโลกรัม

สำหรับการวิเคราะห์ช่องทางการจำหน่ายที่เกษตรกรที่ได้รับประโยชน์สูงสุด หากพิจารณาในมิติราคาที่เกษตรกรได้รับต่อกิโลกรัม พบว่า เกษตรกรจะได้รับราคาสูงสุดผ่านการจำหน่ายตรงให้ผู้บริโภค (B2C) โดยเฉพาะพริกไทยแดง เนื่องจากสามารถกำหนดราคาเอง เพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูป บรรจุภัณฑ์ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รองลงมา คือ ร้านอาหารระดับพรีเมียม ซึ่งให้ราคาสูงและยอมรับคุณค่าด้านคุณภาพเรื่องราว และอัตลักษณ์ของสินค้า แต่หากเกษตรกรต้องการด้านความมั่นคงตลาดมากกว่าราคา ผู้รวบรวมในจังหวัด เหมาะสำหรับเกษตรกรที่มีผลผลิตจำนวนมาก นอกจากนี้ Modern trade และตลาดต่างประเทศ เกษตรกรมีโอกาสขยายตลาดและสร้างภาพลักษณ์สินค้า แต่ต้องใช้เงินลงทุนสูง มีต้นทุนด้านค่าธรรมเนียมมาตรฐาน และการส่งเสริมการขาย จึงเหมาะกับผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในการจัดการ ดังแสดงในตารางที่ 3.20

ตารางที่ 3.20 ช่องทางการจำหน่ายพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังของเกษตรกร

ประเภทของสินค้า	ช่องทางการจำหน่าย	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (กก.)	ราคาที่เกษตรกรได้รับ(บาท/กก.)
พริกไทยสด	1.ผู้แปรรูปในจังหวัด	3	0.63	130.00	90.00
	2.แปรรูปเป็นพริกไทยแห้งแบบเม็ด	28	99.37		
พริกไทยดำ	1.ผู้รวบรวมในจังหวัด	12	46.13	1,296.1	364.62
จำนวน 2,809.78 กก.	2.พ่อค้าปลีก	8	4.04	113.59	859.55
ราคาเฉลี่ย 640.88 บาท	3.ร้านอาหาร	5	21.56	605.83	746.86
	4.โรงงานแปรรูป	1	2.90	81.62	600.00
	5.Modern trade	1	1.48	41.51	636.00
	6.กลุ่มเครื่องแกง	5	2.78	77.92	321.49
	7.จำหน่ายเอง	18	21.11	593.21	1,142.47
พริกไทยขาว	1.ผู้รวบรวมในจังหวัด	6	56.39	265.00	992.45
จำนวน 469.95 กก.	2.พ่อค้าปลีก	3	6.75	31.72	1,513.33
ราคาเฉลี่ย 1,270.43 บาท	3.ร้านอาหาร	4	21.61	101.56	1,726.98
	4.Modern trade	1	4.26	20.02	1,257.00
	5.จำหน่ายเอง	6	10.99	51.65	1,654.99

ตารางที่ 3.20 (ต่อ)

ประเภทของสินค้า	ช่องทางการจำหน่าย	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ปริมาณ (กก.)	ราคาที่เกษตรกรได้รับ(บาท/กก.)
พริกไทยแดง	1.ผู้รวบรวมในจังหวัด	1	29.07	88.32	850.00
จำนวน 303.08 กก.	2.พ่อค้าปลีก	3	4.97	15.1	3,331.99
ราคาเฉลี่ย 2,181.19 บาท	3.ร้านอาหาร	4	36.33	110.37	2,490.71
	4.Modern trade	1	5.82	17.68	3,356
	5.จำหน่ายเอง	3	12.11	36.79	3,393.27
	6.ผู้รับซื้อจากต่างประเทศ	1	11.70	35.54	2,200

หมายเหตุ: เกษตรกรหนึ่งรายมีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตมากกว่าหนึ่งช่องทาง

ที่มา: จากการสำรวจ

3.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในพื้นที่จังหวัดตรัง จำนวน 22 ราย ดังนี้

เพศ ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.18 และเพศหญิง จำนวน 7 ราย คิดเป็น ร้อยละ 31.82

อายุ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมามีอายุระหว่าง 61-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.27 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.18 และมีอายุระหว่าง 71-80 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.55 ตามลำดับ

การศึกษา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.82 ระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 9.09 เท่ากัน และระดับมัธยมตอนต้นคิดเป็นร้อยละ 4.55 ตามลำดับ

ประสบการณ์ ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ เฉลี่ย 11.98 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 81.82 มีประสบการณ์น้อยกว่า 10 ปี รองลงมา มีประสบการณ์อยู่ในช่วง 11-20 ปี และมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.09 เท่ากัน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3.21

ตารางที่ 3.21 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

รายการ	สมาชิก	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	15	68.18
หญิง	7	31.82
อายุ		
31 – 40 ปี	4	18.18
41 – 50 ปี	7	31.82
51 – 60 ปี	4	18.18
61 – 70 ปี	6	27.27
71 – 80 ปี	1	4.55
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	2	9.09
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	4.55
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	9.09
ปวช./ปวส.	0	0
ปริญญาตรี	10	45.45
สูงกว่าปริญญาตรี	7	31.82
ประสบการณ์ในการทำการเกษตร (ปี)		
น้อยกว่า 10 ปี	18	81.82
10 – 20 ปี	2	9.09
21 – 30 ปี	0	0
31 – 40 ปี	0	0
41 – 50 ปี	0	0
มากกว่า 50 ปี	2	9.09
เฉลี่ย (ปี)	**11.98**	

ที่มา: จากการสำรวจ

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการทั้งหมด 22 ราย เป็นผู้ประกอบการรายย่อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.64 มีกิจกรรมการผลิตพริกไทยดำ พริกไทยขาว หรือ พริกไทยแดง ทำการตลาดเอง แล้วจำหน่ายไปยังกลุ่มลูกค้า รองลงมา คือ พ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 22.72 ในขณะที่ ผู้รวบรวม คิดเป็นร้อยละ 13.64 โดยแบ่งเป็น ผู้รวบรวมที่มีการรวบรวมพริกไทยดำและพริกไทยขาว ร้อยละ 9.09 และผู้รวบรวมที่มีการรวบรวมพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง ร้อยละ 4.55 ซึ่งกลุ่มลูกค้าของพริกไทยมีทั้งรูปแบบของ B2C (Business to Customer) ได้แก่ จำหน่ายไปยังผู้บริโภคโดยตรง ผ่านการออกบูธ หน้าบ้านหน้าสวน ตามบ้าน และ

ออนไลน์ และจำหน่ายในรูปแบบของ B2B (Business to Business) ได้แก่ จำหน่ายให้กลุ่มเครื่องแกง พ่อค้าปลีก ทั้งรูปแบบที่นำไปสร้างแบรนด์ของตนเองและฝากขายรับค่าคอมมิชชั่น ร้านอาหาร โรงงานแปรรูป หรือ Modern Trade เป็นต้น

ทั้งนี้เกษตรกรขาดแหล่งรับซื้อหรือศูนย์กลางตลาดในพื้นที่ จึงหาตลาดเพื่อกระจายผลผลิตด้วยตนเอง ส่งผลให้ในจังหวัดตรังมีผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมาก ขณะเดียวกันมีผู้รวบรวมในจังหวัดน้อย เนื่องจากพริกไทยมีราคาจำหน่ายสูง และตลาดยังไม่แน่นอน เกิดความเสี่ยงในการลงทุนสูง จึงมีผู้รวบรวมจำนวนน้อย ดังนั้น โครงสร้างการดำเนินธุรกิจพริกไทยในจังหวัดตรังมีลักษณะเป็นตลาดรายย่อยและกระจายตัว ถึงแม้จะพึ่งพาการตลาดด้วยตนเองเป็นหลัก ผู้รวบรวมในพื้นที่ก็ยังมีความสำคัญมาก เนื่องจากเกษตรสามารถขายได้ในปริมาณมาก แม้จะได้รับราคาที่ต่ำกว่าการทำตลาดเอง แต่หากผู้รวบรวมยังคงมีพริกไทยค้างในคลังเก็บสินค้า ไม่สามารถรับซื้อพริกไทยของเกษตรกรเพิ่มได้ ทำให้การตลาดของพริกไทยในภาพรวมติดขัด ดังนั้นหากผู้รวบรวมมีตลาดรองรับที่แน่นอน จะสามารถรับซื้อพริกไทยจากเกษตรกรได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายที่มั่นคง ลดความเสี่ยงด้านราคาตกต่ำและการจำหน่ายไม่ได้ ดังแสดงในตารางที่ 3.22

ตารางที่ 3.22 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

ประเภทผู้ประกอบการ	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ผู้ประกอบการรายย่อย	เกษตรกรที่ผลิตและจำหน่ายพริกไทยดำ ขาว หรือ แดง ให้กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภคโดยตรง	14	63.64
ผู้รวบรวม	เกษตรกรที่ผลิตและรวบรวม พริกไทยดำ ขาว หรือแดง จากเกษตรกรรายอื่น เพื่อจำหน่ายไปยังกลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภค	3	13.64
	- รวบรวมพริกไทยดำ และพริกไทยขาว	2	9.09
	- รวบรวมพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง	1	4.55
พ่อค้าปลีก	ซื้อพริกไทยดำ ขาว หรือ แดง เพื่อนำมาจำหน่ายให้กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภคโดยตรง	5	22.72
รวม		**22**	**100.00**

ที่มา: จากการสำรวจ

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การศึกษาการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ของเกษตรกร และเพื่อศึกษาวิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ โดยมีผลการศึกษาดังนี้

4.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังของเกษตรกร

4.1.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ แบ่งตามช่วงอายุ

จากผลการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ แบ่งได้เป็น 2 ระยะ 5 ช่วงอายุการผลิต ได้แก่ ระยะก่อนให้ผลผลิต แบ่งเป็น 2 ช่วง ประกอบด้วย 1) ช่วงอายุ 1 ปี 2) ช่วงอายุ 2 ปี และระยะให้ผลผลิต แบ่งเป็น 3 ช่วง ประกอบด้วย 1) ช่วงให้ผลผลิต อายุ 3-4 ปี 2) ช่วงอายุ 5-7 ปี และ 3) ช่วงอายุ 8 ปีขึ้นไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ระยะก่อนให้ผลผลิต

1.1) ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 1 ปี

เป็นช่วงเริ่มปลูกในปีที่ 1 จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 124,246.60 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 114,072.46 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 91.81 ของต้นทุนทั้งหมด และต้นทุนคงที่ 10,174.14 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 8.19 ของต้นทุนทั้งหมด โดยในส่วนต้นทุนผันแปร พบว่าเกษตรกรมีค่าวัสดุมากที่สุด 63,024.79 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 50.73 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าแรงงาน 46,809.25 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 37.67 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนคงที่พบว่า เกษตรกรมีค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตรมากที่สุด 5,475.47 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.41 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์ 3,185.85 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 2.57 ของต้นทุนทั้งหมด

จากการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ แสดงให้เห็นว่าต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากต้นทุนผันแปรทั้งหมด เมื่อพิจารณาต้นทุน พบว่า ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 ลำดับแรกในการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ช่วงก่อนให้ผลผลิตอายุ 1 ปี ได้แก่

ลำดับที่ 1 คือ ค่าวัสดุในส่วนค่าต้นพันธุ์ ร้อยละ 39.49 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากจำนวนของต้นพันธุ์ขึ้นอยู่กับจำนวนเสา และลักษณะการปลูกของพริกไทย เกษตรกรแต่ละรายจะเลือกรูปแบบการเตรียมแปลงตามความรู้ งบประมาณ สภาพดิน และแหล่งน้ำในพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน โดยทั่วไปเกษตรกรจะใช้เสาค้ำต้นประมาณ 240–400 เสาต่อไร่ ทั้งนี้จำนวนเสาขึ้นอยู่กับรูปแบบการปลูกและระยะปลูกที่เลือกใช้ หากเป็นการปลูกแบบไร่ไม่ยกร่อง และใช้ระยะปลูก 2 × 2 เมตร จะสามารถวางเสาค้ำต้นได้สูงสุดประมาณ 400 เสาต่อไร่ ส่งผลให้ต้องใช้ต้นพันธุ์จำนวนมากตามไปด้วย และหากเป็นกรณีที่เกษตรกรเลือกปลูกแบบยกแปลงยกร่อง หรือขุดคูยกร่อง จำนวนเสาค้ำต้นต่อไร่จะลดลง จากการเว้นระยะร่องและความกว้างแตกต่างกัน แต่การปลูกแบบนี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายน้ำ ลดความเสียหายจากโรครากเน่าและโคนเน่า เป็นการลงทุนเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านผลผลิตในระยะยาว ซึ่งจำนวนเสาที่ใช้จะสอดคล้องกับจำนวนต้นพันธุ์พริกไทยที่ปลูก โดยทั่วไป 1 เสา ปลูกพริกไทย 1–2 ต้น ดังนั้น หากมี 400 เสา อาจต้องใช้ต้นพันธุ์สูงถึง 400–800 ต้นต่อไร่ เป็นเหตุผลสำคัญ

ที่ทำให้ต้นทุนด้านต้นพันธุ์อยู่ในระดับสูง ขณะที่ราคาต้นพันธุ์พริกไทยอยู่ในช่วงประมาณ 50–150 บาทต่อต้น ขึ้นอยู่กับความสูง ความสมบูรณ์ และอุปกรณ์เสริม เช่น ไม้ค้ำหรือถุงดำสำหรับพร้อมลงปลูก ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีราคากลางในการจำหน่าย ทำให้ต้นทุนผันแปรตามแหล่งซื้อและคุณภาพพันธุ์ นอกจากนี้ พริกไทยเป็นพืชที่มีความละเอียดอ่อน ต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด หากสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม เช่น มีน้ำมากเกินไปจนเกิดปัญหารากเน่า หรือขาดน้ำจนต้นไม่แข็งแรง อาจทำให้ต้นพริกไทยตายได้ ส่งผลให้เกษตรกรต้องซื้อต้นพันธุ์เพิ่มเติมเพื่อปลูกซ่อม ทั้งในปีแรกและปีต่อ ๆ ไป ซึ่งยิ่งทำให้ต้นทุนด้านต้นพันธุ์เพิ่มสูงขึ้นอีก ดังนั้น สัดส่วนค่าต้นพันธุ์ที่สูงสอดคล้องกับลักษณะการปลูกที่ต้องใช้ต้นพันธุ์จำนวนมาก ราคาต่อหน่วยค่อนข้างสูง และมีความเสี่ยงต่อการปลูกซ่อม การเลือกใช้ต้นพันธุ์ที่มีคุณภาพ แข็งแรง และเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ตั้งแต่เริ่มปลูกจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะไม่เพียงช่วยลดอัตราการตาย ลดต้นทุนปลูกซ่อม แต่ยังช่วยให้ต้นพริกไทยเจริญเติบโตดี มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อม และส่งผลต่อผลผลิตในระยะยาว อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการคืนทุนและความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการปลูกพริกไทยในอนาคต

ลำดับที่ 2 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมดูแลรักษา ร้อยละ 22.14 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากการปลูกพริกไทยเป็นพืชที่ต้องใช้แรงงานเข้มข้น โดยเฉพาะในปีแรกของการปลูกซึ่งถือเป็นช่วงวิกฤตต่อความอยู่รอดและศักยภาพการให้ผลผลิตในระยะยาว เนื่องจากต้นพริกไทยยังอยู่ในระยะเริ่มตั้งตัว ระบบรากยังอ่อนแอและไวต่อสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะสภาพดินและปริมาณน้ำ หากมีน้ำขังจะเสี่ยงต่อการเกิดโรครากเน่า แต่หากขาดน้ำจะทำให้ต้นอ่อนแอและอาจตายได้ ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องดูแลอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องตลอดทั้งปีแรก ในปีแรกเกษตรกรมีการให้น้ำสม่ำเสมอ และใส่ปุ๋ยมากกว่าปีอื่นประมาณ 2–3 เท่า โดยเฉพาะปุ๋ยอินทรีย์ที่ต้องรองก้นหลุมก่อนปลูก เสาละ 2 กิโลกรัม และใส่ต่อเนื่องทุก 1–2 ครั้งต่อเดือน ในช่วง 6–12 เดือนแรก บางรายใช้ปุ๋ยเคมีร่วมด้วย โดยเน้นไนโตรเจน (N) เพื่อเร่งการเจริญเติบโตของใบและลำต้น และฟอสฟอรัส (P) เพื่อกระตุ้นการพัฒนาระบบราก นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงโครงสร้างดินมากกว่าปีอื่น เพื่อเพิ่มการระบายน้ำและการถ่ายเทอากาศในดิน ซึ่งช่วยให้ระบบรากแข็งแรง กิจกรรมเหล่านี้ต้องใช้แรงงานทั้งการใส่ปุ๋ยรอบโคนต้น ใกล้โคนต้น การฉีดพ่นปุ๋ยทางใบผ่านระบบน้ำหรือถังฉีดพ่น ค่าแรงในการใส่ปุ๋ยอยู่ที่ 50–100 บาทต่อกระสอบ ขึ้นอยู่กับความชันและความยากง่ายของพื้นที่ ค่าแรงพ่นปุ๋ยหรือสารชีวภาพอยู่ที่ 60 บาทต่อถัง (ประมาณ 20 ลิตรต่อถัง) และหากเป็นแรงงานรายวันจะอยู่ที่ 345–400 บาทต่อวัน นอกจากนี้ ยังมีการตัดแต่งกิ่งและมัดยอดในความถี่สูงกว่าช่วงอายุอื่น เพื่อบังคับทิศทางการเจริญเติบโตให้เถาเลื้อยขึ้นตามเสาอย่างเป็นระเบียบ ลดการแตกกิ่งที่ไม่จำเป็นและป้องกันลำต้นหัก สำหรับปีอื่น ๆ แม้ความเข้มข้นจะลดลงจากปีแรก แต่ยังคงต้องดูแลตามรอบการจัดการแปลงอย่างสม่ำเสมอ เช่น การใส่ปุ๋ย การให้น้ำ การกำจัดวัชพืช การป้องกันและกำจัดโรคแมลง การปรับปรุงดิน การพรวนดินพูนโคน และการมัดยอด โดยพิจารณาตามสภาพการเจริญเติบโตในแต่ละช่วงเวลา ดังนั้น เมื่อรวมกิจกรรมดูแลรักษาที่มีความถี่สูง โดยเฉพาะในปีแรกที่ต้องใช้แรงงานอย่างต่อเนื่องและละเอียดอ่อน ประกอบกับอัตราค่าแรงที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน จึงทำให้ค่าแรงงานดูแลรักษามีสัดส่วนสูงเป็นลำดับที่ 2 ของต้นทุนทั้งหมด การปลูกพริกไทยจึงเป็นการผลิตที่ต้องอาศัยทั้งแรงงานและความใส่ใจอย่างมากตั้งแต่ระยะเริ่มต้น เพื่อให้ต้นพันธุ์แข็งแรง ลดอัตราการตาย และสร้างศักยภาพการให้ผลผลิตที่ดีในระยะยาว

ลำดับที่ 3 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมการเตรียมดิน ร้อยละ 13.92 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ต้องใช้แรงงานและเครื่องจักรจำนวนมาก ในกระบวนการเตรียมดิน นอกจากการไถพรวนพื้นที่ให้พร้อมสำหรับการปลูกแล้ว เกษตรกรบางรายยังมีการยกร่องแปลงโดยการจ้างรถแบคโฮ พื้นที่ 1 ไร่ มีค่ายกร่อง

ประมาณ 5,000 - 7,000 บาทต่อไร่ ร่องละประมาณ 1,000 บาท ขึ้นกับการจัดการและระยะปลูกที่เกษตรกรต้องการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายน้ำ และลดปัญหารากเน่าของต้นพริกไทยซึ่งเป็นพืชที่ไวต่อสภาพน้ำขัง หลังจากการเตรียมพื้นที่แล้ว จะต้องใช้แรงงานในขั้นตอนการวางแนวปลูก การทำค้าง การขุดหลุม ยกเสามายังแปลง ใส่วัสดุปรับปรุงดินอย่างปุ๋ยอินทรีย์ ก่อนการฝังเสาและปลูกต้นพริกไทย เนื่องจากพริกไทยมีระบบรากที่อ่อนแอ และมีความไวต่อสภาพดิน การปรับปรุงดินจึงมีความจำเป็นเพื่อปรับโครงสร้างดินให้เหมาะสมกับการเจริญเติบโตของพริกไทย หลังจากนั้นมีการฝังเสา โดยมีค่าแรงในการฝังเสาประมาณ 30–40 บาทต่อเสา และยังต้องใช้แรงงานในการพูนโคน เพื่อป้องกันการทรุดตัวของดิน และแก้ปัญหาน้ำขัง ซึ้งปัจจุบันราคาเหมาการพูนโคน 40 บาทต่อเสา ทั้งนี้ การดูแลและเตรียมดินอย่างเหมาะสมในระยะแรกมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากต้นพริกไทยที่มีความแข็งแรงตั้งแต่ช่วงเริ่มปลูกจะส่งผลโดยตรงต่ออัตราการรอดชีวิตของต้น ลดอัตราการตาย และมีผลต่อศักยภาพในการให้ผลผลิตในระยะยาว

นอกจากต้นทุนที่กล่าวมาข้างต้น การลงทุนปลูกพริกไทยในปีที่ 1 ยังมีต้นทุนค่าใช้ไฟฟ้ากับปั๊มน้ำสูงสุดเมื่อเทียบกับปีอื่น เนื่องจากซึ่งช่วงตั้งต้นปลูกต้องใช้น้ำในการจัดการ ซึ่งน้ำมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ดินยุบตัวแน่นรอบเสา เพิ่มความมั่นคงลดการทรุดตัวของเสา และกระตุ้นการทำงานของวัสดุปรับปรุงดิน เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ Biocha ที่รองก้นหลุม จะดูดซับความชื้น กระตุ้นจุลินทรีย์ในดิน และช่วยลดอุณภูมิในดิน ลดความเครียดของต้นพริกไทย เป็นการเตรียมสภาพแวดล้อมที่เหมาะต่อการเจริญเติบโตของพริกไทยในระยะแรก รวมถึงในปีแรกจะมีการให้น้ำอย่างสม่ำเสมอ ไม่ให้ดินขาดความชื้น หลังใส่ปุ๋ยต้องลดน้ำทุกครั้ง ในขณะที่ปีอื่นจะให้ลดลง เป็นการให้ตามรอบ หรือเฉพาะช่วงหน้าแล้ง

และค่าวัสดุสิ้นเปลืองและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ มีต้นทุนสูงกว่าปีอื่น เนื่องจากมีการขนส่งวัสดุต่าง ๆ และมีการไปรับคนงาน เพื่อใช้การจัดการแปลง เตรียมพื้นที่ปลูก ลงเสา วางระบบน้ำ จะมีการขนอุปกรณ์ต่าง ๆ มาก เกษตรกรบางรายซื้อวัสดุดิบจากต่างพื้นที่ทำให้มีค่าขนส่งสูง รวมถึงมีการใช้วัสดุอุปกรณ์ เช่น ถุงมือ เชือกมัดใช้ในการมัดยอกพริกไทยอยู่สม่ำเสมอ ในขณะที่ปีอื่นใช้เมื่อเชือกหลุดออก ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 1 ปี

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 1 ปี		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
1. ต้นทุนผันแปร	**46,594.55**	**67,477.91**	**114,072.46**
1.1 ค่าแรงงาน	**8,739.47**	**38,069.78**	**46,809.25**
เตรียมดิน	6,988.51	10,304.57	17,293.08
ขุดหลุมและปลูก	129.76	1,881.47	2,011.23
ดูแลรักษา	1,621.20	25,883.74	27,504.94
เก็บเกี่ยว	0.00	0.00	0.00
1.2 ค่าวัสดุ	**35,469.74**	**27,555.05**	**63,024.79**
ค่าต้นพันธุ์	22,484.63	26,582.17	49,066.79
ค่าปุ๋ย	7,567.44	804.60	8,372.04
ค่ายาปราบวัชพืชและศัตรูพืช	0.00	0.00	0.00
ค่าสารเคมีอื่น ๆ และปรับปรุงหน้าดิน	968.28	46.78	1,015.06
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	114.48	0.00	114.48
ค่าไฟฟ้า	1,424.46	0.00	1,424.46
ค่าวัสดุการเกษตรและวัสดุสิ้นเปลือง	2,772.87	68.28	2,841.15
ค่าซ่อมแซมการเกษตร	137.58	53.23	190.81
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน	**2,385.34**	**1,853.08**	**4,238.42**
2. ต้นทุนคงที่	**0.00**	**10,174.14**	**10,174.14**
2.1 ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	0.00	5,475.47	5,475.47
2.2 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	0.00	3,185.85	3,185.85
2.3 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	1,512.82	1,512.82
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	**46,594.55**	**77,652.05**	**124,246.60**
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม		**0.00**	
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)		**0.00**	
6. ราคาจำหน่าย (บาท/กิโลกรัม)		**0.00**	
7. ผลตอบแทนต่อไร่		**0.00**	
8. ผลตอบแทนต่อไร่สุทธิ		**0.00**	
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม		**0.00**	

ที่มา: จากการสำรวจ

1.2) ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 2 ปี

เป็นช่วงที่เกษตรกรบางรายได้รับผลผลิตแล้ว แต่ผลผลิตที่ได้รับมีเพียงเล็กน้อยจึงไม่นับผลผลิตในปีที่ 2 จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 34,931.47 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 26,261.48 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 75.18 ของต้นทุนทั้งหมดและต้นทุนคงที่ 8,669.99 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.04 ของต้นทุนทั้งหมด โดยในส่วนต้นทุนผันแปรพบว่าเกษตรกรมีค่าแรงงานมากที่สุด 17,737.18 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 50.78 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าวัสดุ 7,987.17 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 22.87 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนคงที่พบว่า เกษตรกรมีค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตรมากที่สุด 4,253.57 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 12.18 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์ 2,318.52 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.64 ของต้นทุนทั้งหมด

จากการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ แสดงให้เห็นว่าเมื่อพิจารณาต้นทุน พบว่า ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 ลำดับแรก ในการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ช่วงก่อนให้ผลผลิตอายุ 2 ปี ได้แก่

ลำดับที่ 1 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมดูแลรักษา ร้อยละ 50.78 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากการปลูกพริกไทยเป็นการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้นและต้องอาศัยความละเอียดอ่อนสูง ทั้งนี้เนื่องจากพริกไทยมีลักษณะทางสรีรวิทยาและระบบรากที่อ่อนแอ ไวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะสภาพดิน ความชื้น และการจัดการแปลงปลูก ส่งผลให้แรงงานกลายเป็นต้นทุนหลักในกระบวนการผลิต กิจกรรมสำคัญในการดูแลรักษา ได้แก่ การตัดหญ้าและถอนหญ้า การใส่ปุ๋ย การให้น้ำ และการมัดยอด โดยเฉพาะการจัดการวัชพืชซึ่งต้องใช้ความชำนาญสูง การตัดหญ้าในแปลงพริกไทยต้องระมัดระวังไม่ให้เครื่องมือหรือมีดตัดหญ้ากระทบลำต้น เพราะอาจก่อให้เกิดบาดแผลได้ บริเวณรอบโคนต้นซึ่งไม่สามารถใช้เครื่องตัดหญ้าได้ เกษตรกรจำเป็นต้องถอนหญ้าด้วยมือเพื่อหลีกเลี่ยงการกระทบกระเทือนต่อระบบราก ซึ่งเป็นระบบรากตื้นและมีรากฝอยจำนวนมาก หากเกิดบาดแผลบริเวณโคนต้นหรือราก จะเป็นช่องทางให้เชื้อโรคเข้าทำลาย และเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดโรครากเน่าและโคนเน่า นอกจากนี้ เกษตรกรบางรายยังใช้วิธีถางหญ้า ซึ่งต้องใช้ทั้งเวลาและทักษะในการปฏิบัติงานสูง ในด้านการใส่ปุ๋ย เกษตรกรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการธาตุอาหารพืชต่อการเจริญเติบโตและการให้ผลผลิตของพริกไทย จึงมีการใส่ปุ๋ยและดูแลอย่างสม่ำเสมอ การให้น้ำก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ต้องควบคุมอย่างเหมาะสม โดยเกษตรกรส่วนใหญ่มักให้น้ำทุกครั้งหลังการใส่ปุ๋ย หรือให้น้ำในช่วงหน้าแล้ง หากให้น้ำมากเกินไปจะเพิ่มความเสี่ยงต่อโรครากเน่า แต่หากให้น้ำน้อยเกินไป ต้นพริกไทยจะเจริญเติบโตได้ไม่ดีและอ่อนแอ นอกจากนี้ การมัดยอดเป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรต้องเข้าแปลงเพื่อตรวจสอบและมัดยอดให้เถาพริกไทยเลื้อยยึดเกาะกับค้างหรือเสาอย่างเหมาะสม การมัดยอดช่วยควบคุมทิศทางการเจริญเติบโต ลดการหักล้มของเถา และช่วยให้ต้นได้รับแสงอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตและการให้ผลผลิตในระยะยาว สำหรับปัญหาแมลงศัตรูพืช ในปีที่ 2 ของการปลูกพบว่าไม่เป็นปัญหารุนแรงในพื้นที่ศึกษามากนัก จึงมีการจัดการด้านนี้ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับกิจกรรมดูแลอื่น ๆ จากกระบวนการดูแลรักษาทั้งหมดดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในจังหวัดตรังเป็นระบบการผลิตที่ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ และความสม่ำเสมอในการปฏิบัติงานทุกขั้นตอน แรงงานจึงมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่ง

