

การผลิตและการตลาดน้ำผึ้งในจังหวัดขอนแก่น Production and Marketing of Honey in Khon Kaen Province

ธีรศรา ภูสีเขียว¹ จรรย์ ไทยานนที² และเพียรศักดิ์ ภักดี²

Therisara Phosrikuai¹, Charun Dayananda² and Piansak Pakdee²

Abstract

This research was aimed at studying cost, revenue and profit, marketing channel, marketing margins, problems and recommendations. The production and marketing data used in this study were purposively selected from beekeepers, wholesalers and retailers by using questionnaire. The results of cost revenue and profit from honey showed that the beekeeper's price or revenue was 113.00 baht per kilogram. The total cost of honey was 28.83 baht per kilogram, comprising total variable cost of 26.40 baht per kilogram and total fixed cost of 2.43 baht per kilogram. For the profit from honey was 84.17 baht per kilogram. There were 3 marketing channels of the honey. The most important channel of honey started from beekeepers → wholesalers → retailers → consumers. Marketing efficiency was measured by marketing margins, consisting of marketing costs and merchant's profit (commissions). The marketing margins of honey was 37.00 baht per kilogram or 24.67% of the retail or consumer price, comprising the marketing cost of 15.55 baht per kilogram or 10.37% of the retail or consumer price and merchant's profit of 21.45 baht per kilogram or 14.30% of the retail or consumer price. Production problems were divided into 4 main problems. Firstly, Beekeepers had no experience in taking care the bees because of their lack of knowledge and understanding. Secondary, costs of taking care the bees were very high and equipments were very expensive. Thirdly, There were not enough natural food for the bees. Finally, Beekeepers did not transform honey to multipurpose. Recommendations, the beekeepers could develop the second career, beekeeping, to be main occupation if they were able to plan production and to control production cost.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาถึงต้นทุน รายได้ และกำไร, วิธีการตลาด, ส่วนเหลืออมการตลาด, ปัญหา และข้อเสนอแนะ ข้อมูลทางการผลิตและทางการตลาดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกโดยวิธีเฉพาะเจาะจงจากผู้เลี้ยงผึ้ง, พ่อค้าขายส่ง, พ่อค้าขายปลีก โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาต้นทุน รายได้ และกำไร จากน้ำผึ้ง

¹ กรรมการผู้จัดการ บริษัททาร์นอย อินเทอร์เน็ตซันแนล จำกัด อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002

ปรากฏว่า ราคาหรือรายได้ที่ผู้เลี้ยงผึ้งได้รับมีค่าเท่ากับ 113.00 บาทต่อกิโลกรัม ต้นทุนทั้งหมดของน้ำผึ้งมีค่าเท่ากับ 28.83 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนผันแปรเท่ากับ 26.40 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนคงที่ทั้งหมดเท่ากับ 2.43 บาทต่อกิโลกรัม ดังนั้นกำไรจากน้ำผึ้งมีค่าเท่ากับ 84.17 บาทต่อกิโลกรัม วิธีการตลาดมีช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ช่องทาง ช่องทางที่สำคัญที่สุดของน้ำผึ้งเริ่มต้นจาก ผู้เลี้ยงผึ้ง → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค ประสิทธิภาพการตลาดนั้นวัดด้วยส่วนเลื่อมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดและผลกำไรของพ่อค้า ส่วนเลื่อมการตลาดของน้ำผึ้งมีค่าเท่ากับ 37.00 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 24.67 ของราคาขายปลีก หรือราคาของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดเท่ากับ 15.55 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 10.37 ของราคาขายปลีกหรือราคาของผู้บริโภค และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 21.45 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 14.30 ของราคาขายปลีกหรือราคาของผู้บริโภค การผลิตมี 4 ปัญหาที่สำคัญคือ (1) ผู้เลี้ยงผึ้งไม่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงผึ้ง เพราะว่าขาดความรู้และความเข้าใจในการเลี้ยงผึ้ง (2) ต้นทุนในการเลี้ยงผึ้งสูงมากและราคาเครื่องมือเลี้ยงผึ้งก็แพง (3) ไม่มีอาหารธรรมชาติเพียงพอสำหรับการเลี้ยงผึ้ง (4) ผู้เลี้ยงผึ้งไม่มีการแปรรูปน้ำผึ้งใช้ได้หลายอย่าง ข้อเสนอแนะผู้เลี้ยงผึ้งจะต้องพัฒนาการเลี้ยงผึ้งที่เป็นอาชีพรอกให้กลายเป็นอาชีพหลัก ถ้าผู้เลี้ยงผึ้งสามารถวางแผนการผลิตและควบคุมต้นทุนการผลิตได้