ลำดับที่ 2 คือ ค่าวัสดุในส่วนค่าปุ๋ยร้อยละ 17.21 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจาก เกษตรกรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการธาตุอาหารพืชต่อการเจริญเติบโตและการให้ผลผลิตของพริกไทย เกษตรกร

ให้ธาตุอาหารอย่างสม่ำเสมอ เกษตรกรบางรายลดความถี่ในการให้เหลือเดือนละ 1 ครั้ง แต่ให้ในปริมาณที่มากขึ้นตามอายุต้น พริกไทยมีระบบรากที่ไวต่อความเข้มข้นของเกลือแร่ในดิน การใช้ปุ๋ยเคมีในอัตราสูงอาจทำให้เกิดภาวะรากไหม้ (fertilizer burn) ส่งผลให้รากเสียหาย ความสามารถในการดูดน้ำและธาตุอาหารลดลง ต้นพริกไทยชะงักการเจริญเติบโตหรืออาจยืนต้นตายได้ ด้วยเหตุนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมใช้ปุ๋ยอินทรีย์เป็นหลัก เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมักแห้ง ปุ๋ยอินทรีย์ที่จำหน่ายในท้องตลาด รวมถึงปุ๋ยหมักชีวภาพ และบางรายมีการใช้ปุ๋ยเคมีร่วมด้วยในปริมาณที่เหมาะสมตามคำแนะนำของมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) โดยทั่วไปมีการใช้ปุ๋ยเคมีประมาณ 1–1.2 กิโลกรัมต่อต้นต่อปี โดย ในระยะเริ่มปลูก พริกไทยจำเป็นต้องได้รับธาตุไนโตรเจน (Nitrogen: N) ในปริมาณสูง เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตทางลำต้นและใบ ช่วยให้ใบแตกกอได้ดี ใบมีบทบาทสำคัญในการสังเคราะห์แสงและการสร้างอาหาร และธาตุฟอสฟอรัส (Phosphorus: P) ช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตของรากและการออกดอกติดผล เมื่อพริกไทยเข้าสู่ระยะให้ผลผลิต เกษตรกรจะเพิ่มการใช้ธาตุโพแทสเซียม (Potassium: K) เพื่อช่วยในการพัฒนาผลให้มีขนาดและน้ำหนักเหมาะสม ผลแน่น สีสวย เพิ่มความต้านทานต่อโรค และพริกไทยมีลำต้นที่แข็งแรก ซึ่งเกษตรกรจะมีการเลือกใช้สูตรปุ๋ยที่หลากหลาย เช่น 15-5-35, 46-0-4-0, 15-15-15, 17-7-35, 13-13-21, 8-24-24, 21-7-14 และ 10-15-40 รวมถึงการใช้ปุ๋ยเกร็ดในบางราย การเลือกสูตรและอัตราการใช้ปุ๋ยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเคยชิน และความรู้ในการดูแลพริกไทยของเกษตรกรแต่ละราย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ควบคู่กับการปรับปรุงคุณภาพดินในระยะยาว

ลำดับที่ 3 คือ ต้นทุนคงที่ ในส่วนค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตรร้อยละ 12.18 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากการปลูกพริกไทยเป็นการลงทุนที่ต้องใช้เงินทุนเริ่มต้นค่อนข้างสูง และมีการใช้สินทรัพย์ถาวรหลายรายการที่มีอายุการใช้งานหลายปี ในการเริ่มปลูกพริกไทย เกษตรกรบางรายมีการปรับพื้นที่ก่อนปลูก เช่น การปรับระดับพื้นที่ การเตรียมแปลง รวมถึงการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การลงเสาไฟและเดินระบบไฟฟ้าเข้าแปลง เพื่อรองรับการใช้มอเตอร์ไฟฟ้าในการสูบน้ำ นอกจากนี้ยังมีการจัดการแหล่งน้ำโดยการขุดบ่อหรือขุดสระเก็บน้ำ และวางระบบน้ำภายในแปลง ซึ่งส่วนใหญ่นิยมใช้มอเตอร์ไฟฟ้าร่วมกับระบบสปริงเกอร์ในการให้น้ำอย่างสม่ำเสมอ อีกหนึ่งต้นทุนหลักคือ เสาคอนกรีตสำหรับค้ำต้นพริกไทย ซึ่งเกษตรกรทุกรายใช้เสาคอนกรีต โดยมีราคาอยู่ระหว่าง 140–250 บาทต่อเสา และในพื้นที่ 1 ไร่ ใช้เสาจำนวน 240-400 เสา ทำให้เกิดมูลค่าการลงทุนรวมในส่วนนี้ค่อนข้างสูง แม้เสาคอนกรีตจะมีอายุการใช้งานหลายปี แต่ตามหลักการบัญชีต้นทุน จะต้องมีการคิดค่าเสื่อมราคากระจายไปตามอายุการใช้งาน ส่งผลให้เกิดต้นทุนคงที่ในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีอุปกรณ์การเกษตรอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการดูแลรักษาแปลงพริกไทย เช่น เครื่องพ่นปุ๋ย เครื่องพ่นสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช เครื่องตัดหญ้า และบันไดสำหรับเก็บเกี่ยวและดูแลทรงพุ่ม อุปกรณ์เหล่านี้แม้จะไม่ได้ลงทุนพร้อมกันทั้งหมดในคราวเดียว แต่เป็นสินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานหลายปี และต้องนำมาคิดค่าเสื่อมราคาเช่นเดียวกัน ดังนั้น สัดส่วนค่าเสื่อมอุปกรณ์ที่ค่อนข้างสูง มาจากลักษณะการผลิตพริกไทยที่ต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานและอุปกรณ์ถาวรจำนวนมากตั้งแต่เริ่มต้น ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 2 ปี

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	ช่วงก่อนให้ผลผลิต อายุ 2 ปี		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
1. ต้นทุนผันแปร	**9,157.93**	**17,103.55**	**26,261.48**
1.1 ค่าแรงงาน	**921.88**	**16,815.30**	**17,737.18**
เตรียมดิน	0.00	0.00	0.00
ขุดหลุมและปลูก	0.00	0.00	0.00
ดูแลรักษา	921.88	16,815.30	17,737.18
เก็บเกี่ยว	0.00	0.00	0.00
1.2 ค่าวัสดุ	**7,717.08**	**270.09**	**7,987.17**
ค่าต้นพันธุ์	0.00	0.00	0.00
ค่าปุ๋ย	5,812.11	198.32	6,010.43
ค่ายาปราบวัชพืชและศัตรูพืช	0.00	15.26	15.26
ค่าสารเคมีอื่น ๆ และปรับปรุงหน้าดิน	60.11	0.00	60.11
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	222.73	0.00	222.73
ค่าไฟฟ้า	525.30	0.00	525.30
ค่าวัสดุการเกษตรและวัสดุสิ้นเปลือง	995.88	1.22	997.10
ค่าซ่อมแซมการเกษตร	100.95	55.29	156.24
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน	**518.97**	**18.16**	**537.13**
2. ต้นทุนคงที่	**0.00**	**8,669.99**	**8,669.99**
2.1 ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	0.00	4,253.57	4,253.57
2.2 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	0.00	2,318.52	2,318.52
2.3 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	2,097.90	2,097.90
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	**9,157.93**	**25,773.54**	**34,931.47**
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม		**0.00**	
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)		**0.00**	
6. ราคาจำหน่าย (บาท/กิโลกรัม)		**0.00**	
7. ผลตอบแทนต่อไร่		**0.00**	
8. ผลตอบแทนต่อไร่สุทธิ		**0.00**	
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม		**0.00**	

ที่มา: จากการสำรวจ

2.1) ช่วงให้ผลผลิต อายุ 3-4 ปี

เป็นช่วงที่พริกไทยเริ่มให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรบางรายเริ่มได้รับผลผลิตมากในช่วงปีที่ 4 จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 50,305.77 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 43,956.65 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 87.38 ของต้นทุนทั้งหมดและต้นทุนคงที่ 6,349.12 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 12.62 ของต้นทุนทั้งหมด โดยในส่วนต้นทุนผันแปรพบว่าเกษตรกรมีค่าแรงงานมากที่สุด 34,330.05 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 68.24 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าวัสดุ 9,020.01 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 17.93 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนคงที่พบว่า เกษตรกรมีค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตรมากที่สุด 3,631.07 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 7.22 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์ 1,545.14 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.07 ของต้นทุนทั้งหมด

สำหรับผลตอบแทน พบว่า ราคาพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ กิโลกรัมละ 90.00 บาท ผลผลิตเฉลี่ย 913.67 กิโลกรัมต่อไร่ เกษตรกรจะได้รับผลตอบแทน 82,230.30 บาทต่อไร่ เมื่อหักต้นทุนทั้งหมดจะได้รับผลตอบแทนสุทธิ 31,924.53 บาทต่อไร่ หรือ 34.94 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ แสดงให้เห็นว่าต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากต้นทุนผันแปรทั้งหมด เมื่อพิจารณาต้นทุน พบว่า ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 ลำดับแรก ในการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ช่วงก่อนให้ผลผลิตอายุ 3-4 ปี ได้แก่

ลำดับที่ 1 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมดูแลรักษา ร้อยละ 36.39 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากการปลูกพริกไทยเป็นกิจกรรมทางการเกษตรที่ต้องอาศัยความใส่ใจในการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระยะเริ่มปลูกและตลอดทุกช่วงของการผลิต เนื่องจากพริกไทยมีลักษณะทางสรีรวิทยาที่อ่อนไหวต่อสภาพแวดล้อม เกษตรกรจึงต้องดำเนินกิจกรรมการดูแลรักษาอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการใส่ปุ๋ย ซึ่งเกษตรกรบางรายมีการใส่ปุ๋ยเป็นประจำทุกเดือน เดือนละ 1–2 ครั้ง ขณะที่เกษตรกรบางรายกำหนดการใส่ปุ๋ยเป็นรอบประมาณ 5–6 ครั้งต่อปี พร้อมทั้งมีการใส่วัสดุปรับปรุงดินและสารอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตของต้นพริกไทย นอกจากนี้ การให้น้ำอย่างสม่ำเสมอ การตัดหญ้าและถอนวัชพืชรอบโคนต้น ถือเป็นกิจกรรมหลักที่ต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตลอดปี เพื่อป้องกันการแย่งน้ำและธาตุอาหารจากวัชพืช รวมถึงลดความเสี่ยงต่อการสะสมของศัตรูพืช ในขณะเดียวกันบางกิจกรรมขึ้นอยู่กับการจัดการของแต่ละแปลง เช่นการพรวนดินและการพูนโคนมีบทบาทสำคัญในการช่วยรักษาความชื้นในดิน ลดการชะล้างพังทลายของดิน และส่งเสริมการเจริญของระบบราก การตัดแต่งกิ่งเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยควบคุมความหนาแน่นของทรงพุ่ม ทำให้แสงแดดสามารถส่องถึงต้นพริกไทยได้อย่างเหมาะสม และการมัดเชือกที่หลุดเพื่อให้พริกไทยยึดติดกับเสา เป็นต้นทั้งนี้ เมื่อพริกไทยเริ่มให้ผลผลิตมากขึ้น เกษตรกรบางรายจะเริ่มมีการใช้สารกำจัดโรคและแมลงตามความจำเป็น โดยพิจารณาจากสภาพการระบาดและความรุนแรงของโรคและแมลงในแต่ละช่วงเวลา เพื่อควบคุมความเสียหายและรักษาคุณภาพผลผลิต

ลำดับที่ 2 คือ เนื่องจาก ค่าแรงงานในกิจกรรมการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 31.86 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจาก ต้นทุนค่าแรงงานในการเก็บเกี่ยวพริกไทยในพื้นที่มีค่าจ้างแรงงานสูงมีทั้งแบบจ้างแรงงานรายวันรายเดือน แต่โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างเก็บเกี่ยว ราคา 15–20 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งค่าแรงงานเก็บเกี่ยวเฉลี่ยในปีนี้อยู่ที่ 17.54 บาทต่อกิโลกรัม

ลำดับที่ 3 คือ ค่าวัสดุ ในส่วนค่าปุ๋ย ร้อยละ 13.14 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจาก เกษตรกรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการธาตุอาหารพืชต่อการเจริญเติบโตและการให้ผลผลิตของพริกไทย จึงมีการ

ใส่ปุ๋ยอย่างสม่ำเสมอ โดยส่วนใหญ่ใส่ปุ๋ยเป็นประจำทุกเดือน หรือบางรายกำหนดเป็นรอบตามสภาพการเจริญเติบโตของต้นพริกไทย ทั้งนี้ เกษตรกรนิยมใช้ปุ๋ยอินทรีย์เป็นหลัก ได้แก่ ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมักแห้ง ปุ๋ยอินทรีย์ที่จำหน่ายในท้องตลาด รวมถึงปุ๋ยหมักชีวภาพ โดยมีอัตราการใส่ปุ๋ยอินทรีย์ไม่น้อยกว่า 2 กิโลกรัมต่อต้นต่อปี นอกจากนี้ เกษตรกรบางรายมีการใช้ปุ๋ยเคมีร่วมด้วยในปริมาณที่เหมาะสมตามคำแนะนำของมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เพื่อเสริมธาตุอาหารที่จำเป็น โดยทั่วไปมีการใช้ปุ๋ยเคมีในอัตราประมาณ 1–1.2 กิโลกรัมต่อต้นต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงให้ผลผลิต อายุ 3-4 ปี

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	ช่วงให้ผลผลิต อายุ 3-4 ปี		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
1. ต้นทุนผันแปร	**23,083.25**	**20,873.40**	**43,956.65**
1.1 ค่าแรงงาน	**13,903.74**	**20,426.31**	**34,330.05**
เตรียมดิน	0.00	0.00	0.00
ขุดหลุมและปลูก	0.00	0.00	0.00
ดูแลรักษา	5,157.26	13,147.02	18,304.28
เก็บเกี่ยว	8,746.48	7,279.29	16,025.77
1.2 ค่าวัสดุ	**8,601.09**	**418.92**	**9,020.01**
ค่าต้นพันธุ์	0.00	0.00	0.00
ค่าปุ๋ย	6,477.00	134.24	6,611.24
ค่ายาปราบวัชพืชและศัตรูพืช	12.41	198.51	210.92
ค่าสารเคมีอื่น ๆ และปรับปรุงหน้าดิน	464.91	56.08	520.99
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	103.11	0.00	103.11
ค่าไฟฟ้า	535.13	0.00	535.13
ค่าวัสดุการเกษตรและวัสดุสิ้นเปลือง	954.19	0.00	954.19
ค่าซ่อมแซมการเกษตร	54.34	30.09	84.43
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน	**578.42**	**28.17**	**606.59**
2. ต้นทุนคงที่	**0.00**	**6,349.12**	**6,349.12**
2.1 ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	0.00	3,631.07	3,631.07
2.2 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	0.00	1,545.14	1,545.14
2.3 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	1,172.91	1,172.91
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	**23,083.25**	**27,222.52**	**50,305.77**
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม		**55.06**	
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)		**913.67**	
6. ราคาจำหน่าย (บาท/กิโลกรัม)		**90.00**	
7. ผลตอบแทนต่อไร่		**82,230.30**	
8. ผลตอบแทนต่อไร่สุทธิ		**31,924.53**	
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม		**34.94**	

ที่มา: จากการสำรวจ

2.2) ช่วงให้ผลผลิต อายุ 5-7 ปี

เป็นช่วงที่ปริมาณการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ คงที่ จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 57,361.13 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 51,888.42 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 90.46 ของต้นทุนทั้งหมดและต้นทุนคงที่ 5,472.71 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.54 ของต้นทุนทั้งหมด โดยในส่วนต้นทุนผันแปรพบว่าเกษตรกรมีค่าแรงงานมากที่สุด 40,492.83 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 70.59 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าวัสดุ 10,677.53 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.61 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนคงที่พบว่าเกษตรกรมีค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตรมากที่สุด 3,056.71 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.33 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์ 1,273.37 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.22 ของต้นทุนทั้งหมด ทั้งนี้แม้ต้นทุนการผลิตต่อไร่ของพริกไทยในช่วงอายุ 5–7 ปี สูงกว่าช่วงอายุ 3–4 ปี แต่เมื่อพิจารณาต้นทุนหน่วยบาทต่อกิโลกรัม พบว่าช่วงอายุ 5–7 ปี มีต้นทุนต่ำกว่า เนื่องจากให้ผลผลิตต่อไร่สูงกว่า จึงทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลง

สำหรับผลตอบแทน พบว่า ราคาพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ กิโลกรัมละ 90.00 บาท เป็นช่วงที่พริกไทยให้ผลผลิตได้เต็มที่เมื่อเทียบกับปีอื่น โดยมีผลผลิตเฉลี่ย 1,102.31 กิโลกรัมต่อไร่ เกษตรกรจะได้รับผลตอบแทน 99,207.90 บาทต่อไร่ เมื่อหักต้นทุนทั้งหมดจะได้รับผลตอบแทนสุทธิ 41,846.77 บาทต่อไร่ หรือ 37.96 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ แสดงให้เห็นว่าต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากต้นทุนผันแปรทั้งหมด เมื่อพิจารณาต้นทุน พบว่า ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 ลำดับแรก ในการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ช่วงก่อนให้ผลผลิตอายุ 5-8 ปี ได้แก่

ลำดับที่ 1 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมดูแลรักษา ร้อยละ 36.91 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากพริกไทยในปีการผลิตนี้ยังคงได้รับการดูแลต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า แต่เนื่องจากต้นพริกไทยเริ่มให้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น เกษตรกรจึงให้ความสำคัญกับการจัดการแปลงอย่างเข้มข้นมากกว่าเดิม เพื่อรักษาปริมาณและคุณภาพของผลผลิตไม่ให้สูญเสีย รายจ่ายด้านการดูแลรักษาจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระดับผลผลิตที่สูงขึ้น ในด้านการจัดการธาตุอาหาร เกษตรกรมีการเพิ่มความถี่และความสม่ำเสมอในการใส่ปุ๋ย เพื่อสนับสนุนการติดดอกออกผลและการพัฒนาคุณภาพเมล็ดพริกไทย การจัดการวัชพืชมีความระมัดระวังมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้เครื่องตัดหญ้า เนื่องจากหากใบมีดกระทบลำต้นพริกไทยจนเกิดบาดแผล อาจทำให้ต้นชะงักการเจริญเติบโต ติดโรค และส่งผลให้ผลผลิตลดลง ซึ่งเท่ากับเป็นการสูญเสียรายได้ส่วนหนึ่งโดยตรง ดังนั้นเกษตรกรจึงเพิ่มความระมัดระวังในการปฏิบัติงานมากขึ้น สำหรับการตัดแต่งกิ่ง เกษตรกรจะทยอยตัดแต่งอย่างต่อเนื่องหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อฟื้นฟูสภาพต้น ควบคุมทรงพุ่ม และกระตุ้นการแตกยอดใหม่ ส่วนการพูนโคน เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมดำเนินการปีละ 1 ครั้ง และเมื่อปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น ความเสี่ยงจากแมลงศัตรูพืชก็เพิ่มตามไปด้วย เกษตรกรส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการป้องกันและกำจัดแมลงมากขึ้น โดยเน้นวิธีที่ไม่ใช้สารเคมีเป็นหลัก เช่น การใช้แรงงานหยิบจับแมลงออกจากแปลง การใช้น้ำส้มควันไม้ และชีวภัณฑ์ ได้แก่ ไตรโคเดอร์มา บิวเวอเรีย และเมทาไรเซียม เพื่อควบคุมศัตรูพืชและโรคพืชอย่างปลอดภัย เกษตรกรบางรายอาจมีการใช้สารเคมีเพียงเล็กน้อย และเลือกใช้ตามคำแนะนำที่ไม่เป็นอันตรายและเป็นไปตามมาตรฐาน GAP ในส่วนของค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำมันหล่อลื่น ส่วนใหญ่มาจากการใช้เครื่องตัดหญ้า หากเกษตรกรเลือกจ้างตัดหญ้าในลักษณะเหมาจ่าย ค่าใช้จ่ายด้านน้ำมันจะถูกรวมอยู่ในค่าจ้างแล้ว ทำให้ต้นทุนค่าน้ำมันที่บันทึกโดยตรงอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม จำนวนครั้งในการตัดหญ้าขึ้นอยู่กับลักษณะพื้นที่และรูปแบบการดูแลของเกษตรกรแต่ละราย บางรายตัดหญ้าทุกเดือน ขณะที่บางรายตัดเพียง 4–6 ครั้งต่อปี และ

ในกรณีที่เกษตรกรเลือกใช้วิธีดายหรือถอนหญ้าด้วยแรงงานคนแทนการใช้เครื่องจักร จะทำให้ต้นทุนค่าแรงงานเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อพริกไทยเข้าสู่ระยะให้ผลผลิตสูงขึ้น ต้นทุนด้านการดูแลรักษาจะเพิ่มขึ้นตามความเข้มข้นในการจัดการแปลง ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อรักษาระดับผลผลิต ลดความสูญเสีย และสร้างความมั่นคงทางรายได้ในระยะยาวของเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทย

ลำดับที่ 2 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 33.69 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากต้นทุนค่าแรงงานในการเก็บเกี่ยวพริกไทยในพื้นที่มีค่าจ้างแรงงานสูงมีทั้งแบบจ้างแรงงานรายวัน รายเดือน แต่โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างเก็บเกี่ยว ราคา 15 – 20 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งค่าแรงงานเก็บเกี่ยวเฉลี่ยในปีนี้อยู่ที่ 17.53 บาทต่อกิโลกรัม

ลำดับที่ 3 คือ ค่าวัสดุในส่วนค่าปุ๋ย ร้อยละ 12.65 ของต้นทุนทั้งหมด ยังคงมีการดูแลอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า แต่เนื่องจากผลผลิตในปีนี้เพิ่มสูงขึ้น เกษตรกรจึงมีการดูแลเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงอายุ 2 ปี และช่วงอายุ 3-4 ปี เกษตรกรมีการใส่ปุ๋ยอินทรีย์อย่างน้อย 2 กิโลกรัมต่อต้นต่อปี ซึ่งบางรายมีการใส่ปุ๋ยอินทรีย์สูงถึงประมาณ 12 กิโลกรัมต่อต้นต่อปีเนื่องจากการใส่ปุ๋ยอินทรีย์ต้องใส่ปุ๋ยจำนวนมากเพื่อให้ธาตุอาหารเพียงพอต่อความต้องการของพืช เกษตรกรมีการใช้ร่วมกับปุ๋ยชีวภาพที่เกษตรกรซื้อวัตถุดิบมาหมักเองและบางรายมีการใช้ปุ๋ยเคมีร่วมด้วย จะใช้ปุ๋ยที่มีธาตุโพแทสเซียม (Potassium: K) มากขึ้นเพื่อพัฒนาผลผลิต เช่น 15-5-35 14-7-35 และ 10-15-40 แต่ยังคงคงมีการใช้สูตรอื่นร่วมด้วย ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงให้ผลผลิต อายุ 5-7 ปี

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	ช่วงให้ผลผลิต อายุ 5-7 ปี		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
1. ต้นทุนผันแปร	**15,699.81**	**36,188.61**	**51,888.42**
1.1 ค่าแรงงาน	**5,514.34**	**34,978.49**	**40,492.83**
เตรียมดิน	0.00	0.00	0.00
ขุดหลุมและปลูก	0.00	0.00	0.00
ดูแลรักษา	80.74	21,088.59	21,169.33
เก็บเกี่ยว	5,433.60	13,889.90	19,323.50
1.2 ค่าวัสดุ	**9,543.66**	**1,133.87**	**10,677.53**
ค่าต้นพันธุ์	0.00	0.00	0.00
ค่าปุ๋ย	7,052.97	204.13	7,257.10
ค่ายาปราบวัชพืชและศัตรูพืช	94.41	777.62	872.03
ค่าสารเคมีอื่น ๆ และปรับปรุงหน้าดิน	765.95	96.50	862.45
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	465.55	0.00	465.55
ค่าไฟฟ้า	597.99	0.00	597.99
ค่าวัสดุการเกษตรและวัสดุสิ้นเปลือง	471.92	0.00	471.92
ค่าซ่อมแซมการเกษตร	94.87	55.63	150.50
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน	**641.81**	**76.25**	**718.06**

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	ช่วงให้ผลผลิต อายุ 5-7 ปี		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
2. ต้นทุนคงที่	**0.00**	**5,472.71**	**5,472.71**
2.1 ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	0.00	3,056.09	3,056.09
2.2 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	0.00	1,273.37	1,273.37
2.3 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	1,143.25	1,143.25
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	**15,699.81**	**41,661.32**	**57,361.13**
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม		**52.04**	
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)		**1,102.31**	
6. ราคาจำหน่าย (บาท/กิโลกรัม)		**90.00**	
7. ผลตอบแทนต่อไร่		**99,207.90**	
8. ผลตอบแทนต่อไร่สุทธิ		**41,846.77**	
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม		**37.96**	

ที่มา: จากการสำรวจ

2.3) ช่วงให้ผลผลิต อายุ 8 ปี ขึ้นไป

เป็นช่วงที่ปริมาณผลผลิตลดลง หากเกษตรกรมีการจัดการและการดูแลที่ดีอย่างต่อเนื่อง ช่วยชะลอผลผลิตที่ตกต่ำอย่างรวดเร็ว จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 46,817.34 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 41,132.86 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 87.86 ของต้นทุนทั้งหมดและต้นทุนคงที่ 5,684.48 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 12.14 ของต้นทุนทั้งหมด โดยในส่วนต้นทุนผันแปรพบว่าเกษตรกรมีค่าแรงงานมากที่สุด 31,738.32 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 67.79 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าวัสดุ 8,802.57 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.80 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนคงที่พบว่า เกษตรกรมีค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตรมากที่สุด 3,513.88 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 7.52 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าเช่าที่ดิน 1,597.22 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.41 ของต้นทุนทั้งหมด

สำหรับผลตอบแทน พบว่า ราคาพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ กิโลกรัมละ 90.00 บาท ผลผลิตลดลงจากอายุต้นพริกไทยที่เพิ่มสูงขึ้น มีผลผลิตเฉลี่ย 771.95 กิโลกรัมต่อไร่ เกษตรกรจะได้รับผลตอบแทน 69,475.50 บาทต่อไร่ เมื่อหักต้นทุนทั้งหมดจะได้รับผลตอบแทนสุทธิ 22,658.15 บาทต่อไร่ หรือ 29.35 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ แสดงให้เห็นว่าต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากต้นทุนผันแปรทั้งหมด เมื่อพิจารณาต้นทุน พบว่า ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 ลำดับแรก ในการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ได้แก่ ลำดับที่ 1 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมดูแลรักษา ร้อยละ 38.56 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจาก พริกไทยยังคงดูแลอย่างต่อเนื่องเหมือนปีก่อนหน้า มีการจัดการแปลง การดูแลผลผลิตอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากต้นที่อายุมากขึ้น ทรงพุ่มที่สูงขึ้น อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ปริมาณหญ้าขึ้นน้อยลงเกษตรกรที่มีต้นพริกไทยในช่วงอายุนี้จึงมีการตัดหญ้าเป็นรอบ หรือใช้เวลาในการกำจัดวัชพืชน้อยกว่าปีอื่น ๆ

ลำดับที่ 2 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 29.23 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากต้นทุนค่าแรงงานในการเก็บเกี่ยวพริกไทยในพื้นที่มีค่าจ้างแรงงานสูงมีทั้งแบบจ้างแรงงานรายวัน รายเดือน แต่โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างเก็บเกี่ยว ราคา 15 – 20 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งค่าแรงงานเก็บเกี่ยวเฉลี่ยในปีนี้อยู่ที่ 17.73 บาทต่อกิโลกรัม

ลำดับที่ 3 คือ ค่าวัสดุในส่วนค่าปุ๋ย ร้อยละ 14.87 ของต้นทุนทั้งหมด ยังคงมีการดูแลอย่างต่อเนื่องเหมือนช่วงอายุ 5 -7 ปี โดยยังคงมีการใส่ปุ๋ยอินทรีย์ รวมถึงปุ๋ยชีวิวภาพจากการหมักในปริมาณมาก และมีการใช้ปุ๋ยเคมีร่วมด้วย แต่เนื่องจากอายุต้นพริกไทยที่เพิ่มมากขึ้น ผลผลิตกลับลดลงแม้จะมีการใส่ปุ๋ยดูแลเหมือนเดิม แต่หากมีการดูแลอย่างสม่ำเสมอสามารถชะลอผลผลิตที่ตกต่ำอย่างรวดเร็วได้

รูปแบบการจัดการและความต้องการปัจจัยการผลิตของแต่ละช่วงอายุมีความแตกต่างกัน ส่งผลให้ต้นทุนและผลตอบแทนแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุการผลิต นอกจากนี้ขึ้นอยู่กับการจัดการแปลงปลูก สภาพแวดล้อมและทรัพยากรในพื้นที่ คุณภาพของต้นพันธุ์ ราคาปัจจัยการผลิต ระดับความเข้มข้นในการใช้แรงงาน และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ รวมถึงประสิทธิภาพในการจัดการของเกษตรกรแต่ละราย ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ช่วงให้ผลผลิต อายุ 8 ปี ขึ้นไป

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	ช่วงให้ผลผลิต อายุ 8 ปี ขึ้นไป		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
1. ต้นทุนผันแปร	**10,456.52**	**30,676.34**	**41,132.86**
1.1 ค่าแรงงาน	**1,529.99**	**30,208.33**	**31,738.32**
เตรียมดิน	0.00	0.00	0.00
ขุดหลุมและปลูก	0.00	0.00	0.00
ดูแลรักษา	199.06	17,852.59	18,051.65
เก็บเกี่ยว	1,330.93	12,355.74	13,686.67
1.2 ค่าวัสดุ	**8,364.05**	**438.52**	**8,802.57**
ค่าต้นพันธุ์	0.00	0.00	0.00
ค่าปุ๋ย	6,841.63	122.09	6,963.72
ค่ายาปราบวัชพืชและศัตรูพืช	53.38	25.12	78.50
ค่าสารเคมีอื่น ๆ และปรับปรุงหน้าดิน	112.55	222.45	335.00
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	420.02	0.00	420.02
ค่าไฟฟ้า	656.39	0.00	656.39
ค่าวัสดุการเกษตรและวัสดุสิ้นเปลือง	176.73	27.01	203.74
ค่าซ่อมแซมการเกษตร	103.35	41.85	145.20
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน	**562.48**	**29.49**	**591.97**

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	ช่วงให้ผลผลิต อายุ 8 ปี ขึ้นไป		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
2. ต้นทุนคงที่	**0.00**	**5,684.48**	**5,684.48**
2.1 ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	0.00	3,513.88	3,513.88
2.2 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	0.00	573.38	573.38
2.3 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	1,597.22	1,597.22
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	**10,456.52**	**36,360.82**	**46,817.34**
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม		**60.65**	
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)		**771.95**	
6. ราคาจำหน่าย (บาท/กิโลกรัม)		**90.00**	
7. ผลตอบแทนต่อไร่		**69,475.50**	
8. ผลตอบแทนต่อไร่สุทธิ		**22,658.15**	
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม		**29.35**	

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

ต้นทุนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียน (GI) ที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 69,217.77 บาทต่อไร่ แบ่งเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 45,499.86 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 65.73 ของต้นทุนทั้งหมดและต้นทุนคงที่ 23,717.90 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 34.27 ของต้นทุนทั้งหมด โดยในส่วนต้นทุนผันแปรพบว่าเกษตรกรมีค่าแรงงานมากที่สุด 35,380.42 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 51.12 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าวัสดุ 9,481.79 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 13.69 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนคงที่พบว่า เกษตรกรมีค่า ค่าเฉลี่ยต้นทุนก่อนให้ผล 17,800.35 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 25.72 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ 3,435.02 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.96 ของต้นทุนทั้งหมด

สำหรับผลตอบแทน พบว่า ราคาพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ กิโลกรัมละ 90.00 บาท ผลผลิตเฉลี่ย 919.17 กิโลกรัมต่อไร่ ผลผลิตต่ำเนื่องจากเกษตรกรบางรายประสบปัญหาขาดแคลนน้ำ และประสบปัญญาโรครากเน่า เกษตรกรจะได้รับผลตอบแทน 82,725.30 บาทต่อไร่ เมื่อหักต้นทุนทั้งหมดจะได้รับผลตอบแทนสุทธิ 13,507.54 บาทต่อไร่ หรือ 14.70 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ พบว่า ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 ลำดับแรก ในการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ได้แก่

ลำดับที่ 1 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมดูแลรักษา ร้อยละ 27.53 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจาก พริกไทยเป็นพืชที่มีลักษณะทางสรีรวิทยาอ่อนไหว ระบบรากตื้นและเปราะบาง ไวต่อสภาพดิน น้ำ และสภาพแวดล้อม จึงต้องอาศัยการดูแลรักษาอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องตั้งแต่ระยะเริ่มปลูกจนถึงระยะให้ผลผลิต กิจกรรมหลัก ได้แก่ การให้น้ำ การใส่ปุ๋ย การตัดหญ้าและถอนวัชพืชรอบโคนต้น การพูนโคน การมัดยอด และการตัดแต่งกิ่ง ซึ่งต้องใช้

แรงงานคนเป็นหลัก เนื่องจากยังไม่มีเครื่องจักรหรือไม่สามารถใช้เครื่องจักรทดแทนได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ความถี่ของการดูแลรักษาที่ต้องดำเนินการตลอดทั้งปี ทำให้ค่าแรงงานสะสมสูงและกลายเป็นต้นทุนหลัก ของการผลิต

ลำดับที่ 2 คือ ต้นทุนคงที่ในส่วนค่าเฉลี่ยต้นทุนก่อนให้ผล ร้อยละ 25.72 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากการปลูกพริกไทยเป็นการลงทุนระยะยาวที่มีต้นทุนเริ่มต้นสูง โดยเฉพาะในช่วงก่อนให้ผลผลิต เกษตรกรต้องลงทุนในทรัพย์สินถาวรและอุปกรณ์การผลิต เช่น การปรับพื้นที่ การเตรียมแปลงปลูก เสาคอนกรีต ระบบน้ำ เครื่องสูบน้ำ อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องพ่น เครื่องตัดหญ้า และอุปกรณ์อื่น ๆ ซึ่งต้นทุนเหล่านี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในทันที ต้องเฉลี่ยรวมกับช่วงที่พริกไทยเริ่มให้ผลผลิต ต้นทุนคงที่จากระยะก่อนให้ผลผลิตจึงยังคงมีสัดส่วนสูง และส่งผลให้ต้นทุนรวมของการผลิตสูง

ลำดับที่ 3 คือ ค่าแรงงานในกิจกรรมการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 23.59 ของต้นทุนทั้งหมด เนื่องจากการเก็บเกี่ยวต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก ไม่สามารถใช้เครื่องจักรทดแทนได้ ต้องคัดเลือกผลที่มีความสุกเหมาะสม และต้องระมัดระวังไม่ให้เถาและกิ่งพริกไทยเสียหาย การเก็บเกี่ยวจึงต้องอาศัยแรงงานที่มีความชำนาญ อีกทั้งในพื้นที่ศึกษามีอัตราค่าจ้างแรงงานค่อนข้างสูง โดยส่วนใหญ่เป็นการจ้างเหมาจ่ายตามปริมาณผลผลิตในอัตราประมาณ 15–20 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อพริกไทยเข้าสู่ช่วงให้ผลผลิตมาก โดยเฉพาะในช่วงอายุ 3–7 ปี ปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานเก็บเกี่ยวเพิ่มสูงตามไปด้วย ทำให้ค่าแรงงานในกิจกรรมการเก็บเกี่ยวกลายเป็นหนึ่งในต้นทุนหลักของการผลิต

เมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตพริกไทยจังหวัดจันทบุรีซึ่งเป็นการผลิตในลักษณะเชิงปริมาณ (Mass production) พบว่า มีรูปแบบการจัดการที่แตกต่างจากพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ อย่างชัดเจน โดยพริกไทยจันทบุรีนิยมใช้เสาปลูกที่มีความสูงมากกว่า และใช้สายพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูง ได้แก่ พริกไทยพันธุ์ซีลอนและพริกไทยพันธุ์ซาราวัก ซึ่งมีลักษณะเด่นคือฝักยาว สามารถออกดอกได้มาก และให้ผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่สูงกว่า ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตโดยรวมสูง นอกจากนี้ กระบวนการเก็บเกี่ยวพริกไทยจันทบุรีมีลักษณะที่ไม่ต้องใช้ความพิถีพิถันมากนัก ทำให้ใช้ระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวต่อกิโลกรัมน้อยกว่า ส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ในระดับต่ำกว่า อีกทั้งการแปรรูปมักเป็นการแปรรูปขั้นพื้นฐานเป็นพริกไทยแห้งโดยใช้กระบวนการที่เรียบง่าย เน้นความรวดเร็วและปริมาณเป็นหลัก ในทางตรงกันข้าม พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนซึ่งได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีรูปแบบการผลิตที่มุ่งเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ตั้งแต่การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวที่ต้องใช้ความประณีต ไปจนถึงกระบวนการแปรรูปที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของเม็ดพริกไทย กลิ่น และรสชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูง รวมถึงเกษตรกรบางรายประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานจ้าง ทำให้ค่าจ้างแรงงานสูง ต้นทุนการผลิตจึงสูงกว่าพริกไทยจังหวัดจันทบุรี ดังนั้น การเพิ่มขั้นตอนและกระบวนการผลิตในพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า แม้จะมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า แต่สามารถชดเชยได้ด้วยราคาจำหน่ายที่สูงขึ้นและการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าในตลาดที่เฉพาะกว่า ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

หน่วย: บาท/ไร่

รายการ	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	ร้อยละ
1. ต้นทุนผันแปร	**17,524.18**	**27,975.69**	**45,499.87**	**65.73**
1.1 ค่าแรงงาน	**8,130.77**	**27,249.65**	**35,380.42**	**51.12**
ดูแลรักษา	2,354.77	16,697.90	19,052.67	27.53
เก็บเกี่ยว	5,776.00	10,551.75	16,327.75	23.59
1.2 ค่าวัสดุ	**8,801.51**	**680.29**	**9,481.80**	**13.69**
ค่าต้นพันธุ์	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าปุ๋ย	6,740.91	150.86	6,891.77	9.96
ค่ายาปราบวัชพืชและศัตรูพืช	43.24	368.32	411.56	0.59
ค่าสารเคมีอื่น ๆ และปรับปรุงหน้าดิน	454.56	113.05	567.61	0.82
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	293.07	0.00	293.07	0.42
ค่าไฟฟ้า	586.18	0.00	586.18	0.85
ค่าวัสดุการเกษตรและวัสดุสิ้นเปลือง	604.26	7.47	611.73	0.88
ค่าซ่อมแซมการเกษตร	79.29	40.59	119.88	0.17
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน	**591.90**	**45.75**	**637.65**	**0.92**
2. ต้นทุนคงที่	**6,234.61**	**17,483.29**	**23,717.90**	**34.27**
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	0.00	3,435.02	3,435.02	4.96
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	0.00	1,202.20	1,202.20	1.74
ค่าเช่าที่ดิน	0.00	1,280.33	1,280.33	1.85
ค่าเฉลี่ยต้นทุนก่อนให้ผลผลิต	6,234.61	11,565.74	17,800.35	25.72
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	**23,758.79**	**45,458.98**	**69,217.77**	**100.00**
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม			**75.30**	
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)			**919.17**	
6. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กิโลกรัม)			**90.00**	
7. ผลตอบแทนต่อไร่			**82,725.30**	
8. ผลตอบแทนต่อไร่สุทธิ			**13,507.54**	
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม			**14.70**	

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.3 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยแห้งแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยแห้งแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง มีทั้งหมด 3 แบบ ซึ่งมาจากพริกไทยสดช่อเดียวกัน แต่กระบวนการแปรรูปเบื้องต้นแตกต่างกัน ได้แก่ พริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง ซึ่งในการแปรรูปเป็นพริกไทยแต่ละรูปแบบมีรายละเอียดดังนี้

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยดำแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียน (GI) พบว่า พริกไทยดำแปรรูปมาจากพริกไทยดิบหรือเริ่มสุกเล็กน้อย (พริกไทยสดสีเขียว) เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 402.90 บาทต่อกิโลกรัม แบ่งเป็นต้นทุนเงินสด 321.59 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 79.82 และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 81.31 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 20.18 เมื่อแยกตามกิจกรรมการลงทุน พบว่า ส่วนใหญ่ของต้นทุนทั้งหมด จะเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 386.76 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นการลงทุนเกี่ยวกับวัตถุดิบ 274.14 บาท ได้แก่ ค่าผลสด 270.00 บาท ค่าเกลือ 0.33 บาท เกษตรกรบางรายใช้สำหรับล้างผลพริกไทยสด ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ ค่าไฟ) 3.52 บาท สำหรับค่าไฟฟ้าจะใช้ในกระบวนการตากพริกไทยเกษตรกรส่วนใหญ่ตากแห้งโดยใช้แสงอาทิตย์ เกษตรกรบางรายมีการใช้ทั้งตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ และตู้อบไฟฟ้า จะใช้ระยะเวลาในการตาก 2-3 วัน น้อยกว่าการตากแดดใช้เวลา 4-5 วัน ขึ้นกับสภาพอากาศ และระดับความชื้นที่เหมาะสม ซึ่งใช้เวลามากกว่าพริกไทยขาว แต่ใช้เวลาน้อยกว่าพริกไทยแดงและค่าอุปกรณ์ที่มีอายุใช้ง่ายไม่เกิน 1 ปี (เช่น ตะกร้า) 0.29 บาท ส่วนค่าซ่อมแซมเฉลี่ย 6.38 บาทต่อกิโลกรัม ค่าเสียโอกาสเฉลี่ย 18.86 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนค่าแรงงานเฉลี่ย 87.38 บาทต่อกิโลกรัม ได้แก่ ค่าแรงงานแยกก้าน/สี 46.17 บาท ถ้าเกษตรกรทำพริกไทยดำอย่างเดียวจะไม่มีค่าแรงในการแยกสี แต่ยังคงต้องนำก้านออก ค่าแรงงานตาก 11.08 บาท ใช้เวลาน้อยกว่าพริกไทยแดงแต่มากกว่าพริกไทยขาว ค่าแรงงานล้าง 7.05 บาท ค่าแรงงานคัดเกรด 23.08 บาท ในการคัดเกรดเกษตรกรบางรายคัดตอนเป็นพริกไทยสด ทั้งนำลูกลอยออกและคัดขนาดพริกไทยสดลูกใหญ่ที่ต้องการ เกษตรกรบางรายคัดเกรด คัดขนาด ตอนเป็นพริกไทยแห้งแบบเม็ด ในขณะที่เกษตรกรบางรายคัดทั้งตอนที่เป็นผลพริกไทยสดและแห้ง ซึ่งมาตรฐานในการวัดยังมีความไม่แน่นอน ส่วนที่เหลือเป็นต้นทุนคงที่ ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยมีการลงทุนในอุปกรณ์และสินทรัพย์ถาวรต่ำ ทำให้ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 16.14 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ 14.57 บาท ค่าเสียโอกาส 0.85 บาท ค่าเช่า 0.72 บาท สำหรับด้านการผลิต พบว่า ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัมเท่ากับ 402.90 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรขายได้ราคาเฉลี่ย 364.62 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อหักต้นทุนการผลิตแล้วขาดทุน 38.28 บาทต่อกิโลกรัม ราคาที่ใช้ในการคำนวณเป็นราคาตัวแทนจากร้อยละที่มีการกระจายผลผลิตมากที่สุด อย่างไรก็ตาม พริกไทยดำมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลาย ราคาเฉลี่ยของทุกช่องทางอยู่ที่ 640.88 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้เกษตรกรยังคงมีกำไร 237.98 บาทต่อกิโลกรัม

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยขาวแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียน (GI) พบว่า พริกไทยขาวมีต้นทุนที่สูงที่สุด เนื่องจากมีการใช้ปริมาณพริกไทยสด 5 กิโลกรัม เพื่อให้ได้พริกไทยขาว 1 กิโลกรัม ซึ่งจะใช้พริกไทยแก่จัด หรือพริกไทยสุกมาก (พริกไทยสดสีแดง) แล้วนำมาแปรรูป ในขณะที่พริกไทยดำและพริกไทยแดงมีอัตราแปลงจากพริกไทยสด 3 กิโลกรัม ได้พริกไทยดำและแดง 1 กิโลกรัม เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 787.98 บาทต่อกิโลกรัม แบ่งเป็นต้นทุนเงินสด 587.95 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 74.61 และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 200.03 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 25.39 เมื่อแยกตามกิจกรรมการลงทุน พบว่า ส่วนใหญ่ของต้นทุนทั้งหมด จะเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 766.96 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นการลงทุนเกี่ยวกับวัตถุดิบ 454.62 บาทต่อกิโลกรัม ได้แก่ ค่าพริกไทยสด 450.00 บาท ค่าเกลือ 0.78 บาท ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ ค่าไฟ) 3.20 บาท โดยพริกไทยขาวจะให้

น้ำในกระบวนการแปรรูปมากกว่าพริกไทยดำและพริกไทยแดง เนื่องจากมีการนำพริกไทยสดมาแช่น้ำ 1-2 คืน แล้วทำการขยี้เปลือกออก ใช้น้ำในการล้างหลายรอบ ในขณะที่ระยะเวลาในการตากใช้เวลาน้อยที่สุดเนื่องจากไม่มีเปลือกแล้ว และค่าอุปกรณ์ที่มีอายุใช้ง่ายไม่เกิน 1 ปี (เช่น ตะกร้า ถุงมือ) 0.64 บาท ส่วนค่าซ่อมแซมเฉลี่ย 10.93 บาทต่อกิโลกรัม ค่าเสียโอกาสเฉลี่ย 31.13 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนค่าแรงงานเฉลี่ย 270.10 บาทต่อกิโลกรัม หากไม่ใช่แรงงานในครัวเรือนแรงงานส่วนใหญ่ค่าจ้างในพื้นที่ค่อนข้างสูง โดยค่าแรงงาน ได้แก่ ค่าแรงงานแยกก้าน/สี 192.76 บาท และ ค่าแรงงานตาก 12.58 บาท โดยปกติพริกไทยขาวใช้เวลาในการตากน้อยที่สุด ทั้งนี้ขึ้นกับการจัดการและสภาพอากาศที่เกษตรกรเผชิญ ค่าแรงงานล้าง 31.06 บาท มีค่ามากที่สุดเมื่อเทียบกับพริกไทยดำละพริกไทยแดง ค่าแรงงานคัดเกรด 33.70 บาท ส่วนที่เหลือเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ย 21.02 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ 15.26 บาท ซึ่งมีการใช้อุปกรณ์เพิ่มขึ้นจากพริกไทยดำ เช่น ถังแช่พริกไทยขาว ตะแกรงหรืออุปกรณ์ขยี้เปลือก เป็นต้น ค่าเสียโอกาส 5.07 บาท ค่าเช่า 0.69 บาท สำหรับด้านการผลิต พบว่า ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัมเท่ากับ 787.98 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรขายได้ราคาเฉลี่ย 992.45 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ได้รับ เมื่อหักต้นทุนการผลิตแล้วได้รับผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 204.47 บาทต่อกิโลกรัม อย่างไรก็ตาม พริกไทยขาวมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลาย ราคาเฉลี่ยของทุกช่องทางอยู่ที่ 1,270.43 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้เกษตรกรมีกำไร 482.45 บาทต่อกิโลกรัม

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยแดงแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียน (GI) พบว่า เกษตรกรใช้ซึ่งจะใช้พริกไทยแก่ หรือพริกไทยสุก (พริกไทยสดสีแดงหรือสีส้มแดง) มาทำพริกไทยแดง โดยเกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 486.65 บาทต่อกิโลกรัม แบ่งเป็นต้นทุนเงินสด 431.88 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 88.75 และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 54.77 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 11.25 เมื่อแยกตามกิจกรรมการลงทุน พบว่า ส่วนใหญ่ของต้นทุนทั้งหมดจะเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 466.71 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นการลงทุนเกี่ยวกับวัตถุดิบ 275.24 บาท ได้แก่ ค่าพริกไทยสด 270.00 บาท ค่าเกลือ 0.16 บาท ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ ค่าไฟ) 4.62 บาท พริกไทยแดงจะมีการตากที่นานกว่าพริกไทยดำ และพริกไทยขาว โดยตากในที่แสงรำไร ลดการเจอแสงโดยตรง หรือใช้วิธีอื่น ๆ เพื่อยังคงรักษาสภาพสีไว้ให้แดง และเก็บความหวานไว้ในเม็ด ทำให้ความเผ็ดไต่ระดับขึ้นจากการทาน จะไม่เผ็ดในครั้งแรกเหมือนพริกไทยดำแลพริกไทยขาว และค่าอุปกรณ์ที่มีอายุใช้ง่ายไม่เกิน 1 ปี (เช่น ตะกร้า) 0.46 บาท ส่วนค่าซ่อมแซมเฉลี่ย 11.65 บาทต่อกิโลกรัม ค่าเสียโอกาสเฉลี่ย 19.29 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนค่าแรงงานเฉลี่ย 160.52 บาทต่อกิโลกรัม ได้แก่ ค่าแรงงานแยกก้าน/สี 104.81 บาท ค่าแรงงานตาก 14.32 บาท ค่าแรงงานล้าง 7.42 บาท ค่าแรงงานคัดเกรด 33.97 บาท ซึ่งในการผลิตพริกไทยแดงนั้นเก็บรักษาได้ยาก มีปริมาณพริกไทยที่มีสีน้ำตาลถึงร้อยละ 50 ของพริกไทยแดง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตและการจัดการของเกษตรกร แต่พริกไทยแดงที่มีสีน้ำตาลปนเหล่านี้ยังสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ต่ำลง ส่วนที่เหลือเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ย 19.94 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ 15.24 บาท ค่าเสียโอกาส 4.70 บาท สำหรับด้านการผลิต พบว่า ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัมเท่ากับ 486.55 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรขายได้ราคาเฉลี่ย 850.00 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ได้รับ เมื่อหักต้นทุนการผลิตแล้วได้รับผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 363.32 บาทต่อกิโลกรัม อย่างไรก็ตาม พริกไทยแดงมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลาย ราคาเฉลี่ยของทุกช่องทางอยู่ที่ 2,181.19 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้เกษตรกรมีกำไร 1,694.54 บาทต่อกิโลกรัม ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ต้นทุนการผลิตพริกไทยแห้งแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

หน่วย: บาท/กิโลกรัม

รายการ	พริกไทยดำ			พริกไทยขาว			พริกไทยแดง		
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม
1.ต้นทุนผันแปร	**320.87**	**65.89**	**386.76**	**587.26**	**179.70**	**766.96**	**431.88**	**34.83**	**466.71**
1.1.วัตถุดิบ	**273.73**	**0.41**	**274.14**	**453.36**	**1.26**	**454.62**	**274.63**	**0.62**	**275.24**
พริกไทยสด	270.00	0.00	270.00	450.00	0.00	450.00	270.00	0.00	270.00
เกลือ	0.33	0.00	0.33	0.78	0.00	0.78	0.16	0.00	0.16
สาธารณูปโภค	3.11	0.41	3.52	1.94	1.26	3.20	4.01	0.62	4.62
อุปกรณ์	0.29	0.00	0.29	0.64	0.00	0.64	0.46	0.00	0.46
1.2.ค่าซ่อมแซม	**3.55**	**2.83**	**6.38**	**6.40**	**4.54**	**10.93**	**6.15**	**5.50**	**11.65**
1.3.ค่าเสียโอกาสในการลงทุน	**18.65**	**0.22**	**18.86**	**30.92**	**0.39**	**31.31**	**18.88**	**0.41**	**19.29**
1.4.ค่าแรงงาน	**24.94**	**62.44**	**87.38**	**96.59**	**173.51**	**270.10**	**132.21**	**28.31**	**160.52**
แยกก้าน/สี	17.49	28.68	46.17	88.84	103.92	192.76	95.97	8.84	104.81
ตาก	0.39	10.69	11.08	1.26	11.32	12.58	3.58	10.74	14.32
ล้าง	0.22	6.83	7.05	3.12	27.94	31.06	1.86	5.56	7.42
คัดเกรด	6.84	16.24	23.08	3.37	30.33	33.70	30.81	3.17	33.97
2.ต้นทุนคงที่	**0.72**	**15.42**	**16.14**	**0.69**	**20.33**	**21.02**	**0.00**	**19.94**	**19.94**
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	0.00	14.57	14.57	0.00	15.26	15.26	0.00	15.24	15.24
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	0.00	0.85	0.85	0.00	5.07	5.07	0.00	4.70	4.70
ค่าเช่า	0.72	0.00	0.72	0.69	0.00	0.69	0.00	0.00	0.00
ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม	**321.59**	**81.31**	**402.90**	**587.95**	**200.03**	**787.98**	**431.88**	**54.77**	**486.65**
ราคาจำหน่าย (บาท/กก.)			**364.62**			**992.45**			**850.00**
ผลตอบแทนสุทธิ (บาท/กก.)			**(-38.28)**			**204.47**			**363.32**

หมายเหตุ: ราคาจำหน่ายเป็นราคาตัวแทนจากร้อยละที่มีการกระจายผลผลิตมากที่สุด อย่างไรก็ตามเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทำให้ราคาเฉลี่ยทุกช่องทางของพริกไทยดำ คือ 640.88 บาทต่อกิโลกรัม พริกไทยขาว 1,270.43 บาทต่อกิโลกรัม และ พริกไทยแดง 2,181.19 บาทต่อกิโลกรัม

อัตราการแปลงของพริกไทยสดเป็นพริกไทยดำและพริกไทยแดง คือ 3 : 1

อัตราการแปลงของพริกไทยสดเป็นพริกไทยขาว คือ 5 : 1

ราคาพริกไทยสดใช้ราคาจำหน่ายที่ 90 บาท

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2 วิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังของเกษตรกร

4.2.1 วิถีการตลาด

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีการนำผลพริกไทยสดจำหน่ายให้ผู้แปรรูปในจังหวัดเพียงร้อยละ 0.63 ตามความต้องการของผู้แปรรูป ซึ่งเดินทางมารับซื้อผลผลิตถึงแปลงปลูกของเกษตรกรโดยตรง อย่างไรก็ตาม เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกดำเนินการแปรรูปขั้นต้นด้วยตนเอง มีการนำพริกไทยสดมาแปรรูปเป็นพริกไทยแห้งในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 99.37 เนื่องจากการจำหน่ายในรูปพริกไทยแห้งให้ผลตอบแทนด้านราคาและกำไรสูงกว่าการจำหน่ายพริกไทยสด โดยในกระบวนการแปรรูปดังกล่าว เกษตรกรมีการแบ่งพริกไทยสดออกมาแปรรูปเป็นพริกไทยเม็ดแบบแห้ง 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ พริกไทยดำในสัดส่วนร้อยละ 72.03 พริกไทยขาวร้อยละ 20.03 และพริกไทยแดงร้อยละ 7.94 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าพริกไทยดำเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากกระบวนการแปรรูปไม่ซับซ้อน ใช้ต้นทุนต่ำ และเป็นที่ต้องการของตลาดในวงกว้าง ขณะที่พริกไทยขาวและพริกไทยแดงแม้จะมีราคาสูงกว่า แต่ต้องใช้ระยะเวลา แรงงาน และความชำนาญในการแปรรูปมากกว่า ส่งผลให้มีสัดส่วนการผลิตน้อยกว่า โดยพริกไทยเม็ดแบบแห้งแต่ละชนิด มีวิถีการตลาดดังนี้