บทนำ

น้ำผึ้งเป็นอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรตที่ทรงคุณค่าและยังเสริมสร้างพลังงานให้แก่ร่างกาย น้ำผึ้งนี้สามารถบริโภคได้ทุกเพศทุกวัยตั้งแต่เด็กเล็กจนถึงผู้ชรา เพราะในน้ำผึ้งจะประกอบไปด้วย น้ำตาล และแร่ธาตุต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เกสรดอกไม้จัดเป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนผสมยาไทยและยาจีนโบราณ ซึ่งปัจจุบันนิยมใช้น้ำผึ้งมาผสมในการปรุงยา นอกจากนี้ น้ำผึ้งสามารถที่จะช่วยผู้ที่เป็นแผลที่เกิดจากไฟไหม้ น้ำร้อนลวก แผลเรื้อรัง หรือแผลมีเชื้อรา โดยการใช้ทา ซึ่งจะทำให้แผลหายได้เร็วขึ้น เพราะในน้ำผึ้งมีส่วนผสมของสารอินฮิบิเตอร์ (Inhibitor) ซึ่งช่วยยับยั้งและทำลายเชื้อโรคอยู่ด้วย สำหรับผู้ที่มีอาการหลอดลมอักเสบถ้าใช้น้ำผึ้งที่ตกผลึกดื่มจะทำให้อาการอักเสบนั้นหายได้ในเวลารวดเร็ว และในเวลาที่มีอาการอ่อนเพลีย ถ้าได้ดื่มน้ำผึ้งจะทำให้สดชื่นขึ้นมาทันที เพราะในน้ำผึ้งประกอบด้วยน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวจำนวนมากมาย ซึ่งสามารถซึมเข้าสู่กระแสโลหิตได้ทันที โดยที่ไม่ต้องผ่านระบบการย่อยเสียก่อนเหมือนอาหารชนิดอื่น ๆ ผู้ที่มีอาการเมาค้าง ปวดศีรษะ ถ้าดื่มน้ำผึ้งลงไปก็จะทำให้อาการเมาค้างและปวดศีรษะหายไปได้ รวมทั้งกลิ่นเหม็นที่คลอเคลืออยู่ก็จะหายไปได้อย่างไม่น่าเชื่อ

จากนโยบายของหลายรัฐบาลที่ผ่านมาได้พยายามพัฒนารูปแบบการทำเกษตรแบบผสมผสาน เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของเกษตรกร จากเดิมที่มีกิจกรรมเพียงอย่างเดียว เช่น ทำนาหรือทำไร่เพียงอย่างเดียว ตลอดฤดูการเพาะปลูก ซึ่งทำให้เกษตรกรต้องประสบกับปัญหาความยากจน ไม่พอกอยู่พอกิน เมื่อแนวทางการพัฒนาการเกษตรแบบผสมผสานได้ขยายตัวมากขึ้นส่งผลให้เกษตรกรสามารถทำกิจกรรมการเกษตรได้มากกว่าหนึ่งอย่างในหนึ่งฤดูการผลิต เช่น ทำนาและปลูกล้วย เป็นต้น ทำให้แรงงานในภาคการเกษตรมีงานทำตลอดทั้งปี ไม่มีการเคลื่อนย้ายสู่ภาคอุตสาหกรรม หรือบริการลดปัญหาเศรษฐกิจและสังคมอย่างได้ผล เกษตรกรเองมีรายได้ตลอดทั้งปี การเลี้ยงผึ้งก็เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ทำเพื่อกิจกรรมเสริมนอกฤดูการผลิต คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตระหนักถึงความสำคัญของการเลี้ยงผึ้ง จึงได้มีกิจกรรมการเลี้ยงผึ้ง และเปิดสอนสาขาวิชาการเลี้ยงผึ้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 โดยในระยะแรกได้รับการสนับสนุนเรื่องผึ้งพันธุ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการเลี้ยงผึ้งจากประเทศนิวซีแลนด์ (ยงยุทธ ไวกุล, 2545) ต่อมากรมส่งเสริมการเกษตรได้เริ่มทำการส่งเสริมตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 และจัดตั้งศูนย์

อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้งที่ 3 จังหวัดขอนแก่น รับผิดชอบภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด 7 กิจกรรม ได้แก่ 1) ฝึกอบรมการเลี้ยงผึ้งพันธุ์ 2) การรณรงค์การใช้ผึ้งเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร 3) ส่งเสริมการเลี้ยงผึ้ง 4) ป้องกันและกำจัดโรคและศัตรูผึ้ง 5) ผลิตและขยายจำนวนผึ้งแม่รัง 6) ส่งเสริมการใช้ผึ้งเพิ่มผลผลิตพืช และ 7) รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์จากผึ้ง (ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้งที่ 3 จังหวัดขอนแก่น, 2539)

ปัจจุบันมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากผึ้งภายในประเทศมีประมาณการกว่า 1,000 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.4 ของตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพทั้งหมด โดยผู้บริโภคมีปริมาณความต้องการน้ำผึ้งไม่ต่ำกว่า 600,000 กิโลกรัมต่อปี ส่วนผลผลิตอื่นนอกเหนือจากน้ำผึ้งได้แก่ ขี้ผึ้ง (beeswax) เกสรดอกไม้ (pollen) รอยัล เยลลี่ (royal jelly) และ พร็อพโพลิส (propolis) ที่มีการจำหน่ายทั้งในและนอกประเทศ โดยมีทั้งผ่านกระบวนการแปรรูปและสด แล้วแต่ความต้องการบริโภคของผู้บริโภค จากความเข้าใจ และให้ความสำคัญในการบริโภคผลิตภัณฑ์จากผึ้งเพื่อสุขภาพ ทำให้น้ำผึ้งและผลิตภัณฑ์จากผึ้งมีปริมาณความต้องการมากขึ้น จากปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์จากผึ้งดังกล่าว ทำให้มีประชาชนประกอบอาชีพเลี้ยงผึ้งเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นอาชีพที่มีผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน เฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปี 2543 มีผู้เลี้ยงผึ้ง 802 ราย ในจังหวัดขอนแก่นพบว่ามีเกษตรกรประกอบธุรกิจการเลี้ยงผึ้ง จำนวน 179 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 22.31 ของเกษตรกรทั้งหมดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมีผลผลิตน้ำผึ้งในปี 2543 จำนวน 12,000 กิโลกรัม หรือคิดเป็นร้อยละ 14.58 ของผลผลิตน้ำผึ้งทั้งหมดที่ผลิตได้ในผลิตภัณฑ์จากผึ้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนมากเกษตรกรเน้นที่การ

เก็บผลผลิตน้ำผึ้งเป็นหลัก ซึ่งมีตลาดท้องถิ่นรองรับ (ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้งที่ 3 จังหวัดขอนแก่น, 2543) เพื่อเป็นการส่งเสริมการทำธุรกิจการเลี้ยงผึ้งเพื่อให้แพร่หลาย วิธีและขั้นตอนในการผลิตน้ำผึ้งถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยให้ผลผลิตมากขึ้น นอกจากนี้ในเรื่องของต้นทุนการผลิตก็เป็นเรื่องสำคัญที่เกษตรกรต้องควบคุมดูแลไม่ให้สูงเกินไป เพราะมีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนที่ครัวเรือนจะได้รับ ในด้านการตลาดครัวเรือนผู้เลี้ยงผึ้งยังไม่มีประสบการณ์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผึ้ง ดังนั้นการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อการเลี้ยงผึ้งจะทำให้ประสิทธิภาพของการตลาดสูงขึ้น แต่ยังมีปัญหาในด้านการบริหารและการจัดการศึกษา ธุรกิจการเลี้ยงผึ้งของกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมในโครงการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงผึ้งอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งอยู่ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐบาล คือ ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้งที่ 3 จังหวัดขอนแก่น และหน่วยงานเอกชน คือ องค์กรนานาชาติแผนเพื่อพัฒนาประเทศไทย (Foster parents plan international) ให้มีความชัดเจนในเรื่องต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้านี้ได้เก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงผึ้ง พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าขายปลีก เพื่อทำการศึกษาด้านต้นทุนการผลิต รายได้ และกำไร และระบบการตลาด ช่องทางการตลาด ส่วนเหลือการตลาด ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลี้ยงผึ้งเพื่อให้ได้น้ำผึ้งนั้นมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต รายได้ และกำไร

กำไรต่อกิโลกรัม	=	รายได้หรือราคาน้ำผึ้งต่อกิโลกรัม - ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม
ต้นทุนทั้งหมด	=	ต้นทุนผันแปรทั้งหมด + ต้นทุนคงที่ทั้งหมด
ต้นทุนผันแปรทั้งหมด	=	ค่าแรงงาน + ค่าพันธุ์ผึ้งนางพญา + ค่าผึ้งงาน + ค่ากักตักและสารเคมี + ค่าขนส่ง + ค่าอาหารเทียมและน้ำตาล + ค่าวัสดุอุปกรณ์ + ค่าเสียโอกาส

ต้นทุนคงที่ทั้งหมด	=	ค่าเช่าสถานที่ + ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์
การวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาด		
ส่วนเหลือการตลาด	=	ราคาของผู้บริโภคจ่าย-ราคาของผู้เลี้ยงผึ้งได้รับ
	=	$P_r - P_f$
หรือ	=	$M_c + C_m$
P_r	=	ราคาของผู้บริโภคจ่าย (บาทต่อกิโลกรัม)
P_f	=	ราคาของผู้เลี้ยงผึ้งได้รับ (บาทต่อกิโลกรัม)
M_c	=	ต้นทุนการตลาด (บาทต่อกิโลกรัม)
C_m	=	กำไรของพ่อค้า (บาทต่อกิโลกรัม)
ต้นทุนการตลาด (M_c)	=	ค่าแรงงาน + ค่าน้ำมัน + ค่าเสียโอกาส + ค่าเช่าสถานที่
กำไรของพ่อค้า (C_m)	=	กำไรของพ่อค้าขายส่ง + กำไรของพ่อค้าขายปลีก

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ต้นทุน รายได้ และกำไรปรากฏว่าผู้เลี้ยงผึ้งได้รับราคาหรือรายได้ต่อกิโลกรัมเท่ากับ 113.00 บาท ต้นทุนทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 28.83 บาท

ต่อกิโลกรัม ดังนั้นกำไรมีค่าเท่ากับ 84.17 บาทต่อกิโลกรัม แต่ในเวลา 1 ปีได้น้ำผึ้ง 694.23 กิโลกรัม ดังนั้นกำไรทั้งหมดใน 1 ปีมีค่าเท่ากับ $694.23 \times 84.17 = 58,433.34$ บาท จึงเห็นได้ว่าเป็นรายได้ที่สูงมากสำหรับผู้เลี้ยงผึ้ง (Table 1)

Table 1 Cost, revenue and profit of honey in Changwat Khon Kaen

Item	Baht/kg		
	Cash	Non-cash	Total
Price or revenue	-	-	113.00
Total variable cost	17.21	9.19	26.40
Labor cost	-	8.88	8.88
Queen cost	0.29	-	0.29
Workers cost	2.17	-	2.17
Bee trap and chemical	0.18	-	0.48
Transportation cost	2.67	-	0.26
Artificial food and sugar	1.72	-	1.72
Equipment and material	9.88	-	9.88
Opportunity cost	-	0.31	0.31
Total fixed cost	-	2.43	2.43
Rent the place	-	0.46	
Equipment depreciation	-	1.97	
Total cost	17.21	11.62	28.83
Profit	-	-	84.17
Yield (kg)			694.23
Profit			58,433.34

ผลการวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาด

วิธีการตลาดน้ำผึ้งเป็นการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้เลี้ยงผึ้งโดยผ่านพ่อค้าคนกลางต่าง ๆ

จนถึงมือผู้บริโภค ซึ่งผลของการศึกษาปรากฏว่าวิธีการตลาดของน้ำผึ้งแสดงไว้ในFig.1

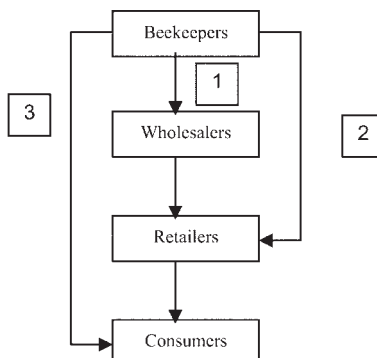


Fig. 1 Marketing channel of honey

ซึ่งสามารถนำมาแสดงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3 ช่องทาง คือ

ช่องทางที่ 1 ผู้เลี้ยงผึ้ง → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค

ช่องทางที่ 2 ผู้เลี้ยงผึ้ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค

ช่องทางที่ 3 ผู้เลี้ยงผึ้ง → ผู้บริโภค

การวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดใช้ช่องทางที่ 1 ในการคำนวณเพราะมีปริมาณการซื้อขายน้ำผึ้งมากที่สุดและสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถเขียนเป็นช่องทางการตลาดได้ดังนี้



Fig. 2 Marketing channel of honey for calculating marketing margins

ส่วนเหลือการตลาดประกอบด้วยต้นทุนการตลาดและกำไรของพ่อค้า ต้นทุนการตลาดของพ่อค้าขายส่งมีค่าเท่ากับ 7.06 บาทต่อกิโลกรัม และของพ่อค้าขายปลีกมีค่าเท่ากับ 8.49 บาทต่อกิโลกรัม ดังนั้นต้นทุนการตลาดทั้งหมดเท่ากับ 15.55 บาทต่อกิโลกรัม (Table 2) ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน ค่าน้ำมัน ค่าเสีย

โอกาส และค่าเช่าสถานที่เท่ากับ 1.67, 7.34, 0.71 และ 5.83 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ส่วนเหลือการตลาดมีค่าเท่ากับ $(P - P_f) = 150.00 - 113.00 = 37.00$ บาทต่อกิโลกรัม ดังนั้นกำไรของพ่อค้ามีค่าเท่ากับ 21.45 บาทต่อกิโลกรัม (Table 3)

Table 2 Honey marketing cost per kilogram of wholesalers and retailers

Cost components	Baht/kg		
	Wholesalers	Retailers	Total
Labor cost	1.67	-	1.67
Gasoline cost	3.34	4.00	7.34
Opportunity cost	0.38	0.33	0.71
Rent the place	1.67	4.16	5.83
Total	7.06	8.49	15.55

Table 3 Farm-retail price spreads and the break-down components of the marketing margins of honey

Item	Variable	Baht/kg
1. Retail or consumer price	P_r	150.00
2. Marketing cost	M_c	5.55
Labor cost		1.67
Gasoline cost		7.34
Opportunity cost		0.71
Rent the place		5.83
3. Commission (Merchant's profit)	C_m	21.45
4. Beekeeper's price		113.00
5. Farm – retail price spread (Marketing margins)	$P_r - P_f$	37.00

เมื่อพิจารณาต้นทุนการตลาดและกำไรของพ่อค้าเป็นร้อยละของส่วนเหลือการตลาดปรากฏว่า ส่วนเหลือการตลาดมีค่าเท่ากับ 37.00 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 100 ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดเท่ากับ

15.55 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 42.03 ของส่วนเหลือการตลาดและกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 21.45 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 57.97 ของส่วนเหลือการตลาด (Table 4)

Table 4 Selling price and marketing margin for honey

Agencies	Selling price Baht	Marketing margins			% of Total	
		Marketing cost	Commission	Total	Commission	Marketing margins
Beekeepers	113	-	-	-	-	-
Wholesalers	125	7.06	4.94	12.00	23.03	32.43
Retailers	150	8.49	16.51	25.00	76.97	67.57
Total		15.55	21.46	27.00	100.00	100.00
Percentage		42.03	57.97	100.00		

ส่วนการพิจารณาต้นทุนการตลาดและกำไรของพ่อค้าในรูปของร้อยละของราคาขายปลีกหรือราคาของผู้บริโภคปรากฏว่า ราคาของผู้บริโภคของผู้บริโภคมีค่าเท่ากับ 150 บาท หรือร้อยละ 100 เกษตรกรจะได้ราคาเท่ากับ 113.00 บาท หรือร้อยละ 75.33 ของราคาขายปลีก หรือราคาของผู้บริโภค ส่วนเหลือการตลาดจึงมีค่าเท่ากับ 37.00 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ

24.67 ของราคาขายปลีกหรือราคาของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดเท่ากับ 15.55 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 10.37 ของราคาขายปลีกหรือราคาของผู้บริโภค และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 21.45 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 14.30 ของราคาขายปลีกหรือราคาของผู้บริโภค (Table 5)

Table 5 Farmer’s prices and marketing margins as the percentage shares of retail or consumer price in honey marketing

Item	Honey	
	Baht/kg	Share of consumer price (%)
Farmer’s share	113.00	75.33
Marketing margins	37.00	24.67
Marketing costs	15.55	10.37
Commissions (Merchant’s profit)	<u>21.45</u>	<u>14.30</u>
Retail or consumer price	150.00	100.00