1) วิถีการตลาดพริกไทยดำ

วิถีการตลาดพริกไทยดำ พบว่า ผลผลิตพริกไทยดำเข้าสู่ตลาดมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมและการเข้าถึงของผู้บริโภคในวงกว้าง เกษตรมีการกระจายผลผลิต 7 ช่องทาง โดยจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้รวบรวมในจังหวัดซึ่งเป็นสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 46.13 จะเป็นการจำหน่ายแบบขายส่งในปริมาณมาก เกษตรกรไปส่งพริกไทยให้ผู้รวบรวมในจังหวัดเอง ไม่มีสัญญาการซื้อขาย รองลงมาจำหน่ายผลผลิตให้กับร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 21.56 จะเป็นร้านอาหารที่ต้องการพริกไทยคุณภาพสูง จำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 21.11 เป็นการสร้างตลาดด้วยตนเอง จำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก ร้อยละ 4.04 โดยจำหน่ายในลักษณะกิโลกรัม หรือ ใส่บรรจุภัณฑ์ในลักษณะการฝากขาย มีการจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูป ร้อยละ 2.91 จำหน่ายให้กับกลุ่มเครื่องแกง คิดเป็นร้อยละ 2.60 ส่วนที่เหลือจำหน่ายให้กับ Modern Trade ร้อยละ 1.48 ตามลำดับ ส่วนผู้รวบรวมในจังหวัด จำหน่ายพริกไทยดำให้กับร้านอาหารเป็นสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.85 รองลงมาคือ จำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 5.18 และ จำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 3.10 โดยมีรูปแบบการซื้อขายดังนี้

เกษตรกรผู้ผลิตพริกไทย มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เนื่องจากในพื้นที่ยังไม่มีตลาดรับซื้อพริกไทยที่แน่นอน ทำให้เกษตรกรไม่สามารถพึ่งพาช่องทางใดช่องทางหนึ่งได้เพียงช่องทางเดียว เกษตรกรจึงต้องหาตลาดและจำหน่ายผลผลิตด้วยตนเอง ส่งผลให้รูปแบบการจำหน่ายมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละราย เช่น การออกบูธ การจำหน่ายหน้าสวนหรือหน้าบ้าน จำหน่ายตามบ้านหรือตลาด และจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ การจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงจะได้ราคาที่สูงกว่าการจำหน่ายผ่านทางช่องทางอื่นอยู่ที่ 1,142.47 บาทต่อกิโลกรัม โดยเกษตรกรมีการใส่บรรจุภัณฑ์ขายทั้งการใส่ถุง ซอง การบรรจุสุญญากาศ และการใส่ขวด เพื่อกระจายพริกไทยดำ และสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้โดยตรง การหาตลาดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ความสามารถในการหาตลาด มาตรฐานการผลิต และความพร้อมในการจำหน่ายผลผลิต โดยเกษตรกรบางรายจะทยอยจำหน่ายหลังการแปรรูปทันที ขณะที่บางรายจะรวบรวมพริกไทยไว้ก่อนแล้วจึงจำหน่ายในภายหลัง ขึ้นอยู่กับการจัดการและกลุ่มลูกค้าของเกษตรกร ราคาเฉลี่ยรวมที่เกษตรกรสามารถจำหน่ายพริกไทยดำได้ คือ 640.88 บาทต่อกิโลกรัม

ผู้รวบรวมในจังหวัด จะรับซื้อพริกไทยจากเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตรังโดยตรง รับซื้อเฉพาะพริกไทยจากเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เท่านั้น รูปแบบการรวบรวมมีการประกาศรับซื้อเป็นรอบ เพื่อให้เกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่าย ณ จุดรับซื้อ ในคราวเดียว หรือติดต่อเพื่อทำข้อตกลงในการซื้อขาย โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะจำหน่ายแบบคละเกรด ผู้รวบรวมจะดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของพริกไทยดำโดยพิจารณาจากหลายเกณฑ์ เช่น การวัดระดับความชื้นของเม็ดพริกไทย การสังเกตสภาพทางกายภาพ เช่น ขนาดของเม็ด สีที่มีความสด มอด และกลิ่นหอมของพริกไทย จากนั้นจึงทำการคัดแยกเกรดและบรรจุใส่ภาชนะที่เหมาะสม ก่อนจะดำเนินการจัดส่งต่อไป ทั้งนี้ นอกจากต้นทุนในการรับซื้อผลผลิต ต้นทุนด้านการจัดการ การเก็บรักษา ผู้รวบรวมต้องหาตลาดขนาดที่เหมาะสม โดยมีการเดินทางไปติดต่อลูกค้า หรือ ออกบูธเพื่อเจอกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะในรูปแบบของ B2B (Business to Business) เพื่อให้ได้คำสั่งซื้อในปริมาณมาก เช่น งาน Thaifex เป็นต้น ทำให้มีต้นทุนด้านการส่งเสริมการตลาดสูง อีกทั้งบางรายยังมีต้นทุนเพิ่มเติมจากการสุ่มตรวจสอบแปลงปลูกพริกไทยของเกษตรกร เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตเป็นไปตามมาตรฐาน GI ราคาที่ผู้รวบรวมในจังหวัดรับซื้อจากเกษตรกรไม่สูงมากเนื่องจากมีต้นทุนดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าผู้รวบรวมไม่ได้ทำหน้าที่เพียงการซื้อขายผลผลิตเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการควบคุมคุณภาพและสร้างความน่าเชื่อถือของพริกไทยในตลาดอีกด้วย

ร้านอาหาร เป็นร้านอาหารระดับพรีเมียม เช่น ร้านอาหารประเภท Fine Dining และ ฟิวชั่น ในที่นี้รวมถึงร้านอาหารของโรงแรม ซึ่งให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (Ingredient Sourcing) เรื่องราวของสินค้า (Storytelling) และความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ มีลักษณะเด่นด้านกลิ่นหอม รสชาติที่ชัดเจน และมีคุณค่าทางโภชนาการสูงส่งผลให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การรับประทานอาหารที่แตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูอาหารของร้านได้ พริกไทยดำสามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลายกว่าพริกไทยขาวและพริกไทยแดง สามารถกระจายผลผลิตไปยังร้านอาหารได้หลายประเภท โดยร้านอาหารจะรับซื้อพริกไทยทั้งเกรด A เป็นเม็ดขนาดใหญ่ ผิวสวย เม็ดสมบูรณ์ไม่แตกหัก เกรด B เป็นขนาดเม็ดที่เล็กจากเกรด A และซื้อแบบคละเกรด สำหรับการสั่งซื้อของร้านอาหารส่วนใหญ่จะสั่งเป็นแบบกิโลกรัม รูปแบบในการบรรจุจะมีทั้งการใส่ถุงพลาสติก 2 ชั้น และบรรจุสุญญากาศ สำหรับค่าใช้จ่ายในการขนส่งร้านอาหารจ่ายหรือผู้ประกอบการจ่ายขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย แต่โดยส่วนใหญ่ร้านอาหารจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตรงส่วนนี้เอง ทั้งนี้การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าร้านอาหารที่มีคุณภาพ ต้องอาศัยการโปรโมทและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงการติดต่อเพื่อเสนอสินค้า หรืออาจมีการออกบูธในงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

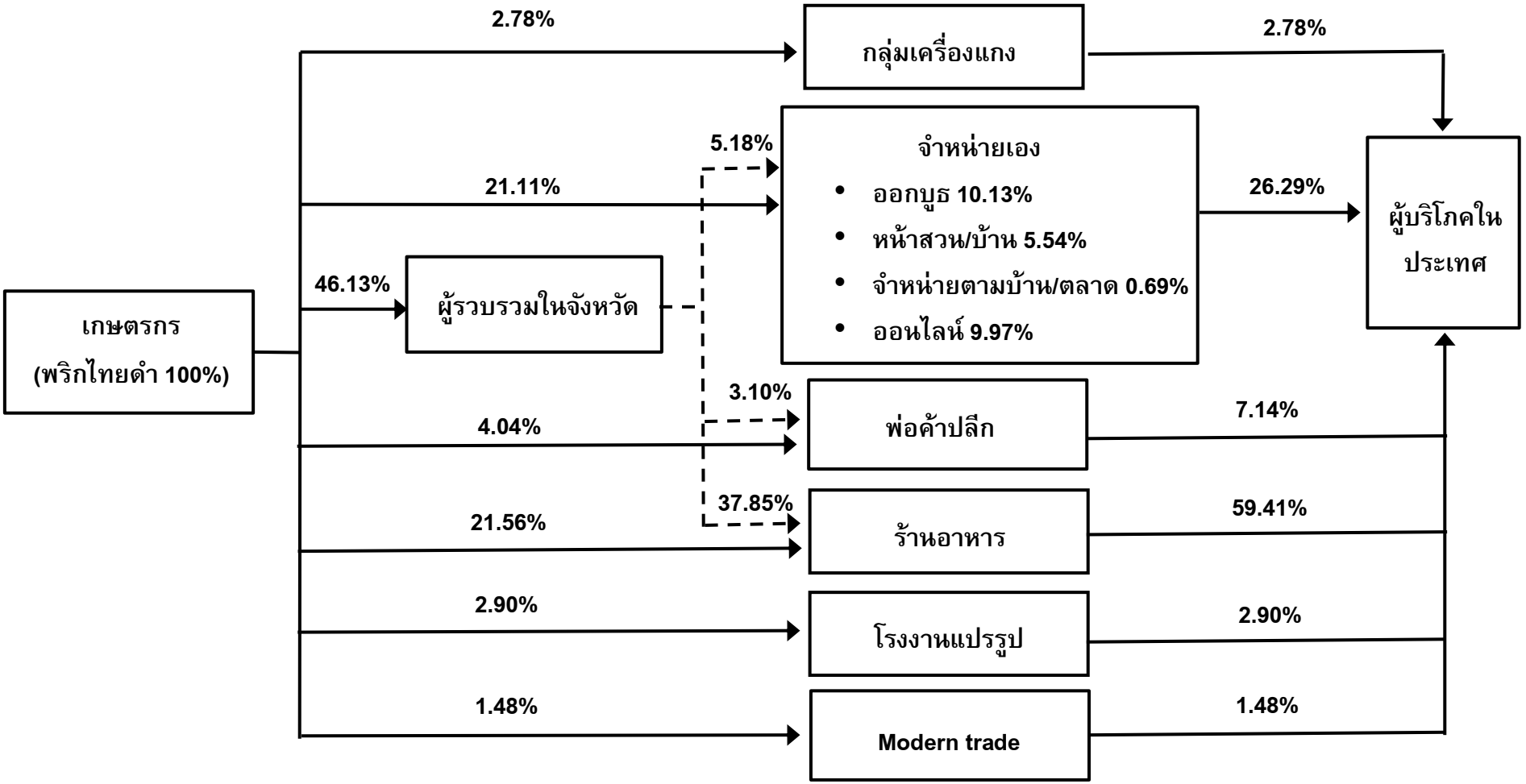
พ่อค้าปลีก การรับซื้อมีทั้งในรูปแบบของพ่อค้าปลีกเข้ามาติดต่อกับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการเอง และผู้ประกอบการเข้ามาหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า พ่อค้าปลีกจะซื้อพริกไทยเกรด A คือ มีเม็ดใหญ่ ผิวสวย เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภค โดยลักษณะการซื้อมีทั้งแบบสุญญากาศและไม่บรรจุสุญญากาศ เพื่อนำไปบรรจุก่อนดำเนินการกระจายสินค้าให้ผู้บริโภค และการรับฝากหรือการรับซื้อพริกไทยในรูปแบบที่มีการใส่ซอง และการใส่ขวด พร้อมให้ให้ผู้บริโภคโดยตรง ลักษณะนี้พ่อค้าปลีกจะได้ส่วนต่างของกำไรขั้นต้น ประมาณร้อยละ 15 – 30 จากราคาพริกไทยที่จำหน่าย ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในกระบวนการขนส่งของการซื้อพริกไทยขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้จำหน่าย

โรงงานแปรรูป มีการรับซื้อพริกไทยดำ เช่น โรงงานน้ำซอส โรงงานผลิตลูกชิ้น เป็นต้น ซึ่งการรับซื้อผ่านช่องทางนี้ผู้ประกอบการต้องมีมาตรฐานตามที่โรงงานกำหนด และมีการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อตรวจหาสารปนเปื้อน (Product Testing) โดยโรงงานใช้พริกไทยเกรด B หรือแล้วแต่การทำข้อตกลงกัน ในอุตสาหกรรม

อาหารส่วนใหญ่ จะเป็นพริกไทยป่น ก่อนดำเนินการผลิตต่อไป ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในกระบวนการขนส่งของการซื้อพริกไทยโรงงานแปรรูปเป็นผู้รับผิดชอบ

กลุ่มเครื่องแกง มีการไปรับซื้อที่แปลงของเกษตรกร และเกษตรกรขนส่งไปที่กลุ่มในบางครั้ง โดยกลุ่มนำมาทำเครื่องแกงหรืออาหาร จำหน่ายในตลาดสดและลูกค้าทั่วไป ทำให้ไม่ได้คำนึงถึงมาตรฐาน สามารถรับซื้อพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนที่ไม่ได้รับมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีความเต็มใจจ่ายในราคาต่ำ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้น การจำหน่ายผ่านช่องทางนี้จะได้ราคาต่ำ ทั้งนี้ ราคาเป็นไปตามที่ผู้ซื้อและเกษตรกรตกลงกัน ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในกระบวนการขนส่ง เกษตรกรเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่มีการเพิ่มราคาจำหน่าย

Modern trade ต้องการมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์และฉลากที่เป็นไปตามข้อกำหนดของห้างสรรพสินค้า เช่น ต้องได้รับมาตรฐาน อ.ย. และ บาร์โค้ดมาตรฐานสากล (GS1 Barcode) ที่ใช้ระบุสินค้าและบริการด้วยหมายเลขที่ไม่ซ้ำกัน เพื่อง่ายต่อการจัดการและติดตามสินค้า รวมถึงต้องการความสม่ำเสมอของปริมาณและการส่งมอบ นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่สนใจจำหน่ายช่องทางนี้ต้องพิจารณาถึง โครงสร้างราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนและส่วนแบ่งกำไรของห้าง ความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าในกลุ่มเดียวกัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการยังต้องรับผิดชอบค่าขนส่ง ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Listing Fee) ค่าธรรมเนียมการวางสินค้า และค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ตามเงื่อนไขของแต่ละห้าง อีกทั้งยังต้องร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดรายการลดราคา การทำโปรโมชั่น การจัดบูธ หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 วิถีการตลาดพริกไทยดำพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

ที่มา: จากการสำรวจ

2) วิถีการตลาดพริกไทยขาว

วิถีการตลาดพริกไทยขาว พบว่า พริกไทยขาวมีการตลาดที่น้อยกว่าพริกไทยดำเนื่องจากมีความเฉพาะของสินค้ามากกว่า เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความเผ็ดของพริกไทย แต่ไม่ต้องการสีดำรบกวนอาหาร เกษตรกรมีการกระจายผลผลิต 5 ช่องทาง โดยจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้รวบรวมในจังหวัดซึ่งเป็นสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 56.39 จะเป็นการจำหน่ายแบบขายส่งในปริมาณมาก เกษตรกรไปส่งพริกไทยให้ผู้รวบรวมในจังหวัดเอง ไม่มีสัญญาการซื้อขาย รองลงมาจำหน่ายผลผลิตให้กับร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 21.61 จะเป็นร้านอาหารที่ต้องการพริกไทยคุณภาพสูง จำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 10.99 เป็นการสร้างตลาดด้วยตนเอง จำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 6.75 ซึ่งเป็นการจำหน่ายทั้งรูปแบบกิโลกรัม หรือ ใส่บรรจุภัณฑ์ในลักษณะการฝากขายก็ได้ ส่วนที่เหลือจำหน่ายให้กับ Modern Trade คิดเป็นร้อยละ 4.26 ตามลำดับ ส่วนผู้รวบรวมในจังหวัด จำหน่ายพริกไทยขาวให้กับร้านอาหารเป็นสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ จำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 9.68 และ จำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 8.16 โดยมีรูปแบบการซื้อขายดังนี้

เกษตรกรผู้ผลิตพริกไทย มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เนื่องจากในพื้นที่ยังไม่มีตลาดรับซื้อพริกไทยที่แน่นอน ทำให้เกษตรกรไม่สามารถพึ่งพาช่องทางใดช่องทางหนึ่งได้เพียงช่องทางเดียว เกษตรกรจึงต้องหาตลาดและจำหน่ายผลผลิตด้วยตนเอง ส่งผลให้รูปแบบการจำหน่ายมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละราย เช่น การออกบูธ การจำหน่ายหน้าสวนหรือหน้าบ้าน จำหน่ายตามบ้านหรือตลาด และจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ การจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงจะได้ราคาที่สูงกว่าการจำหน่ายผ่านทางช่องทางอื่น โดยเกษตรกรมีการใส่บรรจุภัณฑ์ขายทั้งการใส่ถุง ซอง การบรรจุสุญญากาศ และการใส่ขวด เพื่อกระจายพริกไทยขาว และสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้โดยตรง การหาตลาดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ความสามารถในการหาตลาดของเกษตรกร มาตรฐานการผลิตที่เกษตรกรมี และความพร้อมในการจำหน่ายผลผลิต โดยเกษตรกรบางรายจะทยอยจำหน่ายหลังการแปรรูปทันที ขณะที่บางรายจะรวบรวมพริกไทยไว้ก่อนแล้วจึงจำหน่ายในภายหลัง ขึ้นอยู่กับการจัดการและกลุ่มลูกค้าของเกษตรกร

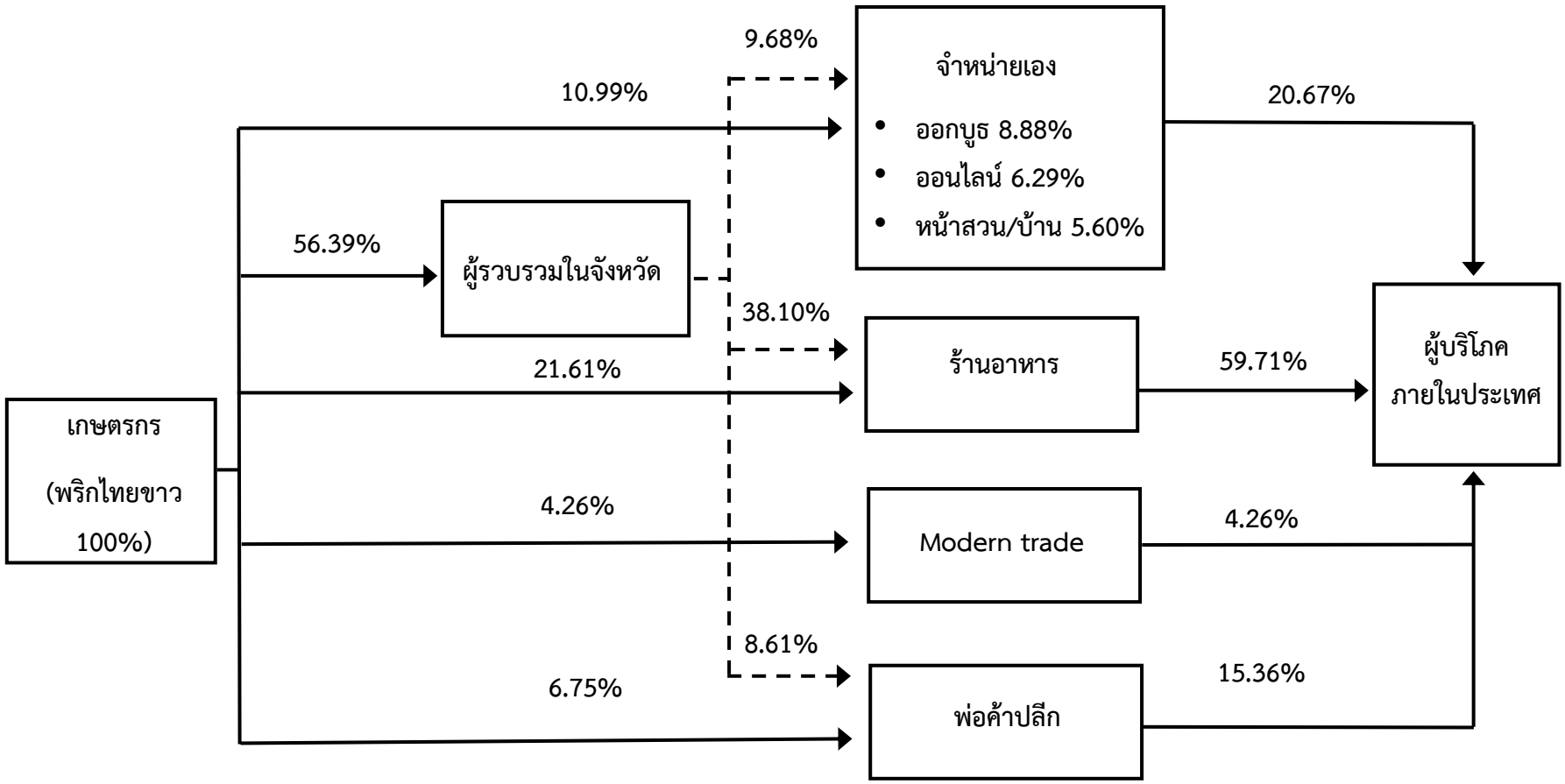
ผู้รวบรวมในจังหวัด จะรับซื้อพริกไทยจากเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตรังโดยตรง โดยรับซื้อเฉพาะพริกไทยจากเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เท่านั้น รูปแบบการรวบรวมมีการประกาศรับซื้อเป็นรอบ เพื่อให้เกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่าย ณ จุดรับซื้อ ในคราวเดียว หรือติดต่อเพื่อทำข้อตกลงในการซื้อขาย ส่วนใหญ่เกษตรกรจะจำหน่ายแบบคละเกรด ผู้รวบรวมจะดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของพริกไทยขาว โดยพิจารณาจากหลายเกณฑ์ เช่น การวัดระดับความชื้นของเม็ดพริกไทย การสังเกตสภาพทางกายภาพ เช่น ขนาดของเม็ด สีที่มีความสด มอด และกลิ่นหอมของพริกไทย จากนั้นจึงทำการคัดแยกเกรดและบรรจุใส่ภาชนะที่เหมาะสม ก่อนจะดำเนินการจัดส่งต่อไป ทั้งนี้ นอกจากต้นทุนในการรับซื้อผลผลิต ต้นทุนด้านการจัดการ การเก็บรักษา ผู้รวบรวมต้องหาตลาดขนาดที่เหมาะสม โดยมีการเดินทางไปติดต่อลูกค้า หรือ ออกบูธเพื่อเจอกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะในรูปแบบของ B2B (Business to Business) เพื่อให้ได้คำสั่งซื้อในปริมาณมาก เช่น งาน Thaifex เป็นต้น ทำให้มีต้นทุนด้านการส่งเสริมการตลาดสูง อีกทั้งบางรายยังมีต้นทุนเพิ่มเติมจากการสุ่มตรวจสอบแปลงปลูกพริกไทยของเกษตรกร เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตเป็นไปตามมาตรฐาน GI ราคาที่ผู้รวบรวมในจังหวัดรับซื้อไม่สูงมากเนื่องจากมีต้นทุนดังกล่าว ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรได้รับจากผู้รวบรวมในจังหวัดอยู่ที่ คือ 992.45 บาท

ต่อกิโลกรัม สะท้อนให้เห็นว่าผู้รวบรวมไม่ได้ทำหน้าที่เพียงการซื้อขายผลผลิตเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการควบคุมคุณภาพและสร้างความน่าเชื่อถือของพริกไทยในตลาดอีกด้วย

ร้านอาหาร เป็นร้านอาหารระดับพรีเมียม เช่น ร้านอาหารประเภท Fine Dining และ ฟิวชั่น เหมือนพริกไทยดำ แต่พริกไทยขาวมีตลาดเฉพาะกว่า เนื่องจากรายการอาหารจำกัดมากกว่าพริกไทยดำ โดยร้านอาหารจะรับซื้อพริกไทยทั้งเกรด A เป็นเม็ดขนาดใหญ่ ผิวสวย เม็ดสมบูรณ์ไม่แตกหัก เกรด B เป็นขนาดเม็ดที่เล็กจากเกรด A และ ซื้อแบบคละเกรด สำหรับการสั่งซื้อของร้านอาหารส่วนใหญ่จะสั่งเป็นแบบกิโลกรัม รูปแบบในการบรรจุจะมีทั้งการใส่ถุงพลาสติก 2 ชั้น และบรรจุสุญญากาศ สำหรับค่าใช้จ่ายในการขนส่งร้านอาหารจ่ายหรือผู้ประกอบการจ่ายขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย แต่โดยส่วนใหญ่ร้านอาหารจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตรงส่วนนี้เอง ทั้งนี้การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าร้านอาหารที่มีคุณภาพ ต้องอาศัยการโปรโมทและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงการติดต่อเพื่อเสนอสินค้า หรืออาจมีการออกบูธในงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

พ่อค้าปลีก การรับซื้อมีทั้งในรูปแบบของพ่อค้าปลีกเข้ามาติดต่อกับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการเอง และผู้ประกอบการเข้ามาหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า พ่อค้าปลีกจะซื้อพริกไทยเกรด A คือ มีเม็ดใหญ่ ผิวสวย เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภค โดยลักษณะการซื้อมีทั้งแบบสุญญากาศ ถุงกิโล เพื่อนำไปบรรจุก่อนดำเนินการกระจายสินค้าให้ผู้บริโภค และการรับฝากหรือการรับซื้อพริกไทยในรูปแบบที่มีการใส่ซอง การบรรจุสุญญากาศ และการใส่ขวด พร้อมให้ให้ผู้บริโภคโดยตรง ลักษณะนี้พ่อค้าปลีกจะได้ส่วนต่างของกำไรขั้นต้น ประมาณร้อยละ 15 – 30 จากราคาพริกไทยที่จำหน่าย ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในกระบวนการขนส่งของการซื้อพริกไทยขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้จำหน่าย

Modern trade ต้องการมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์และฉลากที่เป็นไปตามข้อกำหนดของห้างสรรพสินค้า เช่น ต้องได้รับมาตรฐาน อ.ย. และ บาร์โค้ดมาตรฐานสากล (GS1 Barcode) ที่ใช้ระบุสินค้าและบริการด้วยหมายเลขที่ไม่ซ้ำกัน เพื่อง่ายต่อการจัดการและติดตามสินค้า รวมถึงต้องการความสม่ำเสมอของปริมาณและการส่งมอบ นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่สนใจจำหน่ายช่องทางนี้ต้องพิจารณาถึง โครงสร้างราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนและส่วนแบ่งกำไรของห้าง ความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าในกลุ่มเดียวกัน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังต้องรับผิดชอบ ค่าขนส่ง ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Listing Fee) ค่าธรรมเนียมการวางสินค้า และค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ตามเงื่อนไขของแต่ละห้าง อีกทั้งยังต้องร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดรายการลดราคา การทำโปรโมชั่น การจัดบูธ หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 วิถีการตลาดพริกไทยขาวพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

ที่มา: จากการสำรวจ

3) วิถีการตลาดพริกไทยแดง

วิถีการตลาดพริกไทยแดง พบว่า พริกไทยแดงมีตลาดที่เฉพาะกว่าพริกไทยดำ และพริกไทยขาว กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) และผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่ ยอมจ่ายในราคาสูง เพื่อคุณภาพและเรื่องราว พริกไทยแดงจะมีปริมาณการซื้อไม่มาก แต่มีมูลค่าต่อหน่วยสูง เกษตรมีการกระจายผลผลิต 6 ช่องทาง โดยจำหน่ายผลผลิตให้กับร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 36.33 จะเป็นร้านอาหารที่ต้องการพริกไทยคุณภาพสูงภายในประเทศ รองลงมาคือ ผู้รวบรวมในจังหวัด ร้อยละ 29.07 จะเป็นการจำหน่ายแบบขายส่งในปริมาณมาก เกษตรกรไปส่งพริกไทยให้ผู้รวบรวมในจังหวัดเองเพื่อส่งให้ผู้บริโภคในประเทศ ไม่มีสัญญาการซื้อขาย มีจำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 12.11 เป็นการสร้างตลาดด้วยตนเอง จำหน่ายไปยังผู้รับซื้อต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 11.70 จำหน่ายให้กับ Modern Trade คิดเป็นร้อยละ 5.82 ส่วนที่เหลือจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 4.97 ซึ่งเป็นการจำหน่ายทั้งกิโลกรัม หรือ ใส่บรรจุภัณฑ์ในลักษณะการฝากขายเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคในประเทศ ตามลำดับ ส่วนผู้รวบรวมในจังหวัด จำหน่ายพริกไทยแดงให้กับร้านอาหารเป็นสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.07 เพื่อทำอาหารจำหน่ายให้ผู้บริโภคในประเทศ รองลงมา คือ จำหน่ายไปยังผู้รับซื้อต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 8.66 จำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 1.46 และจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 0.88 ตามลำดับ โดยมีรูปแบบการซื้อขายดังนี้

เกษตรกรผู้ผลิตพริกไทย มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เนื่องจากในพื้นที่ยังไม่มีตลาดรับซื้อพริกไทยที่แน่นอน ทำให้เกษตรกรไม่สามารถพึ่งพาช่องทางใดช่องทางหนึ่งได้เพียงช่องทางเดียว เกษตรกรจึงต้องหาตลาดและจำหน่ายผลผลิตด้วยตนเอง ส่งผลให้รูปแบบการจำหน่ายมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละราย เช่น การออกบูธ การจำหน่ายหน้าสวนหรือหน้าบ้าน จำหน่ายตามบ้านหรือตลาด และจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ การจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงจะได้ราคาที่สูงกว่าการจำหน่ายผ่านทางช่องทางอื่น โดยเกษตรกรมีการใส่บรรจุภัณฑ์ขายทั้งการใส่ถุง ซอง การบรรจุสุญญากาศ และการใส่ขวด เพื่อกระจายพริกไทยแดง และสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้โดยตรง การหาตลาดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ความสามารถในการหาตลาดของเกษตรกร มาตรฐาน และความพร้อมในการจำหน่ายผลผลิต โดยเกษตรกรบางรายจะทยอยจำหน่ายหลังการแปรรูปทันที ขณะที่บางรายจะรวบรวมพริกไทยไว้ก่อนแล้วจึงจำหน่ายในภายหลัง ขึ้นอยู่กับการจัดการและกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการ ราคาเฉลี่ยรวมที่เกษตรกรจำหน่ายพริกไทยแดงได้ คือ 2,181.91 บาทต่อกิโลกรัม

ผู้รวบรวมในจังหวัด จะรับซื้อพริกไทยจากเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตรังโดยตรง รับซื้อเฉพาะพริกไทยจากเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เท่านั้น รูปแบบการรวบรวมมีการประกาศรับซื้อเป็นรอบ เพื่อให้เกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่าย ณ จุดรับซื้อ ในคราวเดียว หรือติดต่อเพื่อทำข้อตกลงในการซื้อขาย โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะจำหน่ายแบบคละเกรด ผู้รวบรวมจะดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของพริกไทยแดง โดยพิจารณาจากหลายเกณฑ์ เช่น การวัดระดับความชื้นของเม็ดพริกไทย การสังเกตสภาพทางกายภาพ เช่น ขนาดของเม็ด สีที่มีความสด มอด และกลิ่นหอมของพริกไทย จากนั้นจึงทำการคัดแยกเกรดและบรรจุใส่ภาชนะที่เหมาะสม ก่อนจะดำเนินการจัดส่งต่อไป ทั้งนี้ นอกจากต้นทุนในการรับซื้อผลผลิต ต้นทุนด้านการจัดการ การเก็บรักษา ผู้รวบรวมต้องหาตลาดขนาดที่เหมาะสม โดยมีการเดินทางไปติดต่อลูกค้า หรือ ออกบูธเพื่อเจอกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะในรูปแบบของ B2B (Business to Business) เพื่อให้ได้คำสั่งซื้อในปริมาณมาก เช่น งาน Thaifex เป็นต้น ทำให้มีต้นทุนด้านการส่งเสริมการตลาดสูง อีกทั้งบางรายยังมีต้นทุนเพิ่มเติมจาก

การสุ่มตรวจสอบแปลงปลูกพริกไทยของเกษตรกร เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตเป็นไปตามมาตรฐาน GI ราคาที่ผู้รวบรวมในจังหวัดรับซื้อไม่สูงมากเนื่องจากมีต้นทุนดังกล่าว ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรได้รับจากผู้รวบรวมในจังหวัดอยู่ที่ คือ 850.00 บาทต่อกิโลกรัม สะท้อนให้เห็นว่าผู้รวบรวมไม่ได้ทำหน้าที่เพียงการซื้อขายผลผลิตเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการควบคุมคุณภาพและสร้างความน่าเชื่อถือของพริกไทยในตลาดอีกด้วย

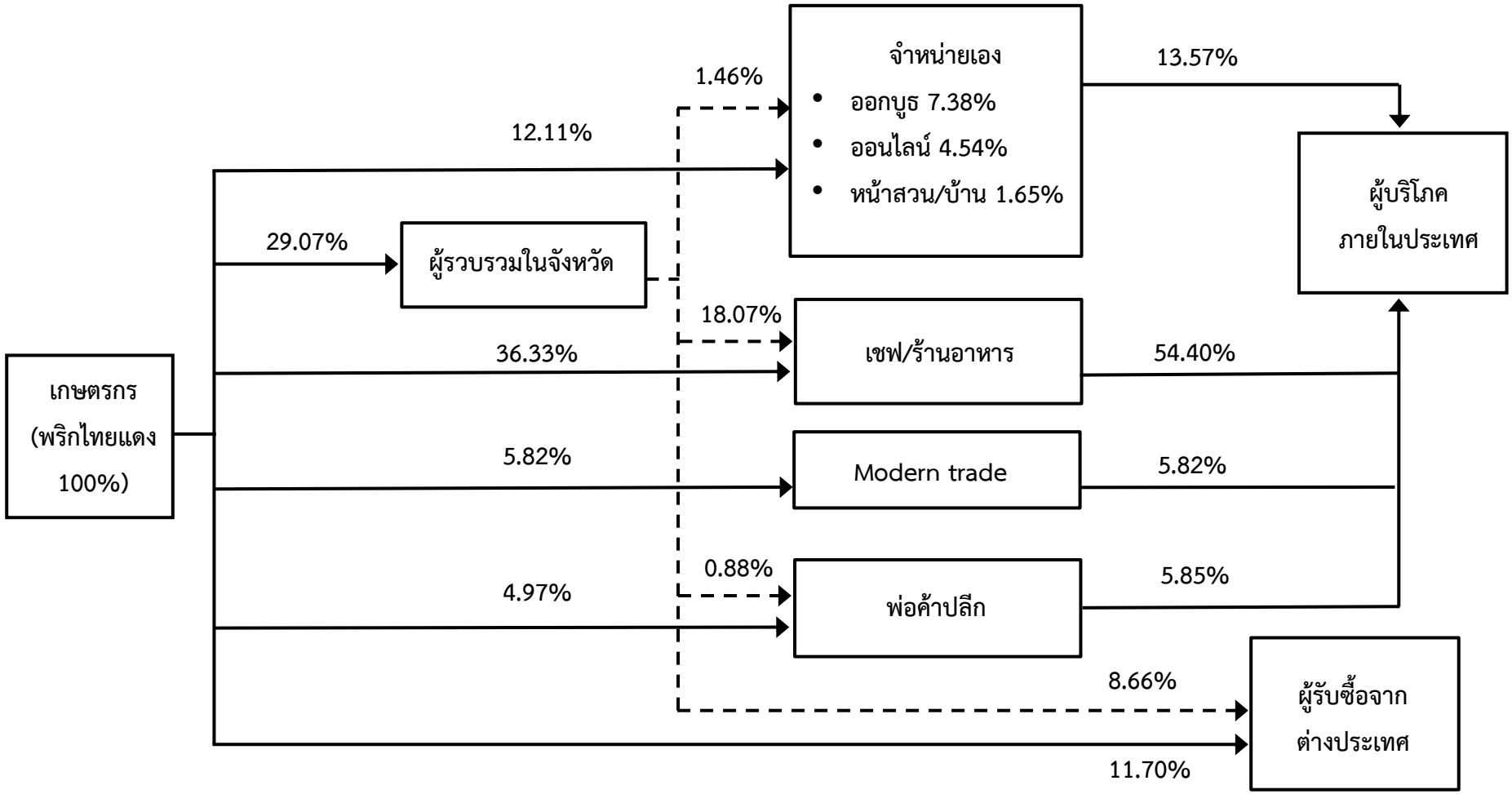
ร้านอาหาร เป็นร้านอาหารระดับพรีเมียม เช่น ร้านอาหารประเภท Fine Dining และ ฟิวชั่น ใช้เพื่อชูรสชาติ และภาพลักษณ์ของเมนูพิเศษ และช่วยสร้างประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร ใช้สำหรับการตกแต่งอาหาร เพิ่มสีสันและกลิ่นหอมในอาหาร เช่น มาการองพริกไทยแดง ชาเขียวพริกไทยแดง ตกแต่งในอาหารฟิวชั่น เป็นต้นรายการอาหารจำกัดมากกว่าพริกไทยดำและพริกไทยขาว โดยร้านอาหารจะรับซื้อพริกไทยทั้งเกรด A เป็นเม็ดขนาดใหญ่ ผิวสวย เม็ดสมบูรณ์ไม่แตกหัก และเกรด B พริกไทยมีสีน้ำตาลผสม สำหรับการสั่งซื้อของร้านอาหารส่วนใหญ่จะสั่งเป็นแบบกิโลกรัม บรรจุสุญญากาศ สำหรับค่าใช้จ่ายในการขนส่งร้านอาหารจะเป็นผู้รับผิดชอบ ทั้งนี้ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าร้านอาหารที่มีคุณภาพ ต้องอาศัยการโปรโมทและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงการติดต่อเพื่อเสนอสินค้า หรืออาจมีการออกบูธในงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

พ่อค้าปลีก การรับซื้อมีทั้งในรูปแบบของพ่อค้าปลีกเข้ามาติดต่อกับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการเอง และผู้ประกอบการเข้ามาหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า พ่อค้าปลีกจะซื้อพริกไทยเกรด A คือ มีเม็ดใหญ่ สีแดงสวย เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภค โดยลักษณะการซื้อแบบสุญญากาศ เพื่อนำไปบรรจุก่อนดำเนินการกระจายสินค้าให้ผู้บริโภค และการรับฝากหรือการรับซื้อพริกไทยในรูปแบบที่มีการใส่ซอง การบรรจุสุญญากาศ และการใส่ขวด พร้อมให้ให้ผู้บริโภคโดยตรง ลักษณะนี้พ่อค้าปลีกจะได้ส่วนต่างของกำไรขั้นต้น ประมาณร้อยละ 15–30 จากราคาพริกไทยที่จำหน่าย ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในกระบวนการขนส่งของการซื้อพริกไทยขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้จำหน่าย

Modern trade ต้องการมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์และฉลากที่เป็นไปตามข้อกำหนดของห้างสรรพสินค้า เช่น ต้องได้รับมาตรฐาน อ.ย. และ บาร์โค้ดมาตรฐานสากล (GS1 Barcode) ที่ใช้ระบุสินค้าและบริการด้วยหมายเลขที่ไม่ซ้ำกัน เพื่อง่ายต่อการจัดการและติดตามสินค้า รวมถึงต้องการความสม่ำเสมอของปริมาณและการส่งมอบ นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่สนใจจำหน่ายช่องทางนี้ต้องพิจารณาถึง โครงสร้างราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนและส่วนแบ่งกำไรของห้าง ความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าในกลุ่มเดียวกัน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังต้องรับผิดชอบค่าขนส่ง ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Listing Fee) ค่าธรรมเนียมการวางสินค้า และค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ตามเงื่อนไขของแต่ละห้าง อีกทั้งยังต้องร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดรายการลดราคา การทำโปรโมชั่น การจัดบูธ หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

ผู้รับซื้อจากต่างประเทศ เช่น เนเธอแลนด์ เป็นต้น ผู้รับซื้อจากต่างประเทศจะมีการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการค้า การขนส่ง และการศุลกากรอย่างครบถ้วน เพื่อให้การส่งออกเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า เอกสารสำคัญประกอบด้วย 1) เอกสารทางการค้า (Commercial Documents) ได้แก่ ใบกำกับสินค้า (Commercial Invoice) และรายการบรรจุสินค้า (Packing List) ซึ่งใช้แสดงรายละเอียดสินค้า ราคา ปริมาณ น้ำหนัก และเงื่อนไขการซื้อขาย 2) เอกสารการขนส่ง (Transport Documents) เช่น ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading หรือ Air Waybill) ใช้เป็นหลักฐานการรับขนสินค้าและสิทธิความเป็นเจ้าของสินค้า 3) เอกสารทางศุลกากรและการส่งออก ได้แก่ ใบขนสินค้าขาออก (Export Declaration) และเอกสารผ่านพิธีการศุลกากรอื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด 4)

เอกสารแสดงแหล่งกำเนิดสินค้า เช่น หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin: C/O) เพื่อใช้ขอสิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรในประเทศปลายทาง และ 5) เอกสารด้านมาตรฐานและความปลอดภัยสินค้า และเอกสารเฉพาะที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนด ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และกลุ่มลูกค้า อย่างไรก็ตามผู้รับซื้อจากต่างประเทศบางรายไม่ได้กำหนดให้สินค้าต้องได้รับการรับรองมาตรฐานด้านอาหารหรือมาตรฐานอื่น ๆ เช่น อย. แต่ให้ความสำคัญกับเอกสารพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการส่งออกอย่างถูกต้องครบถ้วนเป็นหลัก พริกไทยส่งไปในรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศ ทั้งนี้ ราคารับซื้อเป็นไปตามข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นราคาที่ผู้ประกอบการขายแกติ ไม่มีการเพิ่มราคา ส่วนค่าใช้จ่ายในการขนส่งผู้รับซื้อจากต่างประเทศเป็นผู้รับผิดชอบ ดังแสดงในภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 วิถีการตลาดพริกไทยแดงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

ที่มา: จากการสำรวจ

สรุปได้ว่า พริกไทยดำเป็นชนิดที่มีการหมุนเวียนในตลาดมากที่สุด เนื่องจากสามารถใช้ประกอบอาหารได้หลากหลายและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในวงกว้าง ช่องทางหลักคือ ผู้รวบรวมในจังหวัด ซึ่งรองรับปริมาณได้มากแต่ให้ราคาต่ำ ขณะที่ช่องทาง จำหน่ายตรงให้ผู้บริโภคและร้านอาหารพรีเมียม ให้ราคาสูงกว่า โดยเฉพาะการขายตรงที่สามารถเพิ่มมูลค่าด้วยบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารเรื่องราวสินค้า ในขณะที่ พริกไทยขาวมีตลาดเฉพาะมากกว่าพริกไทยดำ เน้นกลุ่มผู้บริโภคและร้านอาหารที่ต้องการรสเผ็ดแต่ไม่ต้องการสีดำรบกวนอาหาร ช่องทางหลักยังคงเป็นผู้รวบรวมในจังหวัด แต่มีราคาจำหน่ายสูงกว่าพริกไทยดำในทุกช่องทาง และพริกไทยแดงเป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) มีปริมาณซื้อขายน้อยแต่มีมูลค่าต่อหน่วยสูง กลุ่มลูกค้าหลักคือร้านอาหารระดับพรีเมียม ผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าพิเศษ และผู้รับซื้อต่างประเทศ ช่องทางที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดคือ การจำหน่ายตรงให้ผู้บริโภค พ่อค้าปลีก และ Modern trade ขณะที่ผู้รวบรวมมีบทบาทด้านการควบคุมคุณภาพและการเชื่อมโยงตลาดมากกว่าการให้ราคาสูง

4.2.2 ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดของพริกไทยพริกพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของผู้ค้าในระดับต่าง ๆ

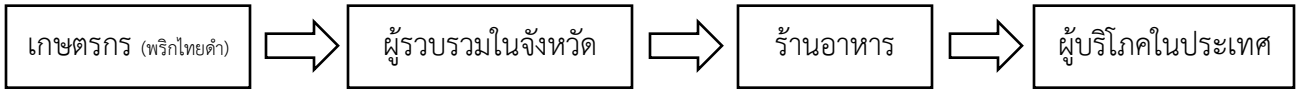
การศึกษาในครั้งนี้ จะทำการวิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาด ต้นทุนการตลาด และกำไรของ ผู้ประกอบการ ซึ่งมีผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เกษตรกร ผู้รวบรวมในจังหวัด พ่อค้าปลีกในพื้นที่ กลุ่มเครื่องแกง เชฟ/ร้านอาหาร Modern trade โรงงานแปรรูป พ่อค้าในตลาดต่างจังหวัด และผู้รับซื้อจากต่างประเทศ แต่เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลของต้นทุน กลุ่มเครื่องแกง เชฟ/ร้านอาหาร Modern trade โรงงานแปรรูป ราคาขายปลีกของพ่อค้าในตลาดต่างจังหวัดที่ได้รับจากผู้บริโภค รวมถึงผู้รับซื้อจากต่างประเทศ จึงเป็นการวิเคราะห์ข้อมูล เกษตรกร ผู้รวบรวมในจังหวัด และพ่อค้าปลีก

การวิเคราะห์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) แบ่งเป็นพริกไทยแห้งแบบเม็ด 3 ชนิด ได้แก่ พริกไทยดำ พริกไทยขาว และ พริกไทยแดง วิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาดแบ่งเป็นชนิดละ 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายยังร้านอาหาร และ กรณีที่ 2 ส่วนเหลื่อมการตลาดของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค

โดยต้นทุนการตลาดที่นำมาวิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาด ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากกิจกรรมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องจ่าย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) พริกไทยดำ

(1) ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยดำของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายยังร้านอาหาร



(1.1) ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างเกษตรกรกับผู้รวบรวมในจังหวัด จะเริ่มที่เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยจากพ่อค้ารวบรวม กิโลกรัมละ 364.62 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.82 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมได้รับจากร้านอาหาร

(1.2) ผู้รวบรวมในจังหวัดมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยดำให้ร้านอาหาร กิโลกรัมละ 382.24 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.18 ของราคาที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร แสดงถึงการตลาดและ

การขายมีมูลค่ามากกว่าผลิต โดยได้รับราคาจำหน่าย พริกไทยดำจากร้านอาหาร กิโลกรัมละ 746.86 บาท มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 296.87 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.75 ของราคาที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร โดยต้นทุนการตลาดที่มีค่าใช้จ่าย มากที่สุด คือค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กิโลกรัมละ 194.37 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.02 โดยค่าดำเนินงานส่วนใหญ่มากจากส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผู้รวบรวมในจังหวัดมีการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อการส่งเสริมการขาย เช่น งาน Thaifex งานพาณิชย์ งานแสดงสินค้าต่างจังหวัด บางรายมีไปต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเหล่านี้โดยส่วนใหญ่ผู้รวบรวมเป็นผู้รับผิดชอบเอง โดยในปี 2567 มีการเดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ต้นทุนที่สูงนี้แสดงว่าการเข้าถึงตลาดเฉพาะ เช่น ตลาดพรีเมียม ตลาดที่ผู้ประกอบการเจอกันเพื่อทำการเจรจา มีความจำเป็นต้องจ่ายในระดับราคาที่ค่อนข้างสูง หากผู้ประกอบการที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนมักประสบปัญหาในการเข้าถึงตลาดเหล่านี้ หากไม่สามารถแบกรับต้นทุนเริ่มต้นและความเสี่ยงได้ จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยกระดับสินค้าเกษตรและการสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว ทั้งนี้ค่าดำเนินงาน ยังมีต้นทุนในการติดต่อหาลูกค้า ค่าเครื่องหมายทางการค้า และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการตลาดเป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับการทำการตลาด ของผู้ประกอบการแต่ละราย ค่าใช้จ่ายรองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 55.12 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.38 มีทั้งค่าแรงงานจัดส่งสินค้า แรงงานในการตรวจสอบคุณภาพ ตลอดจนมีการคัดแยกขนาด เกรดของพริกไทย จนถึงแรงงานในการบรรจุ ในที่นี้รวมค่าแรงในการจ้างตรวจบัญชี มีการจ่ายทั้งรายเดือนและทั้งปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 33.44 บาทต่อกิโลกรัม ค่ารถขนส่ง กิโลกรัมละ 37.95 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.08 ในที่นี้มีค่าน้ำมันและแรงงานในการขนส่ง มีต้นทุนสูงเนื่องจากในการขนส่งแต่ละครั้งมีการจำหน่ายแต่ละครั้งในปริมาณต่ำ ส่วนใหญ่ครั้งละไม่เกิน 10 กิโลกรัม เนื่องจากพริกไทยเป็นสินค้าที่ใช้ในปริมาณต่ำ รวมถึงมีการส่งไปยังต่างจังหวัดด้วย ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 9.32 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยเนื่องจากเป็นการจำหน่ายพริกไทยเพื่อเป็นวัตถุดิบ จึงใช้การบรรจุใส่ถุงพลาสติก 2 ชั้น หรือบรรจุสุญญากาศ และ ค่าเช่าสถานที่ กิโลกรัมละ 0.11 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.01 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหารตามลำดับ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 85.37 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.43 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร

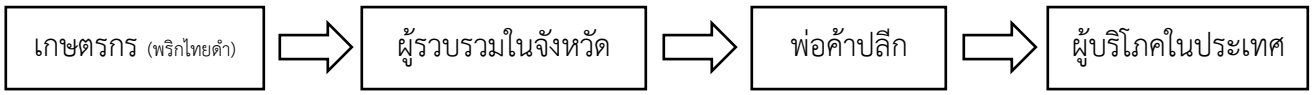
(1.3) ส่วนเหลื่อมทางการตลาดทั้งหมด กิโลกรัมละ 382.24 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.18 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร มีต้นทุนการตลาดทั้งหมด 296.86 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.75 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 85.37 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.43 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร เกษตรกรได้กำไรเพียงเล็กน้อย ขณะที่ผู้รวบรวมครองส่วนเหลื่อมทางการตลาดสูงและมีกำไรมากกว่า แต่ต้องแลกกับต้นทุนการตลาดที่สูงด้วยเช่นกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยดำของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายยังร้านอาหาร

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
1.ราคาพริกไทยดำที่เกษตรกรได้จากผู้รวบรวม	**364.62**	**48.82**
2.ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวม	**296.87**	**39.75**
ค่าขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า	37.95	5.08
ค่าแรงงาน	55.12	7.38
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	9.32	1.25
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	194.37	26.02
ค่าส่งเสริมการตลาด	152.72	20.45
ค่าน้ำมันในการติดต่อลูกค้า	18.95	2.54
ค่าเครื่องหมายทางการค้า	7.73	1.03
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.54	0.34
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	11.43	1.53
ค่าเช่าสถานที่	0.11	0.01
3. ต้นทุนรวมของผู้รวบรวม (1 + 2)	**661.49**	**88.57**
4.ราคาพริกไทยดำที่ผู้รวบรวมได้รับจากส่งร้านอาหาร	**746.86**	**100.00**
5.กำไรของผู้รวบรวม (4 - 3)	**85.37**	**11.43**
6.ส่วนเหลื่อมการตลาด (2 + 5)	**382.24**	**51.18**

ที่มา: จากการคำนวณ

(2) ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยดำ ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค



(2.1) ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างเกษตรกรกับผู้รวบรวมในจังหวัด จะเริ่มที่เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยดำจากพ่อค้ารวบรวม กิโลกรัมละ 364.62 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.55 ของราคาผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.2) ผู้รวบรวมในจังหวัดมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยดำให้ผู้ค้าปลีก กิโลกรัมละ 1,101.56 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.98 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยดำจากผู้ค้าปลีก กิโลกรัมละ 1,466.18 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.54 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีต้นทุนการตลาด กิโลกรัมละ 362.75 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.47 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยต้นทุนการตลาดที่มีค่าใช้จ่าย มากที่สุด คือ ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 234.54 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.00 เนื่องจากมีการขายในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก ทั้งแบบขวด แบบซอง สุญญากาศ เป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายตรงส่วนนี้รวมไปถึงค่าสติ๊กเกอร์ ทำให้มีต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่สูงมาก แสดงว่าบรรจุภัณฑ์และการแปรรูปเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่ม รองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 75.02 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.20 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กิโลกรัมละ 22.70 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.97 โดยค่าดำเนินงานมากจากการติดต่อหาลูกค้า

ค่าเครื่องหมายทางการค้า และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการตลาดเป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขึ้นกับการทำการตลาด ของผู้ประกอบการแต่ละราย ค่าขนส่ง กิโลกรัมละ 3.75 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.16 และ ค่าเช่าสถานที่ กิโลกรัมละ 3.53 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.15 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับตามลำดับ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 738.81 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.51 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.3) ผู้ค้าปลีกมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยดำให้ผู้บริโภค กิโลกรัมละ 878.37 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.46 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยดำที่ผู้ค้าปลีกได้รับจากผู้บริโภค กิโลกรัมละ 2,344.55 บาท มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 202.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.64 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยต้นทุนการตลาดที่มีค่าใช้จ่าย มากที่สุด คือ ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 141.25 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.02 เนื่องจากผู้ค้าปลีกมีการนำพริกไทยดำไปบรรจุในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ขวด ซอง ถุงเป็นต้น และผู้ค้าปลีกบางรายมีการจัดแต่งบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ดึงดูดผู้บริโภค และสร้างมูลค่าได้มากขึ้น รองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 35.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.49 ผู้ประกอบการบางรายมีการซื้อไปแพคเพื่อจำหน่ายเองเพื่อเพิ่มกำไร ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กิโลกรัมละ 22.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.96 โดยส่วนใหญ่ผู้ค้าปลีกมีเป็นร้านขายฝาก และมีหน้าร้านของตนเอง ผู้ค้าปลีกบางรายมีการจ้างงานเพื่อจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ โดยมีการจำหน่ายพริกไทยเป็นผลิตภัณฑ์เสริม และมีการทำตลาดออนไลน์ การส่งเสริมการขาย เช่น งานแสดงสินค้า ส่วนลด โปรโมชั่น และค่าขนส่ง กิโลกรัมละ 3.75 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.16 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับตามลำดับ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 675.87 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.83 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.4) ส่วนเหลื่อมทางการตลาดทั้งหมด กิโลกรัมละ 1,979.94 บาท คิดเป็นร้อยละ 84.45 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีต้นทุนการตลาดทั้งหมด 565.25 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.11 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 1,414.68 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.34 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ เกษตรกรได้กำไรเพียงเล็กน้อย ขณะที่ผู้รวบรวมครองส่วนเหลื่อมทางการตลาดสูงและมีกำไรมากกว่า ดังแสดงในตารางที่ 4.9

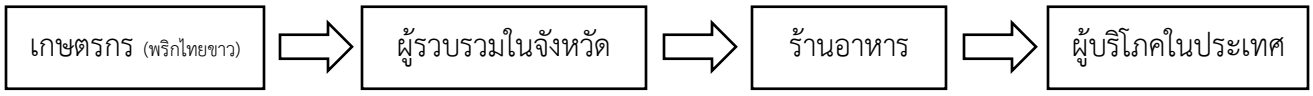
ตารางที่ 4.9 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยดำของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
1.ราคาพริกไทยดำที่เกษตรกรได้จากผู้รวบรวม	**364.62**	**15.55**
2.ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวม	**362.75**	**15.47**
ค่าขนส่ง	26.96	1.15
ค่าแรงงาน	75.02	3.20
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	234.54	10.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	22.70	0.97
ค่าเครื่องหมายทางการค้า	7.73	0.33
ค่าน้ำมันติดต่อลูกค้า	5.43	0.23
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	9.54	0.41
ค่าเช่าสถานที่	3.53	0.15
3. ต้นทุนรวมของผู้รวบรวม (1 + 2)	**727.35**	**31.02**
4. ราคาพริกไทยดำที่ผู้รวบรวมได้จากผู้ค้าปลีก	**1,466.18**	**62.54**
5. กำไรของผู้รวบรวม (4 - 3)	**738.81**	**31.51**
6. ส่วนเหลื่อมการตลาดของผู้รวบรวม (2 + 5)	**1,101.56**	**46.98**
7. ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีก	**202.50**	**8.64**
ค่าขนส่ง	3.75	0.16
ค่าแรงงาน	35.00	1.49
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	141.25	6.02
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	22.50	0.96
ค่าส่งเสริมการขาย	9.05	0.39
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	13.45	0.57
8. ต้นทุนรวมของผู้ค้าปลีก (4 + 7)	**1,668.68**	**71.17**
9.ราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับจากผู้บริโภค	**2,344.55**	**100.00**
10.กำไรของผู้ค้าปลีก (9 - 8)	**675.87**	**28.83**
11.ส่วนเหลื่อมการตลาดของผู้ค้าปลีก (7 + 10)	**878.37**	**37.46**