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงต้นทุนรายได้ และกำไร วิธีการตลาด ส่วนเหลือการตลาด ปัญหาและข้อเสนอแนะ ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้เลี้ยงผึ้งสามารถขายน้ำผึ้งได้ราคา 113.00 บาทต่อกิโลกรัม แต่เสียต้นทุนทั้งหมดเท่ากับ 28.83 บาทต่อกิโลกรัม ดังนั้นจึงได้กำไรเท่ากับ 84.17 บาทต่อกิโลกรัม วิธีการตลาดของน้ำผึ้งมี 3 ช่องทางในการจัดจำหน่าย แต่ช่องทางที่สำคัญที่สุดและนำมาคิดส่วนเหลือการตลาดนั้น เริ่มต้นจาก ผู้เลี้ยงผึ้ง → พ่อค้าขายส่ง → พ่อค้าขายปลีก → ผู้บริโภค ผลการศึกษาปรากฏว่า ส่วนเหลือการตลาดของน้ำผึ้งเท่ากับ 37.00 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 24.67 ของราคาขายปลีก หรือราคาของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการตลาดเท่ากับ 15.55 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 10.37 ของราคาขายปลีก หรือราคาของผู้บริโภค และกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 21.45 บาทต่อกิโลกรัม หรือร้อยละ 14.30 ของราคาขายปลีก หรือราคาของผู้บริโภค ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตที่สำคัญๆ มี 4 ข้อคือ (1) ผู้เลี้ยงผึ้งไม่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงผึ้ง เนื่องจากขาดความรู้และความเข้าใจ (2) ต้นทุนในการเลี้ยงผึ้งสูงมากและเครื่องมือที่ใช้เลี้ยงผึ้งก็มีราคาแพง (3) ไม่มีอาหารธรรมชาติเพียงพอสำหรับผึ้ง (4) ผู้เลี้ยงผึ้งยังไม่สามารถแปรรูปน้ำผึ้งให้ใช้ได้หลายอย่าง ข้อเสนอ

แนะจากการพิจารณาเห็นว่าผู้เลี้ยงผึ้งมีกำไรจากการขายน้ำผึ้งเท่ากับ 58,433.34 บาทต่อปี ซึ่งนับว่าสูงมาก ดังนั้นผู้เลี้ยงผึ้งควรเปลี่ยนอาชีพการเลี้ยงที่เป็นอาชีพรองให้มาเป็นอาชีพหลักแทนการทำฟาร์มได้

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร. 2541. การศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพของน้ำผึ้ง. วารสารกสิกรรมและสัตววิทยา, 21(1) : 30-40.

จรัญ ไทยานนท์. 2542. สถิติสำหรับเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ. ขอนแก่น : ขอนแก่นการพิมพ์.

ไชยา อัยสูงเนิน. 2531. การเลี้ยงผึ้ง กรุงเทพฯ : โครงการหนังสือเกษตรเพื่อชุมชน.

ยงยุทธ ไคกุล พรธรรณา ไคกุล และสดุดี วรรณพัฒน์. 2531. การศึกษาการเลี้ยงผึ้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย. องค์การบริหารวิเทศกิจแห่งสหรัฐอเมริกา (USAID) และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ยงยุทธ ไคกุล และยนต์ สุตะภักดี. 2539. การศึกษาการให้อาหารผึ้งเพื่อลดต้นทุนการเลี้ยงผึ้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. รายงานการวิจัย. ภาควิชากีฏวิทยา คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ยงยุทธ ไวกุล. 2545. สัมภาษณ์. (10 มีนาคม 2545). ผู้ช่วยศาสตราจารย์. ภาควิชาสถิติวิทยา คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์พืชที่ 3. 2538. การปฏิบัติงาน ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์พืชที่ 3 จังหวัดขอนแก่น. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์พืชที่ 3. 2539. การปฏิบัติงานศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์พืชที่ 3 จังหวัดขอนแก่น. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์พืชที่ 3. 2543. การปฏิบัติงาน ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์พืชที่ 3 จังหวัดขอนแก่น. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สมนึก บุญเกิด ธนาธิง เสือสุวรรณศรี. 2544. พื้ง (แมลงที่มีแต่ให้...). คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ : มติชน.
- สิริวัฒน์ วงษ์สิริ. 2528. พื้งและน้ำพื้ง. กรุงเทพฯ : องค์การคำครูสภา.