ที่มา: จากการคำนวน

2) พริกไทยขาว

(1) ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยขาว ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายยังร้านอาหาร



(1.1) ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างเกษตรกรกับผู้รวบรวมในจังหวัด จะเริ่มที่เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยจากพ่อค้ารวบรวม กิโลกรัมละ 992.45 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.47 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร

(1.2) ผู้รวบรวมในจังหวัดมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยขาวให้ร้านอาหาร กิโลกรัมละ 734.53 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.53 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยขาวจากร้านอาหาร กิโลกรัมละ 1,726.98 บาท มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 376.34 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.79 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร โดยต้นทุนการตลาดสอดคล้องกับพริกไทยดำ เนื่องจากมีการทำการตลาดร่วมกัน ค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด คือค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กิโลกรัมละ 232.08 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.44 โดยค่าดำเนินงานส่วนใหญ่มากจากส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผู้รวบรวมในจังหวัดมีการจัดงานแสดงสินค้า เพื่อการส่งเสริมการขาย เช่น งาน Thaifex งานพาณิชย์ งานแสดงสินค้าต่างจังหวัด บางรายมีไปต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเหล่านี้โดยส่วนใหญ่ผู้รวบรวมเป็นผู้รับผิดชอบเอง โดยในปี 2567 มีการเดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ทั้งนี้ค่าดำเนินงานยังมีต้นทุนในการติดต่อหาลูกค้า ค่าเครื่องหมายทางการค้า ค่าสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าสื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ ค่าทำป้าย และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการตลาดเป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขึ้นกับการทำการตลาด ของผู้ประกอบการแต่ละราย รองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 107.77 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.24 มีทั้งค่าแรงงานจัดส่งสินค้า แรงงานในการตรวจสอบคุณภาพ ตลอดจนมีการคัดแยกขนาด เกรดของพริกไทยและรวมไปถึงค่าแรงในการจ้างตรวจบัญชีที่มีค่าใช้จ่ายทั้งรายเดือนและทั้งปี ค่าขนส่ง กิโลกรัมละ 24.65 คิดเป็นร้อยละ 1.43 เนื่องจากค่าน้ำมันและแรงงานในการขนส่งมีการส่งหลายรอบ มีการส่งไปยังต่างจังหวัด และภายในจังหวัด ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 10.95 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.63 เป็นการขายส่งโดยส่วนใหญ่ บรรจุใส่ถุงพลาสติก 2 ชั้น หรือบรรจุสุญญากาศจะใช้เวลาในการบรรจุมากกว่าถุงพลาสติก และ ค่าเช่าสถานที่ กิโลกรัมละ 0.89 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.05 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร ตามลำดับ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 358.19 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.74 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร

(1.3) ส่วนเหลื่อมทางการตลาดทั้งหมด กิโลกรัมละ 734.53 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.53 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร มีต้นทุนการตลาดทั้งหมด 376.34 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.79 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 358.19 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.74 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร แม้เกษตรกรจะได้กำไร แต่เมื่อเทียบกับราคาขายสุดท้ายยังถือว่ากำไรอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สูงมากนักขณะที่ผู้รวบรวมครองส่วนเหลื่อมทางการตลาดสูงและมีกำไรมากกว่าแต่ต้องแลกกับต้นทุนการตลาดที่สูงด้วยเช่นกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยขาว ของพ่อค้า/ผู้รวบรวม เพื่อจำหน่ายไปยังร้านอาหาร

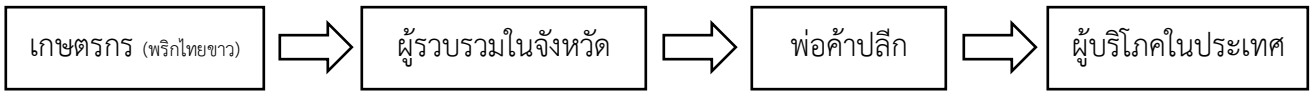
รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
1.ราคาพริกไทยขาวที่เกษตรกรได้จากผู้รวบรวม	**992.45**	**57.47**
2.ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวม	**376.34**	**21.79**
ค่าขนส่ง	24.65	1.43
ค่าแรงงาน	107.77	6.24
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	10.95	0.63

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	232.08	13.44
ค่าส่งเสริมการขาย	172.54	9.99
ค่าน้ำมันในการติดต่อลูกค้า	36.75	2.13
ค่าเครื่องหมายทางการค้า	7.73	0.45
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.54	0.15
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12.52	0.72
ค่าเช่าสถานที่	0.89	0.05
3.ต้นทุนรวมของผู้รวบรวม (1 + 2)	**1,368.79**	**79.26**
4.ราคาพริกไทยขาวที่ผู้รวบรวมได้รับจากร้านอาหาร	**1,726.98**	**100.00**
5.กำไรของผู้รวบรวม (4 - 3)	**358.19**	**20.74**
6.ส่วนเหลื่อมการตลาด (2 + 5)	**734.53**	**42.53**

ที่มา: จากการคำนวน

(2) ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยขาว ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค



(2.1) ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างเกษตรกรกับผู้รวบรวมในจังหวัด จะเริ่มที่เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยขาวจากพ่อค้ารวบรวม กิโลกรัมละ 992.45 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.24 ของราคาผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.2) ผู้รวบรวมในจังหวัดมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยขาวให้ผู้ค้าปลีก กิโลกรัมละ 1,273.99 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.25 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยขาวจากผู้ค้าปลีก กิโลกรัมละ 2,266.44 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.48 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีต้นทุนการตลาด กิโลกรัมละ 389.92 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.09 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด คือ ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 234.54 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.67 เนื่องจากมีการขายในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก ทั้งแบบขวด แบบซอง สุญญากาศ เป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายตรงส่วนนี้รวมไปถึงค่าสติ๊กเกอร์ ทำให้มีต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่สูงมาก รองลงมา คือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 87.92 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีทั้งค่าแรงงานจัดส่งสินค้า แรงงานในการตรวจสอบคุณภาพ ตลอดจนมีการคัดแยกขนาด เกรดของพริกไทยและรวมไปถึงค่าแรงในการจ้างตรวจบัญชีที่มีค่าใช้จ่ายทั้งรายเดือนและทั้งปี ค่าขนส่ง กิโลกรัมละ 32.60 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.93 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ กิโลกรัมละ 31.23 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.89 โดยค่าดำเนินงานมากจากการติดต่อหาลูกค้า ค่าเครื่องหมายทางการค้า และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการตลาดเป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขึ้นกับการทำการตลาด ของผู้ประกอบการแต่ละราย และ ค่าเช่าสถานที่ กิโลกรัมละ 3.63 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.10 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ ตามลำดับ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 884.07 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.15 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.3) ผู้ค้าปลีกมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยขาวให้ผู้บริโภค กิโลกรัมละ 1,248.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.52 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยขาวที่ผู้ค้าปลีกได้รับจากผู้บริโภค กิโลกรัมละ 3,514.77 บาท มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 218.89 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.23 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยต้นทุนการตลาดที่มีค่าใช้จ่าย มากที่สุด คือ ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 155.20 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.42 ผู้ค้าปลีกมีการนำพริกไทยดำไปบรรจุในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ขวด ซอง ถุงเป็นต้น และผู้ค้าปลีกบางรายมีการจัดแต่งบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ดึงดูดผู้บริโภค และสร้างมูลค่าได้มากขึ้น รองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 35.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.01 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กิโลกรัมละ 23.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.66 โดยส่วนใหญ่ผู้ค้าปลีกมีเป็นร้านขายฝาก และมีหน้าร้านของตนเอง ผู้ค้าปลีกบางรายมีการจ้างงานเพื่อจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ โดยมีการจำหน่ายพริกไทยเป็นผลิตภัณฑ์เสริม และมีการทำตลาดออนไลน์ และค่าขนส่ง กิโลกรัมละ 5.04 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.14 ตามลำดับ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 1,029.44 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.29 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.4) ส่วนเหลื่อมทางการตลาดทั้งหมด กิโลกรัมละ 2,522.32 บาท คิดเป็นร้อยละ 71.76 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีต้นทุนการตลาดทั้งหมด 608.77 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.32 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 1,913.51 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.44 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ แม้เกษตรกรจะได้กำไร แต่เมื่อเทียบกับราคาขายสุดท้าย ยังถือว่ากำไรอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สูงมากนักขณะที่ผู้รวบรวมครองส่วนเหลื่อมทางการตลาดสูงและมีกำไรมากกว่า แต่ต้องแลกกับต้นทุนการตลาดที่สูงด้วยเช่นกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4..11 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยขาว ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
1.ราคาพริกไทยขาวที่เกษตรกรได้จากผู้รวบรวม	**992.45**	**28.24**
2.ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวม	**389.92**	**11.09**
ค่าขนส่ง	32.60	0.93
ค่าแรงงาน	87.92	2.50
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	234.54	6.67
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	31.23	0.89
ค่าเครื่องหมายทางการค้า	7.73	0.22
ค่าน้ำมันติดต่อลูกค้า	13.96	0.40
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	9.54	0.27
ค่าเช่าสถานที่	3.63	0.10
3. ต้นทุนรวมของผู้รวบรวม (1 + 2)	**1,382.37**	**39.33**
4. ราคาพริกไทยขาวที่ผู้รวบรวมได้รับจากผู้ค้าปลีก	**2,266.44**	**64.48**
5. กำไรของผู้รวบรวม (4 - 3)	**884.07**	**25.15**
6.ส่วนเหลื่อมการตลาดของผู้รวบรวม (2+5)	**1,273.99**	**36.25**
7. ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีก	**218.89**	**6.23**
ค่าขนส่ง	5.04	0.14
ค่าแรงงาน	35.33	1.01

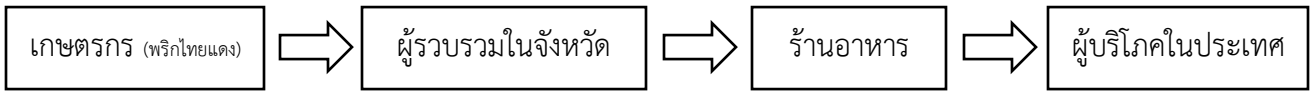
ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	155.20	4.42
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	23.33	0.66
ค่าส่งเสริมการขาย	9.88	0.28
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	13.45	0.38
8. ต้นทุนรวมของผู้ค้าปลีก (4 + 7)	**2,485.33**	**70.71**
9.ราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับจากผู้บริโภค	**3,514.77**	**100.00**
10.กำไรของผู้ค้าปลีก (9 - 8)	**1,029.44**	**29.29**
11.ส่วนเหลื่อมการตลาดของผู้ค้าปลีก (7 + 10)	**1,248.33**	**35.52**

ที่มา: จากการคำนวน

3) พริกไทยแดง

(1) ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยแดง ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายยังร้านอาหาร



(1.1) ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างเกษตรกรกับผู้รวบรวมในจังหวัด จะเริ่มที่เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยจากพ่อค้ารวบรวม กิโลกรัมละ 850.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.83 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร

(1.2) ผู้รวบรวมในจังหวัดมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยขาวให้ร้านอาหาร กิโลกรัมละ 989.16 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.01 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยขาวจากร้านอาหาร กิโลกรัมละ 1,939.16 บาท มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 275.38 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.20 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร โดยต้นทุนการตลาดสอดคล้องกับพริกไทยดำ เนื่องจากมีการทำการตลาดร่วมกัน ค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด คือค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กิโลกรัมละ 182.46 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.41 โดยค่าดำเนินงานส่วนใหญ่มากจากจากส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผู้รวบรวมในจังหวัดมีการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อการส่งเสริมการขาย เช่น งาน Thaifex งานพาณิชย์ งานแสดงสินค้าต่างจังหวัด บางรายมีไปต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเหล่านี้โดยส่วนใหญ่ผู้รวบรวมเป็นผู้รับผิดชอบเอง โดยในปี 2567 มีการเดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ทั้งนี้ค่าดำเนินงานยังมีต้นทุนในการติดต่อหาลูกค้า ค่าเครื่องหมายทางการค้า และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการตลาดเป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขึ้นกับการทำการตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย รองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 57.32 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.96 มีทั้งค่าแรงงานจัดส่งสินค้า แรงงานในการตรวจสอบคุณภาพ ตลอดจนมีการคัดแยกขนาด เกรดของพริกไทย จนถึงแรงงานในการบรรจุ ในที่นี้รวมถึงค่าแรงในการจ้างตรวจบัญชี มีการจ่ายทั้งรายเดือนและทั้งปี ค่ารถขนส่ง กิโลกรัมละ 24.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.27 เนื่องจากค่าน้ำมันและแรงงานในการขนส่งมีการส่งหลายรอบ มีการส่งไปยังต่างจังหวัด และภายในจังหวัด ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 10.95 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.56 เป็นการขายส่งโดยส่วนใหญ่ บรรจุ

ใส่ถุงพลาสติก 2 ชั้น หรือบรรจุสุญญากาศจะใช้เวลาในการบรรจุมากกว่าถุงพลาสติก และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 713.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.81 ของผู้ราคาที่รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร

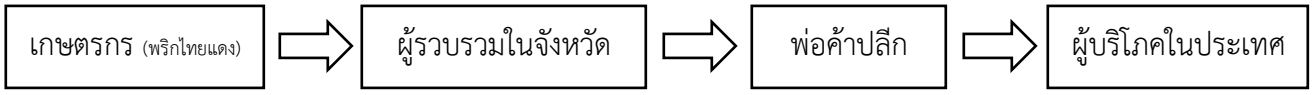
(1.3) ส่วนเหลื่อมทางการตลาดทั้งหมด กิโลกรัมละ 989.16 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.01 ของราคาขายผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร มีต้นทุนการตลาดทั้งหมด 275.38 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.20 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 713.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.81 ของราคาขายที่ผู้รวบรวมในจังหวัดได้จากการส่งร้านอาหาร แม้เกษตรกรจะได้กำไร แต่เมื่อเทียบกับราคาขายสุดท้ายยังถือว่ากำไรอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สูงมากนักขณะที่ผู้รวบรวมครองส่วนเหลื่อมทางการตลาดสูงและมีกำไรมากกว่า แต่ต้องแลกกับต้นทุนการตลาดที่สูงด้วยเช่นกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยแดง ของพ่อค้า/ผู้รวบรวม เพื่อจำหน่ายไปยังร้านอาหาร

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
1.ราคาพริกไทยแดงที่เกษตรกรได้จากผู้รวบรวม	**850.00**	**43.83**
2.ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวม	**275.38**	**14.20**
ค่าขนส่ง	24.65	1.27
ค่าแรงงาน	57.32	2.96
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	10.95	0.56
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	182.46	9.41
ค่าส่งเสริมการขาย	123.3	6.36
ค่าน้ำมันในการติดต่อลูกค้า	36.75	1.90
ค่าเครื่องหมายทางการค้า	2.67	0.14
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.56	0.18
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	16.18	0.83
3.ต้นทุนรวมของผู้รวบรวม (1 + 2)	**1,125.38**	**58.03**
4.ราคาพริกไทยแดงที่ผู้รวบรวมได้รับจากร้านอาหาร	**1,939.16**	**100.00**
5.กำไรของผู้รวบรวม (4 - 3)	**713.78**	**36.81**
6.ส่วนเหลื่อมการตลาด (2 + 5)	**989.16**	**51.01**

ที่มา: จากการคำนวน

(2) ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยแดง ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค



(2.1) ส่วนเหลื่อมการตลาดระหว่างเกษตรกรกับผู้รวบรวมในจังหวัด จะเริ่มที่เกษตรกรได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยแดงจากพ่อค้ารวบรวม กิโลกรัมละ 850.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00 ของราคาผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.2) ผู้รวบรวมในจังหวัดมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยแดงให้ผู้ค้าปลีก กิโลกรัมละ 2,650.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.00 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยขาวจากผู้ค้าปลีก กิโลกรัมละ 3,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.00 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยราคานี้เป็นราคาที่ผู้ค้าปลีกจำหน่ายพริกไทยบรรจุใส่ขวดป่นขนาด 50 กรัมต่อขวด ราคา 250.00 บาทต่อขวด ทำให้การจำหน่ายมีราคาที่สูงถึง มีต้นทุนการตลาด กิโลกรัมละ 834.44 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.69 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด คือ ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 625.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.51 เนื่องจากมีการขายในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก ทั้งแบบขวด ซึ่งค่าใช้จ่ายต่อขวดป่นอยู่ที่ 30 – 35 บาท เป็นขวดขนาด 50 กรัม ซึ่งค่าใช้จ่ายตรงส่วนนี้รวมไปถึงค่าสติ๊กเกอร์ ทำให้มีต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่สูงมาก รองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 140.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.80 มีทั้งค่าแรงงานจัดส่งสินค้า ค่าแรงงานในการบรรจุ แรงงานในการตรวจสอบคุณภาพ และรวมไปถึงค่าแรงในการจ้างตรวจบัญชีที่มีค่าใช้จ่ายทั้งรายเดือนและทั้งปี ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ กิโลกรัมละ 31.23 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.89 โดยค่าดำเนินงานมากจากการติดต่อหาลูกค้า ค่าเครื่องหมายทางการค้า และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการตลาดเป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขึ้นกับการทำการตลาด ของผู้ประกอบการแต่ละราย และ ค่าขนส่ง กิโลกรัมละ 32.60 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.93 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ ตามลำดับ ค่าขนส่งสูงเนื่องจากในการขนส่งพริกไทยแต่ละครั้งมีปริมาณไม่มาก เป็นไปตามคำสั่งซื้อ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 1,815.56 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.31 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.3) ผู้ค้าปลีกมีส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพริกไทยแดงให้ผู้บริโภค กิโลกรัมละ 1,833.05 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.66 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยได้รับราคาจำหน่ายพริกไทยแดงแบบเม็ดที่ผู้ค้าปลีกได้รับจากผู้บริโภค กิโลกรัมละ 5,000.00 บาท มีต้นทุนการตลาดกิโลกรัมละ 333.05 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.66 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ โดยต้นทุนการตลาดที่มีค่าใช้จ่าย มากที่สุด คือ ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ กิโลกรัมละ 185.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.70 ผู้ค้าปลีกมีการนำเสนอพริกไทยในรูปแบบของของฝากทำให้ต้องให้บรรจุภัณฑ์ที่ดูดี ทั้งกล่อง และซองบรรจุ เป็นต้น และผู้ค้าปลีกบางรายมีการจัดแต่งบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ดึงดูดผู้บริโภค และสร้างมูลค่าได้มากขึ้น รองลงมาคือ ค่าแรงงาน กิโลกรัมละ 140.55 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.81 เนื่องจากมีการจ้างงานเพื่อจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ โดยมีการจำหน่ายพริกไทยเป็นผลิตภัณฑ์เสริม มีการทำตลาดออนไลน์ รวมถึงค่าแรงงานในการออกแบบและจรรจุบรรจุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กิโลกรัมละ 7.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.15 โดยมีค่าส่งเสริมการขาย การโปรโมท ส่วนลด และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟ ค่าอินเตอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ตามลำดับ และมีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 1,500.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ

(2.4) ส่วนเหลื่อมทางการตลาดทั้งหมด กิโลกรัมละ 4,483.05 บาท คิดเป็นร้อยละ 89.66 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีต้นทุนการตลาดทั้งหมด 1,167.49 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.35 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ มีกำไรสุทธิ กิโลกรัมละ 3,315.56 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.31 ของราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับ แม้เกษตรกรจะได้กำไร แต่เมื่อเทียบกับราคาขายสุดท้าย ยังถือว่ากำไรอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สูงมากนักขณะที่ผู้รวบรวมครองส่วนเหลื่อมทางการตลาดสูงและมีกำไรมากกว่า แต่ต้องแลกกับต้นทุนการตลาดที่สูงด้วยเช่นกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยแดง ของผู้รวบรวมในจังหวัด เพื่อจำหน่ายพ่อค้าปลีก และจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
1.ราคาพริกไทยแดงที่เกษตรกรได้จากผู้รวบรวม	**850.00**	**17.00**
2.ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวม	**834.44**	**16.69**
ค่าขนส่ง	26.67	0.53
ค่าแรงงาน	140.00	2.80
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์	625.50	12.51
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	42.27	0.85
ค่าเครื่องหมายทางการค้า	0.53	0.01
ค่าน้ำมันติดต่อลูกค้า	26.67	0.53
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	15.07	0.30
3. ต้นทุนรวมของผู้รวบรวม (1 + 2)	**1,684.44**	**33.69**
4. ราคาพริกไทยแดงที่ผู้รวบรวมได้รับจากผู้ค้าปลีก	**3,500.00**	**70.00**
5. กำไรของผู้รวบรวมในจังหวัด (4 - 3)	**1,815.56**	**36.31**
6.ส่วนเหลื่อมการตลาดของผู้รวบรวม (2+5)	**2,650.00**	**53.00**
7. ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีก	**333.05**	**6.66**
ค่าแรงงาน	140.55	2.81
ค่าวัสดุและบรรจุภัณฑ์ ค่าบรรจุภัณฑ์กล่องของขวัญ จัดเป็นของฝาก	185.00	3.70
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	7.50	0.15
ค่าส่งเสริมการขาย	5.50	0.11
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	2.00	0.04
8. ต้นทุนรวมของผู้ค้าปลีก (4 + 7)	**3,833.05**	**76.66**
9.ราคาที่ผู้ค้าปลีกได้รับจากผู้บริโภค	**5,000.00**	**100.00**
10.กำไรของผู้ค้าปลีก (9 - 8)	**1,500.00**	**30.00**
11.ส่วนเหลื่อมการตลาดของผู้ค้าปลีก (7 + 10)	**1,833.05**	**36.66**

ที่มา: จากการคำนวน

4.3 ปัญหาด้านการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

1) ด้านการผลิต

1.1 เกษตรกรประสบปัญหาสภาพอากาศทำให้ผลผลิตเสียหาย ต้นตาย เกษตรกรบางรายขาดทุน จึงต้องเคลื่อนย้ายไปหางานในพื้นที่ต่างถิ่น

1.2 ต้นพันธุ์ไม่มีคุณภาพ และมีการสวมสิทธิ์ต้นพันธุ์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียน

1.3 แรงงานหายาก ค่าแรงงานค่อนข้างสูง

1.4 ปัญหาเรื่องโรคพืช โดยเฉพาะโรครากเน่า ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ต้นพริกไทยอ่อนแอและตายในที่สุด ส่งผลให้ผลผลิตลดลงและคุณภาพไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ตลาดต้องการ

2) ด้านการตลาด

2.1 ตลาดพริกไทยยังมีความไม่แน่นอน ส่งผลให้เกษตรกรและผู้ประกอบการบางรายประสบปัญหาการระบายสต๊อก เนื่องจากไม่สามารถรวบรวมและส่งมอบผลผลิตได้ในปริมาณมากและต่อเนื่องตามความต้องการของลูกค้ารายใหญ่ จึงเกิดปัญหาสินค้าคงค้าง และจำเป็นต้องแสวงหาช่องทางการจำหน่ายใหม่อย่างต่อเนื่อง

2.2 พริกไทยยังไม่ใช่วัตถุดิบหลักในการทำอาหาร แต่เป็นเพียงส่วนประกอบเสริม จึงทำให้การทำการตลาดค่อนข้างยาก เพราะผู้บริโภค มักไม่ให้ความสนใจหรือสอบถามถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของพริกไทยที่ใช้ในการประกอบอาหาร

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การศึกษาการผลิตและการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ของเกษตรกร และเพื่อศึกษาวิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ โดยมีผลการศึกษาดังนี้

5.1.1 ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

1) ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

จากการศึกษาการต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 69,217.77 บาทต่อไร่ โดยเป็นต้นทุนผันแปร ร้อยละ 65.73 และต้นทุนคงที่ ร้อยละ 34.27 ของต้นทุนทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ เป็นการผลิตที่ต้องใช้ปัจจัยการผลิตและแรงงานอย่างต่อเนื่องตลอดกระบวนการผลิต

เมื่อพิจารณาต้นทุนการผลิต พบว่า ค่าแรงงานเป็นต้นทุนหลักของการผลิต คิดเป็น ร้อยละ 51.12 ของต้นทุนทั้งหมด โดยเฉพาะค่าแรงงานในกิจกรรมดูแลรักษาและการเก็บเกี่ยว ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 27.53 และร้อยละ 23.59 ตามลำดับ เนื่องจากพริกไทยเป็นพืชที่มีระบบรากอ่อนแอ ไวต่อสภาพดินและน้ำ จึงต้องอาศัยการดูแลอย่างใกล้ชิด ใช้แรงงานคนเป็นหลัก และไม่สามารถใช้เครื่องจักรทดแทนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ต้นทุนคงที่ในส่วนของ ค่าเฉลี่ยต้นทุนก่อนให้ผลผลิต มีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 25.72 ของต้นทุนทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าการปลูกพริกไทยเป็นการลงทุนระยะยาวที่ต้องใช้เงินลงทุนเริ่มต้นสูง และต้องใช้ระยะเวลาในการคืนทุน โดยต้นทุนดังกล่าวยังคงถูกเฉลี่ยเข้ามาในช่วงที่เริ่มให้ผลผลิต

ในด้านผลตอบแทน พบว่า พริกไทยสดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีราคาจำหน่ายเฉลี่ย 90 บาทต่อกิโลกรัม ให้ผลผลิตเฉลี่ย 919.17 กิโลกรัมต่อไร่ เกษตรกรได้รับผลตอบแทนรวม 82,725.30 บาทต่อไร่ และมีผลตอบแทนสุทธิ 13,507.54 บาทต่อไร่ หรือ 14.70 บาทต่อกิโลกรัม แสดงให้เห็นว่าผลตอบแทนเป็นบวก แต่มีอัตรากำไรสุทธิต่อหน่วยไม่สูงมากเมื่อเทียบกับระดับต้นทุนที่เกิดขึ้น จากต้นทุนแรงงานที่สูง การลงทุนเริ่มต้นสูง และอัตราผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วยต่ำ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อเกษตรกรรายย่อยที่มีเงินทุนจำกัด

ดังนั้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ควรมีการพัฒนาระบบการจัดการแปลงและเทคโนโลยีที่ช่วยลดการใช้แรงงาน การสนับสนุนเงินทุนหรือกลไกทางการเงินในช่วงก่อนให้ผลผลิต การเพิ่มมูลค่าสินค้าผ่านการแปรรูป การสร้างแบรนด์ และการขยายตลาดเฉพาะกลุ่ม การเชื่อมโยงตลาดที่ให้ราคาสูงและมีความต้องการคุณภาพ เพื่อให้ผลตอบแทนสอดคล้องกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ เสริมความเข้มแข็งให้เกษตรกร และสนับสนุนความยั่งยืนของการผลิตพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ในระยะยาวได้อย่างเป็นรูปธรรม

2) ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนพริกไทยแห้งแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง

การผลิตพริกไทยแห้งแบบเม็ดพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ มี 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ พริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง ซึ่งใช้วัตถุดิบจากพริกไทยสดช่อเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่กระบวนการแปรรูปเบื้องต้น ส่งผลให้มีต้นทุน ผลผลิต และผลตอบแทนที่ต่างกัน ดังนี้

(1) พริกไทยดำ

พริกไทยดำมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 402.90 บาทต่อกิโลกรัม โดยเป็นต้นทุนเงินสด ร้อยละ 79.82 และต้นทุนไม่เป็นเงินสด ร้อยละ 20.18 ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนผันแปร 386.76 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นเกือบทั้งหมดของต้นทุนรวม ซึ่งมาจากค่าวัตถุดิบและค่าแรงงานเป็นหลัก เกษตรกรจำหน่ายได้ราคาเฉลี่ย 640.88 บาทต่อกิโลกรัม ให้ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 237.98 บาทต่อกิโลกรัม เป็นพริกไทยที่มีต้นทุนต่ำที่สุด แต่ให้ผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วยต่ำที่สุดเช่นกัน เมื่อเทียบกับพริกไทยชนิดอื่น

(2) พริกไทยขาว

พริกไทยขาวมีต้นทุนรวมเฉลี่ยสูงที่สุดที่ 787.98 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากมีอัตราการแปลงผลผลิตต่ำ โดยต้องใช้พริกไทยสดถึง 5 กิโลกรัมต่อพริกไทยขาว 1 กิโลกรัม ต้นทุนเงินสดคิดเป็น ร้อยละ 74.61 และต้นทุนไม่เป็นเงินสด ร้อยละ 25.39 ต้นทุนผันแปรสูงถึง 766.96 บาทต่อกิโลกรัม โดยเฉพาะค่าแรงงานซึ่งมีสัดส่วนสูงถึง 270.10 บาทต่อกิโลกรัม หรือคิดเป็นมากกว่าหนึ่งในสามของต้นทุนทั้งหมด อย่างไรก็ตาม พริกไทยขาวสามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงเฉลี่ย 1,270.43 บาทต่อกิโลกรัม ส่งผลให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 482.45 บาทต่อกิโลกรัม

(3) พริกไทยแดง

พริกไทยแดงมีต้นทุนรวมเฉลี่ย 486.65 บาทต่อกิโลกรัม โดยเป็นต้นทุนเงินสดสูงถึง ร้อยละ 88.75 สะท้อนถึงการใช้เงินลงทุนจริงในกระบวนการผลิตค่อนข้างมาก ต้นทุนผันแปรเป็นต้นทุนหลัก โดยเฉพาะค่าแรงงานและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เนื่องจากต้องใช้วิธีการตากและควบคุมสีอย่างพิถีพิถัน ทั้งนี้ พบว่าพริกไทยแดงมีความเสี่ยงด้านคุณภาพสูง โดยมีพริกไทยที่เปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลได้ถึง ร้อยละ 50 ของผลผลิตทั้งหมด อย่างไรก็ตาม พริกไทยแดงสามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงที่สุดเฉลี่ย 2,181.19 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ได้รับผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยสูงถึง 1,694.54 บาทต่อกิโลกรัม

จะเห็นได้ว่าต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นตามระดับความซับซ้อนของกระบวนการแปรรูปและการใช้แรงงาน โดยเฉพาะพริกไทยขาวและพริกไทยแดงที่ต้องใช้แรงงานและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวมาก ขณะเดียวกัน ราคาจำหน่ายก็เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนตามคุณภาพและเอกลักษณ์สินค้าอย่างไรก็ตาม เกษตรกรยังเผชิญ ข้อจำกัดด้านต้นทุนแรงงานที่สูง ความไม่แน่นอนของมาตรฐานการคัดเกรด และความเสี่ยงด้านคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะพริกไทยแดง ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้จริงที่ได้รับ

ดังนั้น การปรับปรุงกระบวนการแปรรูปเพื่อลดการสูญเสียและลดต้นทุนแรงงาน การพัฒนามาตรฐานการคัดเกรดที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ การสนับสนุนเทคโนโลยีการแปรรูป การแยกสี อบแห้ง และการคัดเกรดที่ช่วยควบคุมคุณภาพ และการเชื่อมโยงตลาดเฉพาะกลุ่มที่ให้ราคาสอดคล้องกับต้นทุนและคุณภาพสินค้า เป็นแนวทางที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดความเสี่ยง และเสริมศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพริกไทย

5.1.2 วิถีการตลาด ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลื่อมการตลาดของพริกไทยพริกพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

1) วิถีการตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

เมื่อพิจารณาวิถีการตลาดของพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ร่วมกับตารางที่ 3.20 ช่องทางการจำหน่ายพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังของเกษตรกร พบว่า พริกไทยแต่ละชนิดมีลักษณะทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งในด้านระดับราคา ความนิยมในการผลิต และศักยภาพทางการตลาด

พริกไทยแดงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาจำหน่ายเฉลี่ยสูงที่สุด ที่ประมาณ 2,181.91 บาทต่อกิโลกรัม สะท้อนถึงมูลค่าต่อหน่วยที่สูงและการเป็นสินค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยเฉพาะร้านอาหารระดับพรีเมี่ยม ประเภท Fine Dining ผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และตลาดต่างประเทศบางส่วน อย่างไรก็ตาม แม้จะให้ผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วยสูง แต่พริกไทยแดงมีข้อจำกัดสำคัญด้านการผลิตและการตลาด ได้แก่ ความยากในการควบคุมคุณภาพ สี และความเสี่ยงหลังการแปรรูป ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตมีจำกัดและไม่สามารถขยายตลาดในเชิงปริมาณได้มาก ทำให้สัดส่วนการผลิตอยู่เพียงร้อยละ 7.94 ของพริกไทยแห้งทั้งหมด

พริกไทยขาวมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยรองลงมา และมีต้นทุนการผลิตสูงที่สุดในบรรดาพริกไทยทั้งสามชนิด เนื่องจากต้องใช้วัตถุดิบพริกไทยสดในปริมาณมาก และมีกระบวนการแปรรูปที่ซับซ้อน ต้องใช้แรงงานและน้ำในกระบวนการผลิตมาก ส่งผลให้พริกไทยขาวเป็นสินค้าที่มีตลาดเฉพาะเช่นเดียวกัน โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือร้านอาหารที่ต้องการคุณภาพ สีอ่อน และมาตรฐานสูง ทำให้เกษตรกรยังคงพึ่งพาผู้รวบรวมเป็นหลักถึงร้อยละ 56.39 สะท้อนถึงบทบาทของผู้รวบรวมในการคัดเกรด ควบคุมคุณภาพ และกระจายสินค้าไปยังตลาดเฉพาะ แม้ว่าจะสามารถสร้างกำไรได้ดี แต่ข้อจำกัดด้านต้นทุนและความซับซ้อนของกระบวนการผลิตทำให้สัดส่วนการผลิตพริกไทยขาวมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20.03

ในขณะที่พริกไทยดำ แม้จะเป็นชนิดที่ให้ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัมต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับพริกไทยขาวและพริกไทยแดง แต่กลับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดทั้งในมิติของการผลิตและการตลาด โดยมีสัดส่วนการผลิตสูงถึงร้อยละ 72.03 ของพริกไทยแห้งทั้งหมด และมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลายมากที่สุดถึง 7 ช่องทาง สาเหตุสำคัญมาจากกระบวนการแปรรูปที่ไม่ซับซ้อน ใช้ต้นทุนต่ำกว่า ความเสี่ยงด้านคุณภาพน้อยกว่า และสามารถตอบสนองตลาดได้กว้าง ตั้งแต่ผู้รวบรวม ร้านอาหาร ผู้บริโภคโดยตรง ไปจนถึงตลาดค้าปลีกและ Modern Trade แม้พริกไทยดำให้กำไรต่อหน่วยต่ำกว่าพริกไทยชนิดอื่น แต่มีความได้เปรียบด้านปริมาณความสม่ำเสมอของตลาด และความเสี่ยงต่ำ

โดยภาพรวม พริกไทยดำ ช่วยสร้างความมั่นคงด้านรายได้และการระบายผลผลิตให้กับเกษตรกร แม้กำไรต่อหน่วยจะต่ำกว่า แต่สามารถจำหน่ายได้ต่อเนื่อง มีสภาพคล่องสูง และรองรับปริมาณผลผลิตได้มาก ในขณะที่พริกไทยขาวและพริกไทยแดงเป็น “สินค้ามูลค่าสูง” ที่ช่วยเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อหน่วยและเสริมภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของสินค้า GI

ดังนั้น โครงสร้างวิถีการตลาดของพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ จึงมีลักษณะเป็นการผสมผสานระหว่างการผลิตเพื่อปริมาณ (พริกไทยดำ) และการผลิตเพื่อมูลค่า (พริกไทยขาวและพริกไทยแดง) อย่างไรก็ตาม การขาดตลาดรับซื้อที่แน่นอน ต้นทุนการเข้าสู่ตลาดที่สูง และข้อจำกัดด้านมาตรฐานและปริมาณการผลิต ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาและสนับสนุนอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของห่วงโซ่ตลาดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ในระยะยาว

2) ส่วนเหลื่อมการตลาดและต้นทุนการตลาดของผู้ค้าในระดับต่าง ๆ

ผลการศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาด พบว่า ส่วนเหลื่อมการตลาดของพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรังที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนตามชนิดของพริกไทยและช่องทางการจำหน่าย โดยพริกไทยดำ พริกไทยขาว และพริกไทยแดง ผู้ประกอบการระดับกลางและปลายน้ำได้รับส่วนแบ่งมากกว่าเกษตรกร

ในกรณีเกษตรกรจำหน่ายผ่านผู้รวบรวมในจังหวัดเพื่อส่งร้านอาหาร พบว่า เกษตรกรได้รับสัดส่วนราคาประมาณร้อยละ 43.83–57.47 ของราคาขายสุดท้าย ขณะที่ส่วนเหลื่อมการตลาดอยู่ในช่วงร้อยละ 42.53–51.18 โดยต้นทุนการตลาดคิดเป็นร้อยละ 14.20–39.75 ของราคาขาย ซึ่งต้นทุนที่สำคัญที่สุดคือค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและการเข้าถึงตลาดเฉพาะ ส่งผลให้ผู้รวบรวมต้องแบกรับต้นทุนเริ่มต้นในระดับสูง แต่ยังคงมีกำไรสุทธิในช่วงร้อยละ 11.43–36.81 ของราคาขาย

สำหรับกรณี เกษตรกรจำหน่ายผ่านผู้รวบรวมไปยังพ่อค้าปลีกและผู้บริโภค ส่วนเหลื่อมการตลาดเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน โดยมีสัดส่วนอยู่ในช่วงร้อยละ 71.76–89.66 ของราคาขายปลายทาง ในขณะที่เกษตรกรได้รับสัดส่วนเพียงร้อยละ 14.35–28.24 เท่านั้น สะท้อนให้เห็นว่ามูลค่าเพิ่มส่วนใหญ่เกิดขึ้นในขั้นตอนการคัดคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ และการตลาด โดยเฉพาะพริกไทยแดงซึ่งมีการแปรรูปและจำหน่ายในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก ทำให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์สูงถึงร้อยละ 12.51–12.51 ของราคาขาย แต่สามารถสร้างกำไรสุทธิให้ผู้ประกอบการและผู้ค้าปลีกได้มากกว่าร้อยละ 60 ของราคาขายปลายทาง

ทั้งนี้ผู้ประกอบการระดับกลางและปลายน้ำได้รับส่วนแบ่งมูลค่าที่สูงกว่าเกษตรกร เนื่องจากเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานพริกไทยมากที่สุด โดยเฉพาะกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว ได้แก่ การแปรรูป การคัดคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการทำการตลาด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้บริโภคยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น ขณะที่เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงจำหน่ายผลผลิตในรูปวัตถุดิบหรือแปรรูปขั้นต้น ทำให้ได้รับราคาที่ต่ำกว่า

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการระดับกลางและปลายน้ำเป็นผู้รับความเสี่ยงด้านตลาด ทั้งความไม่แน่นอนของอุปสงค์ การบริหารสต๊อกสินค้า ต้นทุนการกระจายสินค้า และค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงตลาดเฉพาะ เช่น ร้านอาหารระดับพรีเมียม Modern Trade และตลาดต่างประเทศ ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูงและมีข้อกำหนดด้านมาตรฐานและคุณภาพ ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาขายได้สูงกว่า และมีอำนาจต่อรองในตลาดมากกว่าเกษตรกร

อีกประการหนึ่งคือ เกษตรกรส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน เทคโนโลยี และองค์ความรู้ด้านการตลาด ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงหรือพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดเฉพาะได้ ส่งผลให้ต้องพึ่งพาผู้รวบรวมหรือผู้ประกอบการเป็นหลัก ซึ่งทำให้ส่วนแบ่งมูลค่าถูกถ่ายโอนไปยังขั้นตอนกลางและปลายน้ำของห่วงโซ่การตลาด

การสร้างมูลค่าเพิ่มไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในขั้นตอนการผลิตเท่านั้น แต่เกิดขึ้นในกระบวนการหลังการผลิตและการตลาด ได้แก่ การแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการเข้าถึงตลาดเฉพาะ ส่งผลให้ผู้ประกอบการในระดับกลางและปลายน้ำได้รับส่วนแบ่งมูลค่าสูงกว่าเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง โดยต้นทุนการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดโครงสร้างส่วนเหลื่อมการตลาด โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการขาย บรรจุภัณฑ์ และการเข้าถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนและความพร้อมด้านการจัดการ ส่งผลให้เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนไม่สามารถเข้าถึงตลาดดังกล่าวได้โดยตรง และต้องพึ่งพาตัวกลางในการกระจายสินค้า

ดังนั้น ควรสนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกรและผู้ประกอบการในการทำตลาดร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนการตลาดต่อหน่วย ส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาตรฐานร่วม และสนับสนุนเงินทุนหรือกลไกช่วยแบ่งเบาความเสี่ยง

ในการเข้าถึงตลาดพรีเมียมและตลาดเฉพาะ ซึ่งจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งรายได้ให้เกษตรกร และสร้างความยั่งยืนให้กับห่วงโซ่มูลค่าพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ในระยะยาว

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการผลิต

เกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยประสบปัญหาด้านต้นทุนแรงงานและการลงทุนเริ่มต้นสูง ปัญหาโรครากเน่า ความแปรปรวนของสภาพอากาศ และข้อจำกัดด้านคุณภาพต้นพันธุ์ ส่งผลให้ผลผลิตไม่สม่ำเสมอและมีความเสี่ยงต่อการสูญเสีย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการยกระดับการผลิตพริกไทยมูลค่าสูง จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ลดต้นทุนแรงงานที่สูงและปัญหาแรงงานขาดแคลน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนการนำเทคโนโลยีและเครื่องจักรขนาดเล็กมาใช้ในกระบวนการแปรรูปหลังการเก็บเกี่ยว โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการคัดแยกสีพริกไทยสด การคัดเกรด และการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยทดแทนแรงงานคน ลดต้นทุนต่อหน่วย เพิ่มความรวดเร็ว และสร้างความสม่ำเสมอของคุณภาพผลผลิต

2) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการแปรรูปที่ช่วยเพิ่มมูลค่า หน่วยงานในพื้นที่และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีการส่งเสริมอุปกรณ์ เช่น เตาอบควบคุมอุณหภูมิสำหรับการผลิตพริกไทยแดง เพื่อลดการสูญเสียหลังการผลิตและควบคุมคุณภาพด้านสี กลิ่น และรสชาติ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเกษตรกรรายย่อยมีข้อจำกัดด้านเงินลงทุน ควรสนับสนุนการรวมกลุ่มในระดับสหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร เพื่อใช้เครื่องจักรร่วมกันและร่วมรับผิดชอบค่าบำรุงรักษาแทนการลงทุนรายบุคคล

3) สนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อลดข้อจำกัดด้านการลงทุนของเกษตรกร โดยสหกรณ์การเกษตร และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ควรจัดสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ เพื่อใช้ลงทุนในระบบน้ำ เทคโนโลยีการจัดการสวน และอุปกรณ์แปรรูปขั้นต้น โดยควรกำหนดเงื่อนไขให้สอดคล้องกับศักยภาพทางการเงินของเกษตรกร และพิจารณาประวัติเครดิตอย่างรอบคอบ เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดหนี้ครัวเรือนและหนี้เสียในระยะยาว

4) เชื่อมโยงเงินทุนกับการรวมกลุ่มและการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มหรือเข้าร่วมสหกรณ์ เพื่อใช้เงินกู้ในการลงทุนด้านเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรร่วมกัน เช่น ระบบน้ำหรืออุปกรณ์แปรรูป แทนการลงทุนรายบุคคล ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

5) แก้ไขปัญหาโรครากเน่า ซึ่งเป็นอุปสรรคหลักของการผลิตพริกไทย หน่วยงานด้านการเกษตรในพื้นที่ร่วมกับ กรมวิชาการเกษตร และมหาวิทยาลัย ควรส่งเสริมแนวทางการจัดการโรครากเน่าอย่างเหมาะสม เช่น การใช้เชื้อจุลินทรีย์ควบคุมโรค (ชีวภัณฑ์) การปรับปรุงดินให้มีการระบายน้ำดี การจัดการน้ำและความชื้นในแปลงปลูกอย่างถูกต้อง เพื่อลดอัตราการตายของต้นพริกไทย การจัดทำแปลงต้นแบบการจัดการโรครากเน่า

6) พัฒนาพันธุ์พริกไทยที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน กรมวิชาการเกษตรควรเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาพันธุ์พริกไทย หรือสนับสนุนให้เกษตรกรมีการพัฒนาพันธุ์พริกไทยที่มีคุณภาพและมีการรับรองพันธุ์พริกไทยคุณภาพที่มีความต้านทานโรคและปรับตัวต่อสภาพอากาศได้ดี พร้อมออกใบรับรองพันธุ์พืช เพื่อป้องกันการสวมสิทธิ์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตลาด

7) ลดความเสี่ยงจากสภาพอากาศไม่แน่นอนด้วยเทคโนโลยีการผลิต เกษตรจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบน้ำหยด ระบบสปริงเกอร์ และระบบวัดความชื้นใต้ดิน เพื่อควบคุมปริมาณน้ำให้เหมาะสมกับความต้องการของพริกไทย ลดความเสียหายจากฝนทิ้งช่วงหรือฝนตกหนัก และเพิ่มเสถียรภาพของผลผลิต

8) หน่วยงานภาครัฐควรบูรณาการความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิจัย ในการพัฒนาถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ฯ ตั้งแต่การลงทุน การเตรียมพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม การเลือกใช้ต้นพันธุ์ การวางระบบน้ำ การดูแลรักษาตลอดช่วงอายุของพริกไทย อย่างการให้ปุ๋ย ช่วงไหนควรใส่ปุ๋ยแบบใดจึงมีประสิทธิภาพ การยืดอายุการให้ผลผลิต เป็นต้น และรวมไปถึง ความรู้ในการแปรรูปเป็นพริกไทยขั้นต้นตั้งแต่การแยกสี การคัดเกรด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน และลดความเสี่ยงจากการขาดทุนของเกษตรกร

2. ด้านการตลาด

การตลาดยังเป็นจุดอ่อนสำคัญ เนื่องจากความต้องการไม่แน่นอน เกษตรกรไม่สามารถกระจายผลผลิตได้ ทำให้อาจเกิดปัญหาความเสียหายของพริกไทย จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) บูรณาการหน่วยงานเพื่อเชื่อมโยงตลาด หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดควรทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานและเชื่อมโยงตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยประสานหาผู้ซื้อที่มีความต้องการแน่นอนให้แก่ผู้รวบรวมที่มีศักยภาพและมีความเป็นธรรมในการรับซื้อ หรือสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าพริกไทย GI เพื่อให้สามารถรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ทำให้เกษตรกรสามารถกระจายผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง

2) ยกระดับมาตรฐานการผลิตเพื่อเข้าถึงตลาดมูลค่าสูง สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ควรเร่งรัดการตรวจประเมินและออกใบรับรองมาตรฐาน เช่น GAP, Organic และ Traceability เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้า และเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ Modern Trade และตลาดต่างประเทศ

3) ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตสินค้ามูลค่าสูง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าพริกไทย โดยพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ทันสมัย รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบขนาดย่อยหรือพร้อมบริโภค เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

4) กระจายความเสี่ยงด้านการตลาด หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัด ควรสนับสนุนให้เกษตรกรลดการพึ่งพาช่องทางใดช่องทางหนึ่ง และเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผ่านช่องทางที่ให้ราคาสูงกว่า ควบคู่กับการพัฒนาทักษะด้านการตลาด การสร้างแบรนด์สินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารคุณค่าของสินค้า ทั้งด้านคุณภาพ แหล่งที่มา และมาตรฐานการผลิต เพื่อยกระดับรายได้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายพริกไทยผ่านผู้รวบรวมในจังหวัด ซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวกและสามารถระบายผลผลิตได้ในปริมาณมาก แต่ให้ราคาจำหน่ายค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ขณะที่การจำหน่ายเองโดยเฉพาะผ่านช่องทางออนไลน์และการออกบูธ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและให้ราคาจำหน่ายเฉลี่ยสูงกว่า แต่มีการลงทุนเพิ่มเติมและเผชิญกับความเสี่ยงด้านการตลาดในระดับที่สูงขึ้น แม้ว่าจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้

5) สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อทำตลาดร่วมกัน เกษตรจังหวัดและสหกรณ์การเกษตรควรส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาตรฐานร่วม การคัดเกรด และการทำตลาด เพื่อลดต้นทุนการตลาดต่อหน่วย และเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้ซื้อ

6) พัฒนาองค์ความรู้และมาตรฐานการแปรรูปขั้นต้นในระดับเกษตรกร เกษตรจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ด้านการอบแห้ง การคัดแยก และการเก็บรักษาพริกไทยแห้งที่ถูกต้อง เพื่อให้เกษตรกรสามารถแปรรูปขั้นต้นได้อย่างมีคุณภาพ สม่ำเสมอ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

7) การสร้างคุณค่าการรับรู้ของผู้บริโภค (Perceived Value Creation) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ควรบูรณาการความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และสร้างคุณค่าการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนจังหวัดตรัง ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดกิจกรรมชิมอาหาร เทศกาลอาหารระดับจังหวัด และการสื่อสารอัตลักษณ์ของสินค้า ผลักดันให้เป็นสินค้าของฝากประจำจังหวัดตรัง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการเลือกซื้อโดยตรง และลดข้อจำกัดจากการที่พริกไทยถูกมองเป็นเพียงวัตถุดิบเสริมในการปรุงอาหาร

8) ขยายตลาดพริกไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่ตลาดพรีเมียม มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและเอกลักษณ์โดดเด่นของสินค้า ทั้งในรูปแบบการจำหน่ายตรงถึงผู้บริโภค (B2C) และภาคธุรกิจ (B2B) โดยกลุ่มเป้าหมายสำคัญ เช่น ประเทศที่มีกำลังซื้อสูง นิยมบริโภคเครื่องเทศ หรือมีการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหาร ยา อาหารเสริม และเครื่องสำอาง เช่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ และตะวันออกกลาง

9) เพิ่มการใช้ประโยชน์พริกไทยในอุตสาหกรรมใหม่ หน่วยงานด้านอุตสาหกรรมและงานวิจัยควรสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดการใช้ประโยชน์พริกไทยในอุตสาหกรรมอาหารเสริม ยา เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความหลากหลายของการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

บรรณานุกรม

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2564). *ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พริกไทยตรัง ทะเบียนเลขที่ สช 64100170*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 17 กรกฎาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์. 170. สช 64100170 พริกไทยตรัง (ipthailand.go.th)

กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2566). การวิจัยพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน: โมเดลต้นแบบการพัฒนาสมุนไพรเศรษฐกิจ. เผยแพร่โดยสถาบันวิจัยสมุนไพร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. สืบค้นจาก https://www3.dmsc.moph.go.th/post-view/1796.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2568). อุตสาหกรรมพริกไทยเวียดนามในปี 2568 โอกาสและความท้าทายท่ามกลางการลดลงของผลผลิตและการเปลี่ยนแปลงตลาดโลก. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 14 มีนาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.ditp.go.th/post/195944

นภัสวรรณ เลี่ยมนิมิต และรัตนา อุ่นจันทร์. (2567). ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนในพื้นที่อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 41 (3), 204-215. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://li01.tci-thaijo.org/index.php/MJUJN/article/view/255669/179445

พัชนี แพทย์อุดม. (2562). *ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนปลูกพริกไทยแบบอินทรีย์เพื่อการค้าในจังหวัดจันทบุรี*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 8 ตุลาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://scholar.utcc.ac.th/entities/publication/3ee0f39e-1cb3-4ede-8796-4e8df41c12d5

รัตนา อุ่นจันทร์ และคณะ. (2566). การวิเคราะห์ความสามารถของเกษตรกรผู้ผลิตพริกไทยในการปฏิบัติตามมาตรฐานแปลงพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนสู่มาตรฐานแปลงปลอดภัย. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 36 (3), 113-122. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ View of An Analysis of Pepper Growers' Ability to Practice Palian Pepper Plots to Safe Plot Standard (tci-thaijo.org)

ศิริวัฒน์ ทรงธนศักดิ์. (2562). *คู่มือการจัดทำและวิเคราะห์ประมาณการข้อมูลต้นทุนพืช*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. (2566). การยกระดับพริกไทยพันธุ์ปะเหลียนด้วยห่วงโซ่คุณค่าใหม่: Seed to Plate. เสนอในมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2566 (Thailand Research Expo 2023), 7-11 สิงหาคม 2566. สืบค้นจาก https://rdi.rmutsv.ac.th/_info/th/news/ 1099-1692067834-349-150823

สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์. (2548). หลักการตลาดสินค้าเกษตรเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดตรัง. (2566). *พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนพืชทำเงินกว่า 100 ปี สู่สินค้า GI สุดเจ๋ง*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 16 กรกฎาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์. https://www.opsmoac.go.th/trang-article_prov-files-451291791796

สุภาพร อามาตย์. (2566). การจัดการระบบควบคุมคุณภาพการผลิต ต้นทุน และผลตอบแทน ในการผลิตสินค้าหอมแดงศรีสะเกษ ตามมาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI) ของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงในเขตพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10 (1),

1-19. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/265889/177846

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง (2566). *สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) สินค้า "พริกไทยตรัง" เลขที่ สช 64100170 ลงวันที่ 29 ตุลาคม 2563*. ตรัง: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง (2567). *ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สช 64100170 พริกไทยตรัง*. ตรัง: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). *งานราคา ส่วนสารสนเทศปัจจัยการผลิตและราคา ศูนย์สารสนเทศการเกษตร*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 5 พฤษจิกายน 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ http://172.22.0.41/price/

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). *ตารางแสดงรายละเอียดพริกไทย*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 16 กรกฎาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://shorturl.at/1Aae8

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). *สถิติการนำเข้าพริกไทยดำหรือขาย 2566*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 16 กรกฎาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://impexpth.oae.go.th/import

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2567. *สถิติสินค้าเกษตร ปี 2566*. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. เข้าถึงได้จาก https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/jounal/2567/statistic2566.pdf

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2565*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2568). *พริกไทย ราคาดีต่อเนื่อง ตลาดต้องการ สศก. คาด ผลผลิตปี 69 รวม 326 ตัน ให้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 15 ธันวาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://oae.go.th/uploads/files/2025/09/22/b388b76038b9e393.pdf

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2568). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2567*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 4. (2567). *การผลิต การตลาด พุทรานมจังหวัดกาฬสินธุ์*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 6 มกราคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://lib.oae.go.th/elib/cgi-bin/opacexe.exe

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 5. (2566). *การผลิตการตลาดทุเรียนปากช่องเขาใหญ่จังหวัดนครราชสีมา ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 13 ธันวาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://lib.oae.go.th/elib/cgi-bin/opacexe.exe?op=dsp&wa=E331073&bid=17463&bi=0&wb=E331074&qst=%4024571&lang=1&db=Main&pat=GI&cat=gen&skin=s&lpp=20&catop=

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 8. (2566). *การผลิตและการตลาดเงาะโรงเรียนนาสารจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 8 ตุลาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ รายการตัวเล่ม : ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ELIB (oae.go.th)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 11. (2566). *การผลิตและการตลาดทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 8 ตุลาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ รายการตัวเล่ม : ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ELIB

เสาวณีย์ ชัยเพชร และคณะ. (2565). *การจัดการมาตรฐานตลอดกระบวนการผลิตพริกไทย พันธุ์ปะเหลียนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์จังหวัดตรัง*. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 8 ตุลาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ wg9LLGVTNye5mMH0ojf8.pdf (rmutsv.ac.th)

อรวิลัญช์ญา อุไรศรีพงศ์. (2566). การวิเคราะห์โซ่คุณค่าพริกไทยจังหวัดจันทบุรีประเทศไทย. [ออนไลน์]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 11 พฤษจิกายน 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/61910055.pdf

อารยา ข้อค้า. (2560). *สารพฤกษเคมีจากพริกไทยดำและฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา*. *PKRU SciTech Journal*, 1 (2), 28-34. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/pkruscitech/article/view/153065/111604

Abdu Mohammed, 2Adam Bekele and 3Melkamu Bazie. (2017). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตพริกไทยดำในประเทศเอธิโอเปีย: หลักฐานจากระบบการผลิตเชิงพาณิชย์*. International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management (IJRRCEM), 4(4), 364-370. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.paperpublications.org/upload/book/Cost%20Benefit%20Analysis%20of%20Black%20Pepper-1086.pdf

Alkhatib, A., Tsang, C., & Tuohy, K. (2023). *Bioactive Properties, Bioavailability Profiles, and Clinical Evidence of the Potential Benefits of Black Pepper (Piper nigrum) and Red Pepper (Capsicum annum) against Diverse Metabolic Complications. Molecules*, 28(18), 6569. https://doi.org/10.3390/molecules28186569.

Alves, F.S., Cruz, J.N., de Farias Ramos, I.N., do Nascimento Brandão, D.L., Queiroz, R.N., da Silva, G.V., Dolabela, M.F., da Costa, M.L., & Khayat, A.S. (2023). *Evaluation of Antimicrobial Activity and Cytotoxicity Effects of Extracts of Piper nigrum L. and Piperine. Separations*, 10(1), 21. https://doi.org/10.3390/separations10010021.

Babu, Visakh, and Ramchandra. (2023). *An economic analysis of cost of production of black pepper in Wayanad district of Kerala in India. Journal of Experimental Agriculture International*, 45(8), 66–71. https://journaljeai.com/index.php/JEAI/article/view/2157.

BioMed Central. (2013). *Piperine: A review of its biological effects*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2569 เข้าถึงข้อมูลได้จากเว็บไซต์ https://lipidworld.biomedcentral.com/articles/10.1186/1476-511X-12-46

Centre for the Promotion of Imports from developing countries. (2026). *The European market potential for black pepper*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2569 เข้าถึงข้อมูลได้จากเว็บไซต์ https://www.cbi.eu/market-information/spices-herbs/pepper/market-potential

Daniel Workman. (2025). *Top Black Pepper Exports & Imports by Country Plus Average Prices*. World's Top Exports. สืบค้นข้อมูลวันที่ 19 ธันวาคม 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.worldstopexports.com/top-black-pepper-exports-imports-by-country-plus-average-prices/

Díaz-Guerrero, P. (2025). *“Pepper”: Different spices, one name—Analysis of chemical characterization and sensory properties of pepper species*. Molecules, 30(9), 1891. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.mdpi.com/1420-3049/30/9/1891

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (n.d.). *FAOSTAT: Crops and livestock products (QCL) database*. สืบค้นข้อมูลวันที่ 18 ธันวาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL

Future Market Insights. (2025). Black pepper market: Analysis, size, share & forecast (2025 – 2035). Future Market Insights. สืบค้นข้อมูลวันที่ 30 ธันวาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.futuremarketinsights.com/reports/black-pepper-market?utm_source=chatgpt.com

IDH. (2023). *Scaling sustainable production and trade of Vietnamese pepper*. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://idh.org/news/closing-meeting-scaling-sustainable-production-and-trade-of-vietnamese-pepper

iGrain. (2024). *Price of black pepper expected to remain high due to limited supply. iGrain*. สืบค้นข้อมูลวันที่ 19 ธันวาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.igrain.in/posts/price-of-black-pepper-expected-to-remain-high?utm_source=chatgpt.com

IMARC Group. (2025). Black Pepper Market Report by Product Type, Application, Distribution Channel and Region 2025–2033. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.imarcgroup.com/black-pepper-market

IndexBox. (2024). *Piper pepper in Africa: market analysis, trends and forecasts. IndexBox*. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.indexbox.io/blog/piper-pepper-africa-market-overview-2024-3/?utm_source=chatgpt.com

IPC. (2025). *Global Pepper Market Report 2025*. International Pepper Community. สืบค้นจาก https://www.ipcnet.org/

Lay, S., Sen, S., & Houng, P. (2023). *Assessment of bioactive compounds in red peppercorns (Piper nigrum L.) for the development of red peppercorns powder*. *ChemEngineering, 7*(5), 83. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://doi.org/10.3390/chemengineering7050083

Lee, J.-G., Kim, D.-W., Shin, Y., & Kim, Y.-J. (2020). *Comparative study of the bioactive compounds, flavours and minerals present in black pepper before and after removing the outer skin*. LWT, 125, 109356.เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0023643820303455

Market Growth Reports. (2568). *Black and white pepper market size, share, growth, and industry analysis, by type (whole pepper, ground pepper), by application (food seasoning, food processing, retail), regional insights and forecast to 2033* (Report ID: 114455). MarketGrowthReports.com.

National Center for Biotechnology Information. (2010). *Influence of piperine on the pharmacokinetics of drug.* สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2569 เข้าถึงข้อมูลได้จากเว็บไซต์ https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3295238/

NDTV Profit. (2024). *India's black pepper output likely to decline amid climate change. NDTV Profit*. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.ndtvprofit.com/economy/indias-black-pepper-output-likely-to-decline-amid-climate-change-9960303?utm_source=chatgpt.com

Nedspice. (2024). *CSC Pepper Presentation 2024*. Nedspice. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.nedspice.com/app/uploads/2024/11/CSC-pepper-presentation-2024-Nedspice.pdf

O. J. Ayodele, O. C. Ajewole and E. O. Alabi. (2019). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของระบบ การผลิตพริกไทยของเกษตรกรรายย่อย. International Journal of Vegetable Science, 22(3), 1-9. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.researchgate.net/publication/301306496_Cost_and_Benefit_Analysis_of_Smallholder_Pepper_Production_Systems

Rakhmad, H., Darwanto, D. H., Waluyati, L. R., & Mulyo, J. H. (2567). Analyzing key indicators for sustainable pepper farming in West Kalimantan. International Journal of Design & Nature and Ecodynamics, 19(5), 524–533. https://doi.org/10.18280/ijdne.190524

Shandilya, A., Gulia, D., & Arora, S. (2022). Cost competitiveness through value chain analysis: A study about black pepper. In Mor, R. S., Kamble, S. S., & Sangwan, K. S. (Eds.), Operations and Supply Chain Management in the Food Industry. Lecture Notes in Management and Industrial Engineering. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5555-5_4.

Tradologie. (2025). *Top Black Pepper Exports and Imports 2025*. สืบค้นข้อมูลวันที่ 19 ธันวาคม 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.tradologie.com/blogs/top-black-pepper-exports-imports-2025/

Tridge. (2024). Prices of Indonesian black pepper in 2024 has increased due to production challenges. Tridge. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2567. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.tridge.com/stories/prices-of-indonesian-black-pepper-in-2024-has-increased-due-to-production-challenges

Viet Nam National Administration of Tourism. (2025). Vietnam is currently the world's largest exporter of pepper. Vietnam.vn. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://www.vietnam.vn/en/viet-nam-dang-la-quoc-gia-xuat-khau-ho-tieu-lon-nhat-the-gioi?utm_source=chatgpt.com

Vietbao News. (2022). Racing to cut down coffee and pepper trees to plant durian. Vietbao News. สืบค้นข้อมูลวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ https://vietbao.vn/en/dua-nhau-chat-ca-phe-tieu-de-trong-sau-rieng-392808.html

ภาพผนวก

ภาพผนวกที่ 1

ทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) พริกไทยตรัง

ทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

พริกไทยตรัง

Phrikthai Trang หรือ Trang Papper

เลขที่คำขอ/ทะเบียนเลขที่

เลขที่คำขอ 63100262 ทะเบียนเลขที่ สช 64100170

วันที่ยื่นคำขอ/วันที่ขึ้นทะเบียน

วันที่ยื่นคำขอ 29 ตุลาคม 2563 วันที่ขึ้นทะเบียน 29 ตุลาคม 2563

ผู้ขอขึ้นทะเบียน

จังหวัดตรัง ที่อยู่ ศาลากลางจังหวัดตรัง ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง 92000

รายการสินค้า

(1) พริกไทยอ่อน (2) พริกไทยดำแบบเม็ด (3) พริกไทยขาวแบบเม็ด

(4) พริกไทยดำป่น (5) พริกไทยขาวป่น

คุณสมบัติหรือคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า

1) พันธุ์ : พริกไทยสายพันธุ์พื้นเมือง (ปะเหลียน) มี 2 ลักษณะคือ ยอดแดง และยอดม่วง

2) ลักษณะทางกายภาพ

(2.1) พริกไทยอ่อน ผลิตจากผลอ่อนของพริกไทย มีสีเขียวอ่อน เม็ดกลม กลิ่นฉุนน้อยกว่าเม็ดพริกไทยดำ รสชาติเผ็ดร้อน

(2.2) พริกไทยดำแบบเม็ด ผลิตจากพริกไทยที่แก่จัด นำมาตากแดดหรืออบให้เม็ดแห้ง มีลักษณะเป็นเม็ดกลม เปลือกนอกสีน้ำตาลเข้มเกือบดำ ผิวเปลือกมีรอยย่น กลิ่นหอมเย็น มีรสชาติเผ็ดร้อน

(2.3) พริกไทยขาวแบบเม็ด ผลิตจากพริกไทยที่แก่จัด นำมาทำให้เปลือกหลุดออก แล้วนำไปตากแดด หรืออบให้เม็ดแห้ง มีลักษณะเป็นเม็ดกลม สีขาวอมเทา ผิวเรียบ มีรอยเส้นตามยาว กลิ่นหอมเย็น มีรสชาติเผ็ดร้อน

(2.4) พริกไทยดำแบบป่น ผลิตจากพริกไทยดำแบบเม็ด ที่ผ่านกระบวนการปั่นให้มีลักษณะ เป็นผงละเอียด มีสีน้ำตาลเข้มออกดำ รสชาติเผ็ดร้อน กลิ่นหอมฉุน ไม่มีสิ่งเจือปน

(2.5) พริกไทยขาวแบบป่น ผลิตจากพริกไทยขาวแบบเม็ด ที่ผ่านกระบวนการปั้นให้มีลักษณะเป็นผงละเอียด มีสีน้ำตาลอ่อน รสชาติเผ็ดร้อน กลิ่นหอมฉุน ไม่มีสิ่งเจือปน

กระบวนการผลิต

(1) การปลูก

(1) ต้นพันธุ์ต้องเป็นต้นกล้าสายพันธุ์พื้นเมือง (ปะเหลียน) ของจังหวัดตรัง ที่มีแหล่งเพาะปลูกในพื้นที่ จังหวัดตรัง โดยการคัดเลือกดันพันธุ์ที่มีลำต้นกลมสมบูรณ์ มีสีเขียวเข้มถึงสีเขียวอมน้ำตาล และมีใบติดลำต้นโดยคัดจากต้นพันธุ์อายุ 6 - 18 เดือน ที่สมบูรณ์ แข็งแรง ปราศจากโรค และแมลง

(2) เตรียมค้าง (เสา) จากวัสดุต่างๆ เช่น ปูน ไม้ หรืออื่นๆ เป็นต้น โดยหากเป็นค้างปูน ควรมีขนาดหน้า กว้าง 3-4 นิ้ว สูง 2.5 - 4 เมตร ส่วนค้างไม้ควรเป็นไม้เนื้อแข็ง ความสูงตามความเหมาะสม

(3) ควรปลูกในช่วงฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤษภาคม - เดือนตุลาคม

(4) การเตรียมพื้นที่ปลูก ขุดหลุมกว้างและลึกขนาด 15 x 15 เซนติเมตร ระยะปลูกระหว่างต้น 2-3 เมตร ปลูกสลับฟันปลา เพื่อให้แสงส่องถึงทรงพุ่ม หรือตามความเหมาะสมของพื้นที่

(5) ควรนำปุ๋ยคอกคลุกกับดินกันหลุม และนำต้นกล้าลงปลูกในหลุมที่เตรียมไว้ ค้างละ 2 ต้น หลังจากนั้น กลบดินให้พูนโคนสูงกว่าระดับผิวดินเล็กน้อย เพื่อป้องกันน้ำท่วมขังบริเวณโคนต้นพริกไทย ใช้ไม้หลักผูกยึดต้น ป้องกันการโยกคลอนโดยเฉพาะในช่วง 1 ปีแรกของการปลูก หรือในช่วงฤดูฝน

(6) การใส่ปุ๋ย ควรใส่ปุ๋ยเป็นระยะตามพัฒนาการของต้นพริกไทย หรือตามความเหมาะสมของพื้นที่

(7) ควรให้น้ำอย่างสม่ำเสมอ ตามสภาพอากาศ หรือตามความเหมาะสมของพื้นที่

(8) ควรตัดแต่งกิ่งแขนง หรือกิ่งไหลตามบริเวณโคนต้นพริกไทยอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาทรงพุ่ม

(2) การเก็บเกี่ยว และดูแลรักษาหลังเก็บเกี่ยว

ต้นพริกไทย จะเริ่มให้ผลผลิตเมื่ออายุ 2 ปี ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเก็บเกี่ยว คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนเมษายน ของทุกปี

(1) การเก็บพริกไทยอ่อน ควรเก็บเฉพาะช่อผลอ่อน ซึ่งมีสีเขียวอ่อน โดยเก็บทีละช่อ ลงในภาชนะที่เตรียมไว้ เพื่อรอจำหน่าย

(2) การเก็บพริกไทยสด ควรเก็บเฉพาะช่อสีแดงหรือที่แก่จัดอย่างน้อยร้อยละ 10 ของช่อเก็บทีละช่อ อย่างประณีต เก็บลงในถังหรือผ้าใบ เพื่อป้องกันการปนเปื้อน ก่อนแปรรูปเป็นพริกไทยดำแบบเม็ด พริกไทยขาว แบบเม็ด พริกไทยดำแบบปุ่น และพริกไทยขาวแบบปั่น

(3) หลังเก็บผลผลิตแล้ว ควรตัดแต่งกิ่ง ถางหญ้าใต้โคนต้น และควรใส่ปุ๋ยเดือนละ 1 ครั้ง แล้วรดน้ำ ให้มีความชื้นพอเหมาะ

(3) กระบวนการแปรรูป

(1) พริกไทยดำแบบเม็ด นำเม็ดพริกไทยสด ไปตากแดด 2 - 3 ชั่วโมง เพื่อให้ง่ายต่อการเอาเม็ดพริกไทยออกจากช่อ แล้วนำมาล้างให้สะอาด อย่างน้อย 3 ครั้ง คัดแยกเม็ดที่ลอยออก นำไปตากแดดหรืออบให้แห้งจนเปลือกเป็นสีน้ำตาลเข้มเกือบดำ และต้องมีความชื้นไม่เกินร้อยละ 15 จากนั้นนำไปบรรจุในภาชนะที่สะอาด

(2) พริกไทยขาวแบบเม็ด นำเม็ดพริกไทยสด มาทำการเอาเม็ดพริกไทยออกจากช่อ แล้วนำมาแช่น้ำ 3 - 5 วัน หลังจากนั้นทำการขยี้ลอกเปลือกผลออก ล้างให้สะอาด และนำไปตากแดดหรืออบจนเม็ดพริกไทยแห้งจะได้เม็ดกลม เปลือกนอกมีสีขาวอมเทา ผิวเรียบ มีรอยเส้นตามยาว และต้องมีความชื้นไม่เกินร้อยละ 15 จากนั้นนำไปบรรจุในภาชนะที่สะอาด

(3) พริกไทยดำแบบป่น นำเม็ดพริกไทยดำที่แห้งสนิทแล้ว และไม่มีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ มาบดให้ละเอียด และต้องมีความชื้นไม่เกินร้อยละ 10 จากนั้นนำไปเก็บในภาชนะที่สะอาด แห้ง ปิดสนิท ป้องกันความชื้น และสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากภายนอกได้

(4) พริกไทยขาวแบบป่น น้ำเม็ดพริกไทยขาวที่แห้งสนิทแล้ว และไม่มีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ มาปั่นจนละเอียดและต้องมีความชื้นไม่เกินร้อยละ 10 จากนั้นนำไปเก็บในภาชนะที่สะอาด แห้ง ปิดสนิท ป้องกัน ความชื้น สามารถป้องกันการปนเปื้อนจากภายนอกได้

(4) เก็บรักษาเม็ดพริกไทย

การเก็บรักษาเม็ดพริกไทย ต้องผ่านการอบหรือตากให้แห้ง ความชื้นต้องไม่เกินร้อยละ 15 บรรจุใน ถุงพลาสติกแบบหนา 2 ชั้น จัดเก็บไว้ในที่แห้ง สะอาด อากาศถ่ายเทได้สะดวก ไม่ถูกแสงแดด พื้นที่เก็บต้องมีความสูงจากระดับพื้นประมาณ 50 เซนติเมตร

(5) การบรรจุหีบห่อ

(1) รายละเอียดบนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ ให้ประกอบด้วยคำว่า “พริกไทยตรัง หรือ Phrikthai Trang หรือ Trang Pepper"

(2) ให้ระบุชื่อและที่อยู่ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย วันที่ผลิต วันหมดอายุ วิธีเก็บรักษา หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์

ลักษณะภูมิประเทศ จังหวัดตรังอยู่ทางภาคใต้ของไทยเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เลียบฝั่งทะเลอันดามันของมหาสมุทรอินเดีย ตั้งอยู่ที่ละติจูด 7 องศา 31 ลิปดาเหนือ และลองจิจูดที่ 99 องศา 38 ลิปดาตะวันออก มีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 4,941 ตารางกิโลเมตร ลักษณะพื้นที่ของจังหวัดตรังเป็นเนินสูงต่ำสลับด้วยภูเขาใหญ่ เล็กกระจัดกระจายอยู่ทั่วไป พื้นที่ราบเรียบมีจำนวนน้อย ลักษณะเป็นลูกคลื่นลอนลาดเล็กน้อยถึงลูกคลื่นลอนลาด มีความลาดชันร้อยละ 2 - 12 การระบายน้ำดี การไหลบ่าของน้ำบนผิวดินเร็ว การซึมผ่านของน้ำปานกลาง ชุดดินของจังหวัดตรัง คือ กลุ่มชุดดินที่ 53 เป็นดินลึก ดินบนมีเนื้อดินเป็นดินร่วนปนดินเหนียว สีแดง ปฏิกิริยาดิน เป็นกรดจัดถึงกรดปานกลาง ดินล่างมีเนื้อดินเป็นดินเหนียว สีแดง หรือสีแดงปนเหลือง และดินล่างลึกกว่า 80 เซนติเมตรลงไปจะพบลูกรังปะปนกับเศษหินดินดานในเนื้อดิน ปฏิกิริยาดินเป็นกรดจัดมากถึงกรดจัด

สภาพภูมิอากาศ จังหวัดตรังได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ที่พัดพาเอาความชื้นจากทะเล แถบมหาสมุทรอินเดียในช่วงกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม หรือในช่วงฤดูฝน ทำให้จังหวัดตรังมีฝนตก หนาแน่นทั่วไป ปริมาณฝนเฉลี่ยตลอดทั้งปี 2,148.50 มิลลิเมตร อุณหภูมิช่วงกลางวันและกลางคืนไม่ค่อยแตกต่าง กันมากนัก อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปีอยู่ที่ 27.1 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ย้อนหลังปี 2560 - 2562 เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 81.16พริกไทยเป็นพืชเขตกึ่งร้อน สามารถขึ้นได้ดีในภูมิอากาศแถบร้อนที่มีอุณหภูมิค่อนข้างร้อนและมีความ ชื้นสูง อุณหภูมิที่เจริญเติบโตได้ดีอยู่ระหว่าง 25 - 40 องศาเซลเซียส และความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 65 - 95 พริกไทยต้องการปริมาณน้ำมากและสม่ำเสมอ พื้นที่ปลูกจึงควรมีปริมาณน้ำฝนที่มีการกระจายตัวตลอดปี โดยเฉพาะฤดูแล้งต้องมีน้ำเพียงพอ ปริมาณน้ำฝนที่เหมาะสม โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1,200 - 2,500 มิลลิเมตร และด้วย สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศดังกล่าวของจังหวัดตรัง ซึ่งเหมาะสมกับการปลูกพริกไทย ทำให้พริกไทยตรัง มีรสชาติเผ็ดร้อน มีกลิ่นหอม มีเอกลักษณ์แตกต่างจากพื้นที่อื่น จึงเป็นที่นิยมในการนำไปเป็นส่วนผสมในอาหาร ต่างๆ

ประวัติความเป็นมา

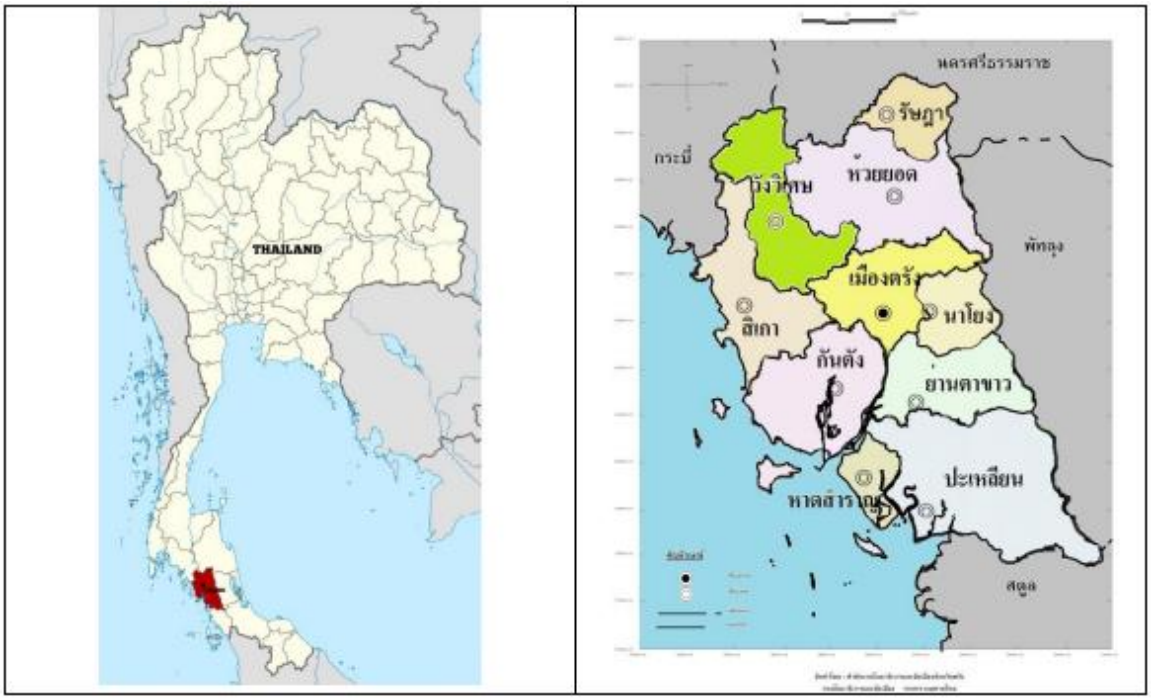
เมื่อ พ.ศ. 2433 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เสด็จฯ ประพาสเมืองตรัง พบว่า สภาพของเมืองตรังสมัยนั้นมีคนจีนไปตั้งรกรากทำสวนพริกไทยกันมาก โดยส่งพริกไทยไปขายที่เมืองปีนัง และเริ่มทำเหมืองแร่ที่บ้านท่าปราง สำหรับข้าวไม่ใคร่ชอบทำนา มักซื้อข้าวจากปีนังมาบริโภค และจากบันทึกของพระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ได้ถวายรายงานพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ตั้งแต่ ร.ศ. 107 - 110 ได้กล่าวถึงสินค้าสำคัญของเมืองตรัง คือ พริกไทยและดีบุก ด้วยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้พัฒนาการทำเหมืองดีบุกและได้อุดหนุนการทำไร่พริกไทย ทำให้พริกไทยกลายเป็นสินค้า

ที่สำคัญจากเมืองตรังและเมืองปะเหลียนที่ส่งไปจำหน่ายยังเมืองปีนัง เป็นที่รู้จักในนาม “พริกไทยตรัง” หรือ “Trang Pepper” และเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในตลาดยุโรป ราว ร.ศ. 116 พริกไทยเริ่มราคาตกต่ำ ทางเมืองปีนัง ไม่รับซื้อ พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี จึงส่งเสริมให้ปลูกพืชชนิดอื่นทดแทนการปลูกพริกไทย ได้แก่ มะพร้าว หมาก จันทน์เทศ และยางพารา ซึ่งได้นำพันธุ์มาจากแหลมมลายู ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่หันไปปลูกยางพารามากขึ้น จนกลายเป็นสินค้าที่สำคัญของจังหวัดตรัง และภาคใต้ในเวลาต่อมา

ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2445 สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ เสด็จตรวจราชการ เมืองตรัง ในวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2445 (จดหมายเหตุประพาสหัวเมืองปักษ์ใต้ ร.ศ. 128) มีกล่าวถึงพริกไทย ว่าพื้นที่นาตาล่วงและทับเที่ยงยังมีพริกไทยอยู่ จึงแสดงให้เห็นว่าพริกไทยตรังยังคงมีการเพาะปลูกในพื้นที่ตำบล ทับเที่ยงอยู่ ซึ่งลักษณะของพริกไทยตรังสายพันธุ์ดั้งเดิมนี้ก็ยังคงพบว่ากระจายอยู่ทั่วไปตามบ้านเก่าแก่โบราณ หรือ ที่ลูกหลานยังคงดูแลอยู่ ส่วนในพื้นที่อำเภอปะเหลียนยังคงมีการส่งเสริมการปลูกพริกไทย โดยมีการเรียกชื่อตามชื่ออำเภอว่า “พริกไทยพันธุ์ปะเหลียน” เพื่อให้พันธุ์ของพริกไทยตรังพันธุ์พื้นเมือง (ปะเหลียน) ไม่สูญหาย และขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้น ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลสุโสะ ได้ร่วมกับเกษตรกร ในตำบลสุโสะ ได้จัดทำแปลงขยายพันธุ์พริกไทยพันธุ์พื้นเมือง (ปะเหลียน) ขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ปลูกเป็นไม้ประดับ และพืชสวนครัวรวมถึงเพื่อการค้า “พริกไทยตรัง” ในปัจจุบันมีการปลูกกระจายทั่วไปทั้งจังหวัด ด้วยกลิ่น และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ คือ รสชาติเผ็ดร้อนและกลิ่นหอมกว่าพริกไทยทั่วไป ทำให้พริกไทยตรังเป็นที่นิยม ในการนำไปเป็นส่วนผสมในอาหารต่างๆ เพื่อให้รสชาติอาหารดียิ่งขึ้น

ขอบเขตที่ตั้งแหล่งภูมิศาสตร์

ขอบเขตพื้นที่การปลูกและแปรรูป พริกไทยตรัง ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดตรัง รายละเอียด (ดังแสดงในภาพที่ 3.1)



แผนที่แสดงภูมิศาสตร์พริกไทยตรัง

ที่มา: กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2564

การพิสูจน์แหล่งกำเนิด

(1) พริกไทยตรัง ต้องปลูกและแปรรูปในเขตพื้นที่ที่กำหนด และตามกระบวนการผลิตข้างต้น

(2) กระบวนการผลิตจะต้องผ่านการควบคุมตรวจสอบ คือ มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิต และ ประกอบการค้า พริกไทยตรัง รวมทั้งต้องมีเอกสารกำกับเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับได้

เงื่อนไขที่นายทะเบียนกำหนดตามมาตรา 15

(1) จัดให้มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิต และผู้ประกอบการค้า ที่ประสงค์จะขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พริกไทยตรัง

(2) ผู้ขอขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิต และผู้ประกอบการค้า จะต้องปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พริกไทยตรัง และดำเนินการตามแผนการควบคุมตรวจสอบทั้งกระบวนการ ผลิตในระดับผู้ผลิตและระดับจังหวัด

ภาพผนวกที่ 2

ภาพประกอบ

ภาพสวนพริกไทยในพื้นที่จังหวัดตรัง











ภาพผลสดพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน จังหวัดตรัง







ภาพผลิตภัณฑ์จากพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน จังหวัดตรัง













ประวัติผู้จัดทำเอกสารวิจัย

นางสาววันวิสาข์ พานิช
ตำแหน่ง เศรษฐกรปฏิบัติการ
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 9
เบอร์โทรติดต่อ 0-7431-1589


สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร