



# การศึกษาโซ่อุปทานสุกร

## The Study of Swine Supply Chain



สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร  
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร  
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์  
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 119  
พฤศจิกายน 2562

BUREAU OF AGRICULTURAL ECONOMIC RESEARCH  
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS  
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES  
AGRICULTURAL ECONOMIC RESEARCH NO. 119  
NOVEMBER 2019

# การศึกษาโซ่อาหารสุกร

โดย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



**บทคัดย่อ**

การศึกษาโซ่อุปทานสุกร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร และต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด ส่วนเหลือการตลาด ธุรกิจสุกรตลอดโซ่อุปทาน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแนวทาง มาตรการ ตลาดจนวางแผน ให้แก่หน่วยงานภาครัฐในการบริหารจัดการการตลาดสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทานของสินค้าสุกรโดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร และผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจสุกร ในจังหวัดราชบุรี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ลพบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมาและนครศรีธรรมราชระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่สุกรมีชีวิตราคาตกต่ำ และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า การเลี้ยงสุกรประกันราคามีต้นทุนการผลิตสูงสุด เนื่องจากต้องซื้อปัจจัยการผลิตจากบริษัทคู่สัญญา รองลงมาคือ การเลี้ยงสุกรอิสระ การเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง และการเลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นต้นทุนค่าอาหาร การเลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุนให้ผลตอบแทนสูงสุด รองลงมา คือ การเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง ประกันราคา และอิสระสุกรขุน

ด้านวิธีการตลาด การเลี้ยงสุกรอิสระส่วนใหญ่จะจำหน่ายไปยังผู้ค้าสุกรชำแหละ ในขณะที่การเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาจะจำหน่ายไปยังบริษัทคู่สัญญาทั้งหมด ด้านส่วนเหลือการตลาดและต้นทุนการตลาด พบว่า กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต มีส่วนเหลือการตลาดตัวละ 2,296.05 บาท และต้นทุนการตลาด ตัวละ 1,668.94 บาท กรณีผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง มีส่วนเหลือการตลาด ตัวละ 2,128.20 บาท และต้นทุนการตลาด ตัวละ 1,564.10 บาท กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง มีส่วนเหลือการตลาดตัวละ 2,096.05 บาทและต้นทุนการตลาด และ 1,564.10 บาท โดยผู้เลี้ยงสุกรอิสระจะได้ผลตอบแทนสูงสุดในกรณีที่ทำกรจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง สำหรับต้นทุนโลจิสติกส์ตลอดโซ่อุปทานในมิติด้านต้นทุน พบว่า การฆ่าสุกรมีชีวิตเป็นกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีต้นทุนสูงที่สุด รองลง คือ กิจกรรมการจำหน่ายสุกรชำแหละ และในมิติด้านเวลา พบว่า การจำหน่ายสุกรชำแหละเป็นกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ใช้เวลามากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์เพื่อทำธุรกิจครบวงจรรวมทั้งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาและการบริหารจัดการเกี่ยวกับโรงเรือนสุกร อาหารสุกร และโรงฆ่าสุกรตลอดจนพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับเกษตรกร

คำสำคัญ: สุกร ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ส่วนเหลือการตลาด โซ่อุปทาน



## Abstract

The study of swine supply chain aims to study production cost of swine product and to study marketing cost, marketing channel, marketing margin of swine farmers and entrepreneurs. The samples were collected from swine farmers, and swine entrepreneurs in 7 province, namely Ratcha Buri, Chon Buri, Chachoengsao, Lop Buri, Chiang Mai, Nakhon Ratchasima, and Nakhon Si Thammarat. The timeline of data collecting was applied during January – June 2018, which swine farm-gate price was reducing and used descriptive statistics as an analysis tool.

This study focused on 4 types of swine farming and found that price-insurance swine farming have highest cost of production due to the compulsory of buying input from contract company, followed by individual swine farming who produce own piglet and fattening, hire-party swine farming, and the individual swine farming who bought piglet and fattening, respectively. The feeding cost was the highest cost of all type of swine farming. The highest benefit of swine farming was individual swine farming who produce own piglet and fattening, followed by hire-party swine farming, price insurance swine farming, and individual swine farming who bought piglet and fattening.

For marketing channel, most of individual swine farmer sold their production to pork butchers, and hire-party and insurance swine farmers sold all of their production to partner company. For the analysis of marketing margin and marketing cost including, found that pork butchers bought living swine from the living swine collectors, having marketing margin 2,296.05 Baht per head, with marketing cost around 1,668.94 Baht per head. For the case that farmers sold to pork butcher directly, its marketing margin were 2,128.20 Baht per head, with marketing cost about 1,564.10 Baht per head. The case of the pork butcher seller directly bought living swine from swine farmers found that marketing margin were 2,096.05 Baht per head, with marketing cost around 1,564.10 Baht per head. The farmers could gain highest benefits if they sell pork butcher by themselves. The analysis of logistics activities for the cost dimension found that the highest activity was swine slaughter, followed by retail selling activity. For time dimension, the highest activity was retail selling activity.

The recommendation including 1) promote of swine farmer cooperative for working on integrated business 2) promote of research and development of swine housing, swine feeding, and swine slaughter and 3) development of marketing channel.

Keywords: Swine, Production Cost, Marketing Cost, Marketing Margin, Supply Chain



(ง)

## คำนำ

การศึกษาโซ่อุปทานสุกร ได้ทำการศึกษาเพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตของสินค้าสุกร ต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด ส่วนเหลือการตลาด ของเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจสุกรตลอดโซ่อุปทาน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแนวทาง มาตรการ ตลาดจนวางแผน ให้แก่หน่วยงานภาครัฐในการบริหารจัดการการตลาดสินค้าเกษตรตลอดโซ่การตลาดของสินค้าสุกร เพื่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจสุกรอย่างยั่งยืน

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์ กรมส่งเสริมเกษตรกร เกษตรกรและสหกรณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร ในแต่ละพื้นที่ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการติดต่อประสานงาน ตลอดจนให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี รวมทั้งคณะกรรมการพิจารณาโครงการวิจัยและประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ให้ความช่วยเหลือ ชี้แนะแนวทางในด้านวิชาการ ตลอดจนการปรับปรุงเอกสารงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ส่วนวิจัยเศรษฐกิจปศุสัตว์และประมง  
สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร  
พฤศจิกายน 2562





## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
คำนำ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1      บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.5 วิธีการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2      การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี</b>	<b>7</b>
2.1 การตรวจเอกสาร	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	9
<b>บทที่ 3      ข้อมูลทั่วไป</b>	<b>21</b>
3.1 ข้อมูลการผลิต ราคา และการตลาดสุกร	21
3.2 ลักษณะทั่วไปของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรที่ทำการวิจัย	25
3.3 วิธีการตลาดสุกร	30
<b>บทที่ 4      ผลการวิจัย</b>	<b>35</b>
4.1 ต้นทุนการผลิตสุกร	35
4.2 การวิเคราะห์ต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละ	50
4.3 การวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดสุกรชำแหละ	54
4.4 การวิเคราะห์กิจกรรมโลจิสติกส์ของการตลาดสุกรชำแหละ	63
<b>บทที่ 5      สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>66</b>
5.1 สรุปผลการศึกษา	66
5.2 ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	75
ภาคผนวกที่ 1 แบบสอบถามการศึกษาโซ่อุปทานสุกร	77



## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	จำนวนครัวเรือน ปริมาณการผลิต การส่งออก และการบริโภคสุกร ปี 2558-2560	21
ตารางที่ 3.2	ปริมาณการผลิตสุกรปี 2559-2560 ของพื้นที่ที่ทำการวิจัย	22
ตารางที่ 3.3	ราคาสุกรมีชีวิตที่เกษตรกรขายได้รายเดือน ปี 2558 - 2561	23
ตารางที่ 3.4	เปรียบเทียบการเลี้ยงสุกรอิสระ รับจ้างเลี้ยง และประกันราคา	25
ตารางที่ 3.5	ประเภทของการเลี้ยงสุกร	27
ตารางที่ 3.6	เพศของผู้เลี้ยงสุกร	27
ตารางที่ 3.7	อายุของผู้เลี้ยงสุกร	28
ตารางที่ 3.8	ประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกร	28
ตารางที่ 3.9	ระบบโรงเรือนของผู้เลี้ยงสุกร	29
ตารางที่ 3.10	ขนาดฟาร์มสุกร แบ่งตามประเภทการเลี้ยงสุกร	30
ตารางที่ 4.1	ต้นทุนการผลิตลูกสุกรน้ำหนัก 6 กิโลกรัม	36
ตารางที่ 4.2	ต้นทุนการผลิตลูกสุกรน้ำหนัก 16 กิโลกรัม	37
ตารางที่ 4.3	ต้นทุนการผลิตสุกรพันธุ์และขุน ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม	38
ตารางที่ 4.4	ต้นทุนการผลิตสุกรขุน ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม	40
ตารางที่ 4.5	ต้นทุนการผลิตสุกรขุน ขนาดน้ำหนัก 16-100 กิโลกรัม	41
ตารางที่ 4.6	ต้นทุนการผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยง	43
ตารางที่ 4.7	ค่าใช้จ่ายและรายได้การเลี้ยงสุกรของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง	44
ตารางที่ 4.8	ต้นทุนการผลิตสุกรประกันราคา	45
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบผลตอบแทนจากการผลิตสุกร ณ ราคาสุกรที่เกษตรกรได้รับเดือน มิถุนายน ปี 2558-2561	49
ตารางที่ 4.10	ค่าใช้จ่าย รายได้ และกำไรของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต	51
ตารางที่ 4.11	สัดส่วนการชำแหละสุกรและราคาที่ได้รับจากการชำแหละสุกร	53
ตารางที่ 4.12	ส่วนเหลือมและต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละกรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต	56
ตารางที่ 4.13	ส่วนเหลือมและต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละ กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง	58
ตารางที่ 4.14	ส่วนเหลือมและต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละ กรณีผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง	60
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบกำไร/ขาดทุนสุทธิ กำไรต่อราคาขายปลีก และกำไรต่อต้นทุน ของผู้ประกอบการในแต่ละระดับ	63



(ช)

## สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	ปัจจัยการผลิตและกระบวนการแปรรูป	9
ภาพที่ 2.2	ประเภทของปัจจัยการผลิตและต้นทุนการผลิต	11
ภาพที่ 3.1	วิธีการตลาดสุกรอิสระ	32
ภาพที่ 3.2	วิธีการตลาดสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา	34
ภาพที่ 4.1	ชั้นส่วนของสุกรชำแหละ	54
ภาพที่ 4.2	วิธีการตลาดกรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต	55
ภาพที่ 4.3	วิธีการตลาดกรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง	57
ภาพที่ 4.4	วิธีการตลาดกรณีผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภครวมโดยตรง	59



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของการวิจัย

สุกรเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญของไทยที่มีการเลี้ยงทั่วไปในทุกภาคของประเทศ โดยในปี 2556 - 2560 การผลิตสุกรของไทยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9.60 ต่อปี ในปี 2560 มีปริมาณการผลิตสุกร 19.252 ล้านตัว เพิ่มขึ้นจาก 19.141 ล้านตัว ของปี 2559 ร้อยละ 0.58 ซึ่งสุกรที่ผลิตได้ใช้บริโภคภายในประเทศเป็นหลัก ประมาณร้อยละ 97 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ปี 2560 มีปริมาณการบริโภคสุกร 18.71 ล้านตัว หรือ 1.403 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 8.51 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) โดยในปี 2560 พบว่ามีเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรจำนวน 180,606 ราย ซึ่งสุกรส่วนใหญ่เป็นฟาร์มเกษตรกรรายย่อย มีขนาดการเลี้ยงสุกร 1-500 ตัว จำนวน 177,901 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.5 (กรมปศุสัตว์, 2560) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของการผลิตสุกร พบว่า ฟาร์มขนาดใหญ่มีสัดส่วนการผลิตสุกรมากกว่าร้อยละ 70 ฟาร์มเกษตรกรขนาดกลางและขนาดเล็ก ร้อยละ 25 ในขณะที่ฟาร์มเกษตรกรรายย่อยมีเพียง ร้อยละ 5 โดยผลผลิตสุกรส่วนใหญ่จึงมาจากฟาร์มขนาดกลางและขนาดใหญ่ เนื่องจากฟาร์มเหล่านี้ได้มีการขยายการผลิตและพัฒนาเป็นระบบครบวงจร มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ โรงฆ่าชำแหละสุกรและโรงงานแปรรูปเนื้อสุกร รวมทั้งดำเนินการด้านการตลาดเอง ส่วนการเลี้ยงสุกรจะทำในรูปแบบการจ้างเลี้ยงเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับที่บริษัทธุรกิจครบวงจรดำเนินการ ส่งผลให้เกษตรกรรายย่อยหลายรายได้มีการรวมกลุ่มกันทำการเกษตรในรูปแบบสหกรณ์ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และบางส่วนได้มีการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสุกรแบบครบวงจรนอกจากนี้การเลี้ยงสุกรยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ โรงฆ่าชำแหละสุกรและโรงงานแปรรูปเนื้อสุกร รวมทั้งเวชภัณฑ์และอุปกรณ์การเลี้ยงสุกร (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) กล่าวได้ว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสุกรนั้นมีความสำคัญต่อทั้งการผลิตการตลาดการเกษตร การบริโภคภายในประเทศซึ่งเกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางอาหาร ตลอดจนก่อให้เกิดการจ้างงานภายในประเทศ

สถานการณ์ปัจจุบันเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรมักประสบปัญหาผลผลิตสุกรล้นตลาด เนื่องจากความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานสินค้าสุกร ส่งผลให้ราคาตกต่ำอยู่เสมอ ตลอดจนราคาปัจจัยการผลิตทั้งวัตถุดิบอาหารสัตว์ และราคาพันธุ์สุกรมีความผันผวนตลอดเวลา ทำให้ผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากฟาร์มเหล่านี้มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย จึงไม่สามารถดำรงกิจการอยู่ได้เมื่อเกิดปัญหาสุกรราคาตกต่ำเป็นเวลานาน (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) นอกจากนี้ราคาสุกรมีชีวิตหน้าฟาร์มที่เกษตรกรได้รับ และราคาสุกรชำแหละที่ผู้บริโภคซื้อมีความแตกต่างกันอย่างมาก รวมทั้งในสภาวะที่ราคาสุกรมีชีวิตหน้าฟาร์มมีราคาตกต่ำแต่ราคาสุกรชำแหละที่ผู้บริโภคซื้อไม่ได้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวได้ว่าภายใต้โซ่อุปทานของธุรกิจสุกรนั้นมีกลุ่มผู้ที่ได้รับประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียมกัน จำเป็นจะต้องมีการบริหารจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจสุกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรสามารถดำเนินการผลิตและการประกอบการได้อย่างยั่งยืน



อย่างไรก็ตามการศึกษาวิจัยด้านเศรษฐกิจสินค้าสุกรที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มุ่งเน้นในด้านการผลิต แต่การศึกษาเกี่ยวกับการตลาด โดยเฉพาะในเรื่องต้นทุนทางการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลือของการตลาด รวมทั้งสัดส่วนของผลประโยชน์สูงสุดหรือประโยชน์จากราคาสุกรที่ผู้เกี่ยวข้องได้รับในแต่ละโซ่อุปทาน มีจำนวนไม่มากและจำกัด ส่งผลให้มีข้อมูลไม่เพียงพอต่อการวางแผนในการบริหารจัดการโซ่อุปทานสินค้าสุกรได้อย่างมีประสิทธิภาพจากความสำเร็จดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาโซ่อุปทานสุกร เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลือของการตลาด ตลอดจนความสัมพันธ์ของกระบวนการจัดการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานของสินค้าสุกรโดยจะทำการศึกษากิจการการผลิตการตลาดสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทานและการตลาดเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบาย และการบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรอย่างแท้จริงต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลือของการตลาด ในธุรกิจสุกรตลอดโซ่อุปทาน

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- 1.3.1 ศึกษาต้นทุนการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรอิสระ รับจ้างเลี้ยง และประกันราคา
- 1.3.2 ศึกษาวิธีการตลาดสุกรอิสระ รับจ้างเลี้ยง และประกันราคา
- 1.3.3 ศึกษาต้นทุนการตลาด ส่วนเหลือของการตลาด เฉพาะกรณีโซ่อุปทานผู้เลี้ยงสุกรแบบอิสระ
- 1.3.4 ระยะเวลาที่ศึกษา เก็บข้อมูลการผลิตสุกร ในเดือนมกราคม - มิถุนายน 2561
- 1.3.5 พื้นที่และกลุ่มเป้าหมายทำการศึกษา

1) พื้นที่ที่ทำการศึกษา ศึกษาในพื้นที่ของจังหวัดที่มีการเลี้ยงสุกรขุน จำนวน 7 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดราชบุรี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ลพบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมาและนครศรีธรรมราช ซึ่งมีสัดส่วนการเลี้ยงสุกร ร้อยละ 51.80 ของการเลี้ยงสุกรขุนทั้งประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561)

2) กลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษา ประกอบด้วย (1) เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร (2) ผู้ประกอบการในโซ่อุปทานธุรกิจสุกร ได้แก่ (2.1) เกษตรกรผู้ผลิตและจำหน่ายลูกสุกร (2.2) ผู้ค้ารวบรวมสุกรมีชีวิต และ (2.3) ผู้ค้าสุกรชำแหละ

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

**การผลิตสุกรมีชีวิต 1 ตัว** หมายถึง การผลิตสุกรมีชีวิตที่มีขนาด 100 กิโลกรัม

**โซ่อุปทานสินค้าเกษตร** หมายถึง การเชื่อมต่อของกิจกรรมในการผลิตและส่งมอบสินค้าเกษตร โดยเริ่มต้นจากวัตถุดิบในการผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งจะประกอบด้วยผู้ส่งมอบสินค้าทั้งวัตถุดิบและสินค้าเกษตร เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตร ผู้แปรรูปสินค้า ผู้รวบรวมสินค้า ผู้กระจายสินค้า ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกสินค้า

**ฟาร์มสุกรรายย่อย** หมายถึง ฟาร์มที่เลี้ยงและขายสุกรขุนอย่างเดียว จำนวนต่ำกว่า 50 ตัว

**ฟาร์มสุกรขนาดเล็ก** คือ ฟาร์มที่เลี้ยงและขายสุกรขุนอย่างเดียวจำนวน 50-499 ตัว

**ฟาร์มสุกรขนาดกลาง** คือ ฟาร์มที่เลี้ยงและขายสุกรขุนอย่างเดียวจำนวน 500-5,000 ตัว

**ฟาร์มสุกรขนาดใหญ่** คือ ฟาร์มที่เลี้ยงและขายสุกรขุนอย่างเดียวจำนวน ตั้งแต่ 5,001 ตัวขึ้นไป

**ผู้ค้าสุกรชำแหละ** คือ ผู้ประกอบการอิสระที่จำหน่ายสุกรที่ชำแหละเป็นชิ้นส่วน ให้กับผู้บริโภค

**ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต** คือ ผู้ประกอบการอิสระที่ไม่ได้มีฟาร์มสุกรเป็นของตนเอง แต่ทำการรวบรวมสุกรมีชีวิตจากเกษตรกร เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับผู้ค้าสุกรชำแหละ หรือส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

**ประเภทการเลี้ยงสุกร** คือ ลักษณะของการเลี้ยงสุกร แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย การเลี้ยงสุกรอิสระ การเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง และการเลี้ยงสุกรประกันราคา

**ผู้เลี้ยงสุกร** คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรที่ทำการผลิตสุกรขุนเพื่อจำหน่าย โดยสามารถแบ่งตามประเภทของการเลี้ยงออกเป็น 3 ประเภท คือ ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง และผู้เลี้ยงสุกรประกันราคา

**ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ** คือ ผู้เลี้ยงสุกรที่ทำการเลี้ยงสุกรขุน ซึ่งมีอำนาจตัดสินใจในการผลิตและการตลาดตลอดจนรับความเสี่ยงจากการผลิตการตลาดเอง แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ผู้เลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุน และผู้เลี้ยงอิสระสุกรขุน

**ผู้เลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุน** คือ ผู้เลี้ยงสุกรอิสระที่ทำการเลี้ยงสุกรขุน โดยมีการเลี้ยงแม่พันธุ์สุกรเพื่อใช้ในการผลิตลูกสุกรเพื่อนำมาขุนเอง

**ผู้เลี้ยงอิสระสุกรขุน** คือ ผู้เลี้ยงสุกรอิสระที่ทำการเลี้ยงสุกรขุน โดยการซื้อลูกสุกรมาเลี้ยงขุน

**ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง** คือ ผู้เลี้ยงสุกรที่ทำการเลี้ยงสุกรขุนโดยทำสัญญากับบริษัทคู่สัญญา ผู้เลี้ยงสุกรจะเป็นเจ้าของที่ดิน โรงเรือน และรับผิดชอบค่าสาธารณูปโภคทั้ง ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าน้ำมันเอง บริษัทคู่สัญญาจะทำการสนับสนุนปัจจัยการผลิตให้เกษตรกร เช่น พันธุ์สุกร อาหารสุกร วัคซีน และยารักษาโรค โดยผู้เลี้ยงสุกรได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างเลี้ยง ซึ่งคำนวณจากน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นของสุกร

**ผู้เลี้ยงสุกรประกันราคา** คือ ผู้เลี้ยงสุกรที่ทำการเลี้ยงสุกรขุนโดยทำสัญญากับบริษัทคู่สัญญา ซึ่งมีการทำสัญญาและกำหนดราคาซื้อขายไว้ล่วงหน้า ผู้เลี้ยงสุกรเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการผลิตทั้งหมด

**บริษัทคู่สัญญา** คือ บริษัทที่เป็นผู้ว่าจ้างเกษตรกรในการเลี้ยงสุกรให้บริษัท โดยมีการทำสัญญาร่วมกัน

## 1.5 วิธีการวิจัย

### 1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการเก็บข้อมูล จะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือเพื่อสอบถามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีทั้งข้อคำถามที่เป็นทั้งคำถามปลายปิด (Closed - ended Question) คือ ข้อคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมคำตอบให้กลุ่มเป้าหมายได้เลือกตอบ และคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) โดยการเก็บข้อมูลนั้นจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 ประเภท ประกอบด้วย

1.1) ผู้เลี้ยงสุกรกลุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จาก 7 จังหวัด ประกอบด้วย ราชบุรี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ลพบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา และ นครศรีธรรมราช จังหวัดละ 16 ราย รวมทั้งสิ้น 112 ราย ซึ่งจะทำการศึกษาผู้เลี้ยงสุกรเกี่ยวกับ ต้นทุนการผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

1.2) ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจสุกร ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจภายใต้ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจสุกรที่มีที่ตั้งอยู่ใน 7 จังหวัดดังกล่าว ประกอบด้วย 1) ผู้จำหน่ายลูกสุกร จำนวน 10 ราย 2) ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต จำนวน 2 ราย และ 3) ผู้ค้าสุกรชำแหละ จำนวน 14 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 26 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะทำการศึกษาต้นทุนการตลาด วิธีการตลาดช่องทางการจำหน่ายผลผลิต ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการ และเอกชน ทั้งเอกสารวิชาการเอกสารประกอบการประชุม สัมมนา ผลงานวิจัย วารสาร และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### 1.5.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1) การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนรายได้และกำไรจากผลิตทางการเกษตร โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และสรุปแสดงในรูปตาราง

2) การวิเคราะห์วิธีการตลาด ส่วนเหลือการตลาด และโซ่อุปทาน โดยการวิเคราะห์จะใช้เครื่องมือทางสถิติอย่างง่ายในการอธิบาย ในรูปแบบของการหาค่าสัดส่วน ค่าร้อยละ และวิธีการคำนวณของข้อมูล

### 1.5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

1) การเลี้ยงสุกรมีความจำเป็นจะต้องควบคุมมาตรฐานในการเลี้ยง เนื่องจากสุกรมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคเป็นอย่างมาก ทำให้เกษตรกรบางรายไม่ยินดีที่จะให้ข้อมูล เป็นผลมาจากความกังวลที่จะทำให้โรคเข้าสู่ฟาร์ม

2) ธุรกิจสุกรเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าในการประกอบการค่อนข้างสูง ตลอดจนมีทั้งภาคเกษตรกรภาคเอกชนที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ทำการประกอบการ ซึ่งเกษตรกรและผู้ประกอบการหลายราย ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลให้กับผู้วิจัยได้เนื่องจากเป็นความลับทางธุรกิจ ภาคเอกชนหลายราย ได้ทำการประกอบการแยกภาคส่วนกัน ทั้งในส่วนของการผลิตสุกร การรวบรวม และการตลาด ทำให้ไม่สามารถให้ข้อมูลในบางส่วนได้

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแนวทาง มาตรการ ตลาดจนวางแผน ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ ในการบริหารจัดการการตลาดสินค้าเกษตรตลอดโซ่การตลาดของสินค้าสุกร

1.6.2 เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายเรื่องราคาสินค้าสุกร

1.6.3 เป็นข้อมูลให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการผลิต บริหารจัดการการตลาดสินค้าสุกร



## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

#### 2.1 การตรวจเอกสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตการตลาดสุกร แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ งานวิจัยด้านการผลิตสุกร และด้านโครงสร้างตลาดและส่วนเหลืออมการตลาดสุกร

##### 2.1.1 งานวิจัยด้านการผลิตสุกร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านการผลิตนั้น จะกล่าวถึง ต้นทุนการผลิตสุกร ตลอดจนการเลี้ยงสุกรในลักษณะต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย การเลี้ยงสุกรแบบอิสระและแบบรับจ้างเลี้ยง การเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกรใช้ในการขุนและเลี้ยงสุกรโดยการซื้อลูกสุกรมาขุน และการทำฟาร์มเลี้ยงสุกรขุนในโรงเรือนแบบปิดและแบบเปิด

การศึกษาต้นทุนการผลิตสุกร พบว่า ต้นทุนการผลิตลูกสุกรตัวละ 1,501.42 บาท ต้นทุนการผลิตสุกรขุนกิโลกรัมละ 52.92 บาท ต้นทุนการรับจ้างเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกร 239.98 บาทต่อลูกสุกร 1 ตัว และต้นทุนการรับจ้างเลี้ยงสุกรขุนตัวละ 260.24 บาท โดยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำฟาร์มสุกร เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรควรเพิ่มปัจจัยการผลิตในด้านแรงงาน พื้นที่เลี้ยงสุกร และพันธุ์สุกร แต่ควรลดปริมาณการให้อาหารสัตว์ เนื่องจากการใช้ปัจจัยด้านอาหารสัตว์นั้นมากกว่าระดับที่เหมาะสมในทางเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552)

รูปแบบของการเลี้ยงสุกรที่แตกต่างกันของเกษตรกร ส่งผลให้ต้นทุนและกำไรจากการเลี้ยงสุกรแตกต่างกันเช่นเดียวกัน ซึ่งในรูปแบบที่สำคัญชนิดหนึ่งในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระและ 2) ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552; ปิติพีร์ รวมเมฆ, 2557) ซึ่งผู้เลี้ยงสุกรอิสระได้รับกำไรจากการผลิตต่อฟาร์มต่อรุ่นมากกว่าผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง เนื่องจากเกษตรกรสามารถควบคุมปริมาณการผลิตและการใช้ปัจจัยการผลิตได้ แตกต่างจากผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงซึ่งไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ โดยต้นทุนของการเลี้ยงสุกรแบบอิสระที่ใช้เป็นสัดส่วนมากที่สุดจะเป็นต้นทุนผันแปร คือ ค่าอาหารและพันธุ์ของสุกร ในขณะที่ต้นทุนการเลี้ยงสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงจะเป็นต้นทุนคงที่ เนื่องจากต้นทุนค่าพันธุ์สุกรและอาหารผู้จ้างเลี้ยงหรือบริษัทคู่สัญญาเป็นผู้รับผิดชอบ (รัตนพล ทวะชาลี, 2548) นอกจากนี้ความแตกต่างด้านขนาดของฟาร์มของผู้เลี้ยงสุกรอิสระและรับจ้างเลี้ยงที่แตกต่างกัน ก็ให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน กล่าวคือ หากใช้เงินทุนของตนเองทั้งหมดในการลงทุน ฟาร์มทุกขนาดทั้งฟาร์มขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ของผู้เลี้ยงสุกรอิสระและรับจ้างเลี้ยงจะเหมาะสมกับการลงทุนทั้งหมด อย่างไรก็ตาม หากมีการกู้เงินครึ่งหนึ่งหรือทั้งหมดของการลงทุน ในกรณีผู้เลี้ยงสุกรอิสระที่เป็นฟาร์มขนาดกลางและขนาดใหญ่จะเหมาะสมต่อการลงทุน แต่ฟาร์มขนาดเล็กนั้นไม่มีความเหมาะสม อย่างไรก็ตามในกรณีผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงที่เป็นฟาร์มขนาดเล็กและขนาดกลางจะเหมาะสมต่อการลงทุน แต่ฟาร์มขนาดใหญ่ไม่เหมาะสมต่อการลงทุน (สุเมธ เดชรักษา, 2547) โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง ประกอบด้วย ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้รับจ้างเลี้ยงกับบริษัทคู่สัญญา รวมถึงความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติตามสัญญา (ปิติพีร์ รวมเมฆ, 2557)

การเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกรใช้ในการขุนและเลี้ยงสุกรขุนโดยการซื้อลูกสุกรมาขุน จะทำให้เกษตรกรมีต้นทุนการเลี้ยงที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน โดยการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกรใช้ในการขุนนั้นเกษตรกรสามารถผลิตลูกสุกรได้โดยมีต้นทุนเฉลี่ยที่ 645.30 บาท ต่อตัว ซึ่งถูกกว่าลูกสุกรในตลาดกว่าเท่าตัว ส่งผลให้ฟาร์มที่ผลิตลูกสุกรด้วยตนเอง มีต้นทุนสุกรขุนขนาดน้ำหนักสุกร 100 กิโลกรัม ถูกกว่าถึงร้อยละ 30 รวมทั้งได้รับกำไรสูงกว่าเกษตรกรที่ซื้อลูกสุกรมาขุน (ศุภกร พรหมดวงดี และนางลักษณ์ สุพรรณไชยมาตย์, 2558) นอกจากนี้ เกษตรกรที่ทำฟาร์มเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ขนาดใหญ่จะได้รับผลตอบแทนที่ดีกว่ารวมทั้งคืนทุนได้เร็วกว่าฟาร์มขนาดเล็ก (ธนวัฒน์ ไชยพรม, 2554)

การทำฟาร์มเลี้ยงสุกรขุนในโรงเรือนแบบปิดและแบบเปิด ส่งผลต่อผลตอบแทนของเกษตรกรที่แตกต่างกัน ซึ่งการเลี้ยงสุกรในโรงเรือนแบบปิดสามารถเลี้ยงสุกรขุนคิดเป็นน้ำหนักต่อพื้นที่การเลี้ยงได้เป็นจำนวนมากกว่าโรงเรือนแบบเปิด (สมอนงค์ ตั้งกิตตพงษ์, 2549) กล่าวได้ว่าเกษตรกรที่เลี้ยงสุกรในโรงเรือนแบบปิดนั้นจะได้รับผลตอบแทนที่ดีกว่าโรงเรือนแบบเปิด

### 2.1.2 งานวิจัยด้านโครงสร้างตลาดและส่วนเหลือมการตลาดสุกร

โครงสร้างตลาดสุกร ประกอบด้วย ฟาร์มขนาดใหญ่เกือบครบวงจรหรือครบวงจรมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 70 ฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก ร้อยละ 20-25 และฟาร์มรายย่อย ร้อยละ 5 โดยวิถีการตลาดสุกรจากฟาร์มถึงผู้บริโภคเนื้อสุกรจะผ่านผู้ประกอบการหรือคนกลางทางการตลาด ประกอบด้วยผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ผู้ค้าส่งสุกรชำแหละ และผู้ค้าปลีกสุกรชำแหละ ซึ่งซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 60 และ 20 ตามลำดับ ส่วนฟาร์มสุกรแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ฟาร์มผู้เลี้ยงรายย่อย ฟาร์มการค้าซึ่งเป็นฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก และฟาร์มของบริษัทซึ่งเป็นฟาร์มขนาดใหญ่มีธุรกิจครบวงจรหรือเกือบครบวงจร โดยรวมฟาร์มแบบเกษตรพันธสัญญากับบริษัท (Contract Farms) ซึ่งภายใต้โซ่อุปทานของผู้เลี้ยงสุกรรายย่อย จะประกอบด้วย พ่อค้ารวบรวมสุกรมีชีวิต พ่อค้าส่งสุกรชำแหละ และพ่อค้าปลีกสุกรชำแหละ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) ในการศึกษา ส่วนเหลือมการตลาด จะทำการศึกษาด้านทุนการตลาดประกอบด้วย พ่อค้ารวบรวมสุกรมีชีวิต พ่อค้าส่งสุกรชำแหละ และพ่อค้าปลีกสุกรชำแหละ โดยสิ้นสุดการศึกษาส่วนเหลือมการตลาดที่ตลาดขายปลีกสุกรชำแหละ

ในส่วนของการศึกษาส่วนเหลือมการตลาดของสุกรในประเทศไทย สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณี คือ กรณีผู้ค้าปลีกสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มโดยตรง และกรณีผู้ค้าปลีกซื้อจากผู้ค้าส่งสุกรชำแหละ ซึ่งมีเกษตรกรมีส่วนเหลือมการตลาดร้อยละ 26.21 และ 27.22 ของราคาขายปลีก ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) อย่างไรก็ตามการศึกษาในประเทศไนจีเรีย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรในบางพื้นที่ได้รับส่วนเหลือมการตลาดสูงถึง ร้อยละ 61.04 ของราคาขายปลีก โดยค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือมการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 39 ของราคาขายปลีก (Ajala and Adesehinwa, 2008) กล่าวได้ว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรในประเทศไทยได้รับส่วนเหลือมการตลาดที่ต่ำกว่าต่างประเทศ

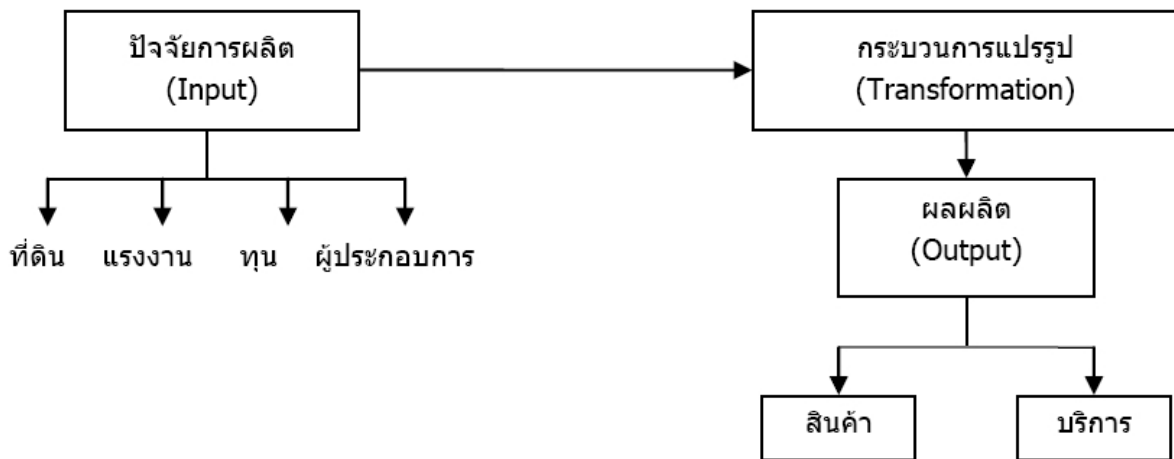
## 2.2 แนวคิดและทฤษฎี

### 2.2.1 ความหมายของต้นทุนการผลิต

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561) ได้กล่าวถึงความหมายของต้นทุนการผลิต ดังนี้

1) การผลิต (Production) หมายถึง กระบวนการนำปัจจัยการผลิต (Input) ผ่านกระบวนการขั้นตอนการผลิตเพื่อผลิตสินค้าและบริการ (Output)

2) ปัจจัยการผลิต (Factors of Production) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ผู้ผลิตนำมาผ่านกระบวนการผลิตขึ้นเป็นสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในทางเศรษฐศาสตร์เราแบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็น 4 ชนิด คือ 1) ที่ดิน (Land) 2) แรงงาน (Labor) 3) ทุน (Capital) 4) ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยการผลิตและกระบวนการแปรรูป

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

นอกจากนี้ ปัจจัยการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ 4 ชนิดดังกล่าว ยังสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.1) ปัจจัยคงที่ (Fixed Factor) หมายถึง ปัจจัยการผลิตประเภทที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตนั้นคือ ไม่ว่าจะผลิตผลผลิตมากหรือน้อยเพียงใดก็จะใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่คงที่เท่านั้น โดยทั่วไปปัจจัยคงที่ได้แก่ จำพวกทุนถาวร เช่น ที่ดิน โรงเรือน เครื่องจักรเครื่องมือ

2.2) ปัจจัยผันแปร (Variable Factor) หมายถึง ปัจจัยการผลิตประเภทที่แปรเปลี่ยนตามปริมาณการผลิตกล่าวคือ ถ้าผลิตปริมาณมากจะต้องใช้ปัจจัยการผลิตมาก ในทางกลับกันถ้าผลิตปริมาณน้อยก็จะใช้ปัจจัยการผลิตน้อยหรือไม่ผลิตเลยก็就不用ใช้เลย โดยทั่วไปปัจจัยผันแปรได้แก่ จำพวกทุนหมุนเวียน เช่น วัตถุดิบ แรงงาน ฯลฯ



3) ต้นทุนการผลิต (Cost of Production) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้ปัจจัยการผลิต มาผลิตสินค้าอย่างหนึ่ง

4) ค่าใช้จ่าย หมายถึง มูลค่าของปัจจัยการผลิต = ราคาปัจจัยการผลิต × จำนวนหรือปริมาณ ของปัจจัยการผลิต

### 2.2.2 ประเภทของต้นทุนการผลิต

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561) ได้กล่าวถึงประเภทของต้นทุนการผลิต ดังนี้

#### 1) ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร

เนื่องจากปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยคงที่ กับปัจจัยผันแปร ดังนั้น ต้นทุนการผลิตซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัยการผลิตจึงแบ่งตามประเภทของปัจจัยการผลิตออกเป็น 2 ประเภท เช่นเดียวกัน คือ

1.1) ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ ปัจจัยคงที่หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าต้นทุนคงที่เป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ไม่ขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิต กล่าวคือ ไม่ว่าจะผลิตปริมาณมาก หรือปริมาณน้อย หรือไม่ผลิตเลย ก็จะไม่เสียค่าใช้จ่ายในจำนวนที่คงที่ ตัวอย่างของต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อที่ดิน ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอาคาร สำนักงาน โรงงาน ฯลฯ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ตายตัวไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต

1.2) ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจาก การใช้ปัจจัยผันแปร หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ต้นทุนผันแปรเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ขึ้นอยู่กับปริมาณ ของผลผลิต กล่าวคือ ถ้าผลิตปริมาณมากก็จะเสียต้นทุนมาก ถ้าผลิตปริมาณน้อยก็จะเสียต้นทุนน้อย และ ไม่ต้องจ่ายเลยถ้าไม่มีการผลิต ตัวอย่างของต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าแรงงาน ค่าวัตถุดิบ ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ฯลฯ

#### 2) ต้นทุนที่เป็นเงินสดและต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด

นอกจากนี้ตามโครงสร้างของต้นทุนการผลิต ยังแบ่งรายละเอียดของต้นทุนคงที่และต้นทุน ผันแปรออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1) ต้นทุนที่เป็นเงินสด หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ได้จ่ายเป็นเงินสดในการนำปัจจัยมา ประกอบการผลิตในช่วงหรือรุ่นการผลิตนั้นๆ ทั้งที่เป็นต้นทุนผันแปร เช่น ค่าพันธุ์ ค่าอาหาร และต้นทุนคงที่ เช่น ค่าเช่าที่ดิน เป็นต้น

2.2) ต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด หรือต้นทุนประเมิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้จ่ายเป็นตัวเงินแต่ ต้องประเมินให้เป็นตัวเงิน ในการนำปัจจัยมาประกอบการผลิตในช่วงหรือรุ่นการผลิตนั้นๆ เช่น แรงงาน ในครัวเรือน พันธุ์สัตว์ที่ผลิตได้ในฟาร์ม ค่าใช้ที่ดินของตนเอง ค่าใช้จ่ายในรูปค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน รวมถึง ค่าเสียโอกาสในการลงทุนของทรัพย์สิน เป็นต้น

### 2.2.3 แนวคิดในการจัดทำต้นทุนการผลิตปศุสัตว์

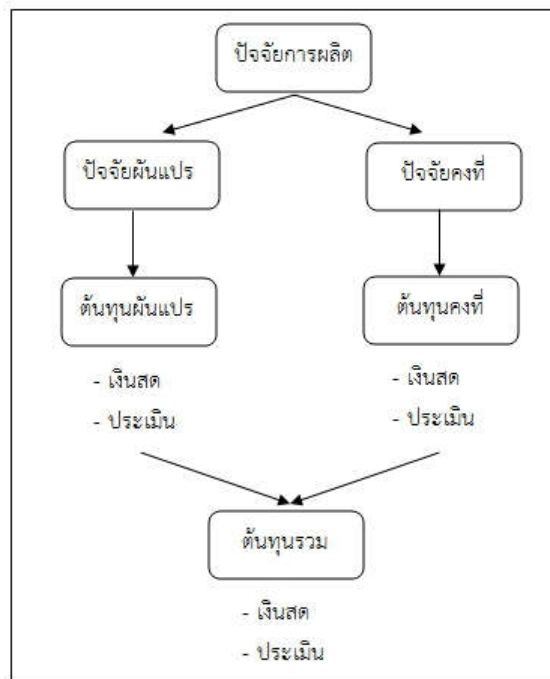
ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ ตามความหมายของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

1) เป็นต้นทุนการผลิตของผลผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกร คือ เป็นต้นทุนของผลผลิตปศุสัตว์ที่ยังอยู่ในฟาร์มของเกษตรกร ค่าใช้จ่ายที่นำมาคิดเป็นต้นทุนการผลิตจะต้องครอบคลุมตั้งแต่เริ่มต้นทำการเลี้ยงจนกระทั่งโตได้ขนาดและน้ำหนักตามมาตรฐานหรือสามารถให้ผลผลิตตามมาตรฐานกำหนดจึงจะสามารถนำมาคำนวณเป็นต้นทุนการผลิตได้ หากลงทุนแล้วไม่มีผลผลิตหรือผลเสียหายหมดก็ไม่สามารถคำนวณหาต้นทุนของผลผลิตได้จะมีแต่เพียงค่าใช้จ่ายตามกิจกรรมการผลิตเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่นับเป็นต้นทุนการผลิต

2) เป็นต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ คือการคิดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในช่วงเวลาของการผลิตใช้เท่าไรก็คิดค่าใช้จ่ายเท่านั้น และคิดทั้งที่จ่ายไปเป็นเงินสดจากการจ้างการซื้อและการเช่าทั้งของการใช้แรงงานและวัสดุต่าง ๆ อีกทั้งมีการประเมินค่าใช้จ่ายกรณีที่ใช้แรงงานวัสดุต่าง ๆ ที่เป็นของตนเอง (รวมทั้งสมาชิกครอบครัว) ที่ไม่ได้จ้างไม่ได้ซื้อไม่ได้เช่านั้นด้วย และยังต้องคิดค่าเสียโอกาสการลงทุนเฉพาะรายการที่เป็นเงินสดเท่านั้นตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้เป็นมาตรฐาน

3) เป็นต้นทุนการผลิตเฉลี่ย คือ การคิดค่าใช้จ่ายของเกษตรกรทุกรายที่เป็นตัวอย่าง ไม่ใช่ของรายใดรายหนึ่ง และคิดเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนตัวสัตว์ที่เลี้ยงสำหรับปศุสัตว์ของทุกตัวอย่าง

ดังนั้นกล่าวโดยสรุปก็คือ ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือมูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตทั้งปัจจัยผันแปรและปัจจัยคงที่ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด ที่นำมาใช้ในการประกอบการผลิตเพื่อให้การผลิตดำเนินการไปจนสิ้นสุดขบวนการผลิตในช่วงเวลาหรือรุ่นของการผลิตหนึ่งๆที่กำหนด



ภาพที่ 2.2 ประเภทของปัจจัยการผลิตและต้นทุนการผลิต

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561)

## 2.2.4 คำนิยามและโครงสร้างต้นทุนการผลิตปศุสัตว์

### 1) ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วยปัจจัยผันแปรต่างๆ ดังนี้

1.1) ค่าแรงงาน หมายถึง แรงงานที่นำมาใช้ในการประกอบการผลิตในกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่แสดงในรูปของเงินสด ในกรณีที่ได้มีการจ้างแรงงานและไม่เป็นเงินสด ในกรณีที่แรงงานนั้นเป็นของสมาชิกในครัวเรือนให้ใช้อัตราค่าจ้างรายวันขั้นต่ำในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นค่าจ้างของแรงงานครัวเรือน ค่าแรงงานแบ่งตามลักษณะการทำงาน ดังนี้

1.1.1) ค่าแรงงานในการเลี้ยง ได้แก่ การผสมอาหาร การขนอาหาร เตรียมและให้อาหาร-น้ำทำความสะอาดโรงเรือน ให้อาหารรักษาโรคทำวัคซีนดูแลรักษาและอื่นๆ ทั้งนี้ได้รวมค่าแรงงานในการเก็บผลผลิตของปศุสัตว์บางชนิดได้แก่ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ แรงงานการเก็บผลผลิต เช่น คัด จับ ชั่ง สำหรับ สุกร ไก่เนื้อ และ เก็บไข่ คัดไข่ บรรจุไข่ สำหรับไก่ไข่ เป็นต้น

1.1.2) ค่าแรงงานในการเก็บผลผลิต ในที่นี้ใช้เฉพาะโคนมเท่านั้น คือ ค่าแรงงานในการรีดนม ได้แก่ แรงงานทำความสะอาดตัวแม่โคเพื่อเตรียมรีดนม และแรงงานการรีดนม เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายสำคัญและมีผลต่อต้นทุนการผลิต สำหรับสินค้าชนิดอื่นๆ มีเพียงเล็กน้อยจึงนำไปรวมเป็นค่าแรงงานในการเลี้ยง

1.2) ค่าบริหารจัดการ หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานของฟาร์มโดยเจ้าของฟาร์ม ผู้จัดการ เสมียน สัตวแพทย์ สัตวบาล เป็นต้น

1.3) ค่าวัสดุ หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆที่นำมาใช้ในการประกอบการผลิตแล้วหมดสภาพไปรวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตบางชนิดที่ใช้ได้เพียงรุ่นการผลิตนั้นๆ เพียงครั้งเดียว ประกอบด้วย

1.3.1) ค่าพันธุ์สัตว์ หมายถึง ค่าพันธุ์ปศุสัตว์ที่ซื้อมาเลี้ยงเพื่อผลิตให้ได้ผลผลิต คือ ขนาด และน้ำหนักตามระยะเวลา หรือรุ่นของการเลี้ยง ซึ่งค่าพันธุ์สุกร จะหมายถึง ค่าพันธุ์ลูกสุกรหลังหย่านมอายุประมาณ 8-10 สัปดาห์ และมีน้ำหนักประมาณ 20 กิโลกรัม เพื่อผลิตสุกรขุน

1.3.2) ค่าผสมพันธุ์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการผสมเทียมพันธุ์สัตว์ จ้างผสมตามธรรมชาติ เช่น โคนม โคเนื้อ กระบือ สุกร เป็นต้น

1.4) ค่าอาหาร หมายถึง ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารสำหรับเลี้ยงปศุสัตว์ที่ทำการผลิตมีทั้งอาหารผสมและอาหารสำเร็จรูป

1.4.1) อาหารผสม หมายถึง อาหารที่ได้ทำการผสมวัตถุดิบที่บดละเอียดแล้วหลายๆ อย่างคลุกเคล้าให้เข้ากันโดยมากจะเติมยาปฏิชีวนะ วิตามิน แร่ธาตุลงไปตามความต้องการของปศุสัตว์ชนิดนั้นๆ วัตถุดิบที่ใช้ผสม เช่น รำ ปลายข้าว กากถั่วเหลือง ปลาป่น ข้าวโพด เป็นต้น

1.4.2) อาหารสำเร็จรูป หมายถึง อาหารที่สามารถนำไปใช้เลี้ยงสัตว์ได้โดยตรงโดยไม่ต้องนำวัตถุดิบต่างๆ มาผสมอีกมีทั้งอาหารสำเร็จรูปแบบเป็นผง และแบบเป็นเม็ดซึ่งแบบเป็นเม็ดก็คือการนำเอาอาหารที่ได้ผสมสำเร็จแล้วไปผ่านกรรมวิธีการอัดเม็ดและสามารถกำหนดขนาดให้เหมาะกับอายุของปศุสัตว์ชนิดนั้นๆ ได้

1.5) ค่ายาป้องกันโรค หมายถึง ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยาวัคซีน และวิตามินต่างๆ ที่ใช้ในการป้องกันและรักษาโรคปศุสัตว์ เช่น วัคซีนป้องกันโรคปากเท้าเปื่อย วัคซีนป้องกันโรคนิวคาสเซิล วัคซีนอหิวาต์ วัคซีนไขน้มนม ยารักษาโรคหวัด ยารักษาโรคท้องเสีย วิตามิน เป็นต้น

1.6) ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และอื่นๆ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเลี้ยงปศุสัตว์ชนิดนั้น

1.7) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง หมายถึง ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับวัสดุเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีอายุการใช้งานสั้น คือไม่เกิน 1 ปี และมูลค่าต่อหน่วยต่ำหรือไม่เกิน 500 บาท เช่น แปรง ไม้กวาด ถูมือ สายยาง พลับ จอบ รองเท้าบูท หลอดไฟฟ้า เป็นต้น

1.8) ค่าซ่อมแซมโรงเรือนอุปกรณ์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซ่อมโรงเรือน เครื่องมือ และอุปกรณ์ทางการเกษตรต่างๆ ที่ชำรุด ให้สามารถใช้งานได้ตามปกติ และค่าซ่อมดังกล่าวต้องเป็นค่าซ่อมเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้น

การพิจารณาว่าการซ่อมครั้งใดเป็นการซ่อมเล็กๆ น้อยๆ หรือเป็นการซ่อมใหญ่ ให้พิจารณาว่า ถ้าซ่อมแล้วอายุการใช้งานเพิ่มขึ้นหรือไม่ ถ้าเพิ่มขึ้นก็ให้ถือว่าการซ่อมนั้นเป็นการซ่อมใหญ่ และตีมูลค่าเป็นทรัพย์สิน ให้คำนวณมูลค่า และอายุการใช้งานมาใหม่ด้วย แต่ถ้าอายุการใช้งานไม่เพิ่มขึ้น เป็นเพียงการซ่อมเพื่อให้เครื่องมืออุปกรณ์ใช้งานได้ดีตามปกติเท่านั้น ให้ถือว่าเป็นการซ่อมเล็กๆ น้อยๆ

1.9) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมินการลงทุนในมูลค่าปัจจัยผันแปรเฉพาะที่เป็นเงินสด ทั้งหมดของการผลิตปศุสัตว์ ในรุ่นการผลิตหนึ่งๆ ซึ่งมูลค่าปัจจัยที่นำมาใช้ในการผลิตปศุสัตว์ต้องเสียโอกาสที่จะนำไปใช้ในกิจกรรมอื่นๆ ที่สามารถสร้างผลผลิตได้ เช่น นำเงินไปซื้อปัจจัยประเภทวัสดุ คือซื้อจำนวนปศุสัตว์ ซื้ออาหาร ซื้อยารักษาโรค ซึ่งจำนวนเงินดังกล่าวต้องเสียโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนจากการนำไปใช้ในกิจกรรมอื่น เช่น ฝากธนาคารหรือให้กู้ยืม ดังนั้น ค่าเสียโอกาส จึงเป็นค่าใช้จ่ายประเมินส่วนหนึ่งในการคำนวณต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$OPC = TVC \times M \times i$$

โดยที่ OPC = ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนต่อรุ่น

TVC = ต้นทุนผันแปรทั้งหมดต่อหน่วย เฉพาะที่เป็นเงินสด

M = ช่วงเวลาการผลิต ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บผลผลิต

i = อัตราค่าเสียโอกาส ส่วนใหญ่ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

## 2) ต้นทุนคงที่ ประกอบด้วยปัจจัยคงที่ต่างๆ ดังนี้

2.1) ค่าเช่าที่ดิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการนำที่ดินไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมทำฟาร์มปศุสัตว์ชนิดนั้นๆ ซึ่งจะแสดงเป็นเงินสดในกรณีที่มีการเช่าที่ดินเกิดขึ้นจริงและไม่เป็นเงินสดในกรณีที่ดินนั้นเป็นที่ดินของตนเองซึ่งจะต้องประเมินมูลค่าของค่าเช่าที่ดินทั้งนี้ค่าเช่าที่ดินได้รวมถึงค่าภาษีที่ดินเรียบร้อยแล้วซึ่งค่าภาษีที่ดินจะต้องแสดงเป็นเงินสดแต่เนื่องจากมีมูลค่าเพียงเล็กน้อยจึงมิได้แยกมูลค่าออกมาชัดเจน ดังนั้นจึงให้ถือรวมเป็นค่าเช่าที่ดินเพียงรายการเดียว

2.2) ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการประเมินกระจายมูลค่าของทรัพย์สินที่ซื้อไว้ใช้งานไปสู่ช่วงการผลิตต่างๆ ตลอดอายุการใช้งานของทรัพย์สินนั้น และจะแสดงมูลค่าไม่เป็นเงินสดการประเมินค่าเสื่อมหรือค่าสึกหรอสามารถคำนวณได้หลายวิธีในที่นี้ใช้วิธี The Straight Line Method ซึ่งเป็นวิธีการคำนวณที่ง่ายที่สุดและนิยมใช้กันมาก ดังนั้น สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรจึงได้กำหนดให้ใช้วิธีการนี้ โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$D = \frac{(P - S)}{N}$$

โดยที่ D = ค่าเสื่อมราคาต่อรุ่น

P = มูลค่าแรกซื้อหรือสร้าง

S = มูลค่าซาก

N = อายุการใช้งาน

M = ช่วงเวลาการผลิต (เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บผลผลิต (รุ่น)

U = ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิตปศุสัตว์นี้

2.3) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่เสียโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการนำปัจจัยประเภททุนไปใช้ในกิจกรรมอื่นๆ ที่สามารถสร้างผลผลิตได้และการคิดอัตราค่าเสียโอกาสนั้นจะใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

สำหรับการคำนวณค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สิน ถ้าเป็นการคำนวณต้นทุนการผลิตในรอบ 1 ปีการผลิต มูลค่าปัจจัยคงที่ที่นำมาคิดค่าเสียโอกาสนิยมใช้ค่าเฉลี่ยของมูลค่าทรัพย์สินต้นปีและปลายปี บางครั้งอาจมีปัญหาเกี่ยวกับมูลค่าปลายปีอาจใช้มูลค่าต้นปีอย่างเดียวกันก็ได้ หรือถ้าต้องการขจัดปัญหาการประเมินราคาอาจจะใช้วิธีการคิดค่าเสียโอกาสโดยใช้มูลค่าแรกซื้อหรือสร้างบวกด้วยมูลค่าซากหารด้วย 2 ซึ่งจะเป็นการกระจายค่าเสียโอกาสที่มีค่าคงที่ทุกปี แต่ในแนวคิดจะใช้วิธีตีราคามูลค่าซากให้เป็นศูนย์หรือไม่มีมูลค่าซากเพื่อลดความยุ่งยากในการคำนวณวิธีการคำนวณ มีดังนี้

การคำนวณค่าเสียโอกาสแบบคงที่ทุกปีเมื่อไม่มีมูลค่าซากหรือให้มูลค่าซากเป็น “0” สูตรคำนวณมาตรฐานคือ

$$OPI = \frac{(P + 0)}{2} \times i$$

โดยที่ OPI = ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สินต่อรุ่น

P = มูลค่าต้นปีแรกซื้อหรือสร้าง

i = อัตราค่าเสียโอกาสใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

M = ช่วงเวลาการผลิต (เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บผลผลิต (รุ่น)

U = ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิตปศุสัตว์นี้

3) ต้นทุนการผลิตทั้งหมด หมายถึง ผลรวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดของต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ ทั้งที่เป็นเงินสด และประเมิน ซึ่งประกอบด้วย

3.1) ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ทั้งหมดเฉลี่ยต่อตัว หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือมูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตทั้งปัจจัยผันแปร และปัจจัยคงที่ ทั้งที่เป็นเงินสด และไม่เป็นเงินสด ที่นำมาใช้ในการประกอบการผลิต เพื่อให้การผลิตดำเนินการไปจนถึงสิ้นสุดขบวนการผลิตในช่วงเวลาหรือรุ่นของการผลิตหนึ่งๆ ที่กำหนด ทารด้วยจำนวนปศุสัตว์ (ตัว) ที่ขายหรือเก็บผลผลิต หน่วยเป็น บาทต่อตัว

3.2) ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ทั้งหมดเฉลี่ยต่อ 1 กิโลกรัม หมายถึง ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ทั้งหมดเฉลี่ยต่อตัวหารด้วยน้ำหนักเฉลี่ยต่อตัว (กิโลกรัม) หน่วยเป็น บาทต่อกิโลกรัม

อนึ่ง ในการคำนวณต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ จะมีบางรายการที่เป็นผลพลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์ สามารถนำมาคำนวณเป็นรายได้จากการเลี้ยงปศุสัตว์ชนิดนั้นๆ ได้แก่ มูลค่าสัตว์ปลดระวาง มูลสัตว์ ฤๅอาหาร โดยจะนำรายการดังกล่าวมาหักออกจากต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ค่าใช้จ่าย) ดังนี้

3.2.1) มูลค่าสัตว์ปลดระวาง หมายถึง ราคาตัวสัตว์ที่ใช้งานหรือให้ผลผลิตมาระยะหนึ่งแล้วปลดระวางหรือคัตออกขาย เนื่องจากให้ผลผลิตไม่คุ้มค่าใช้จ่าย

3.2.2) ผลพลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์ หมายถึง ผลผลิตรองที่ไม่ใช่ผลผลิตหลักจากการเลี้ยงปศุสัตว์ชนิดนั้น เช่น มูลสัตว์ที่ขายได้ของรุ่นนั้นๆ ฤๅอาหารสัตว์ เป็นต้น

4) ต้นทุนการผลิตทั้งหมดเมื่อหักผลพลอยได้และสัตว์ปลดระวาง หมายถึง ต้นทุนการผลิตทั้งหมด หักออกด้วยผลพลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์และมูลค่าสัตว์ปลดระวาง

## 2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ด้านการตลาด

### 1) หน้าที่การตลาด (Marketing Function)

กิจกรรมที่เกิดจากการกระทำของนักการตลาดในกระบวนการตลาด เพื่อให้สินค้านั้นมีลักษณะรูปร่าง อยู่ในช่วงเวลาและสถานที่ที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ประโยชน์ต้องการ เป็นบทบาทการตลาดที่เชื่อมโยงความขัดแย้งระหว่างความต้องการของผู้ผลิตกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้เข้าด้วยกัน และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตลาด หน้าที่การตลาดมี 9 อย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์, 2548) กล่าวว่า

1.1) หน้าที่ในการแลกเปลี่ยน (Exchange Function) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการโอนย้ายกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า สามารถทำให้ทุกคนผลิตหรือธุรกิจเฉพาะที่ชอบหรือที่ถนัดได้ เป็นจุดเริ่มต้นของการกำหนดราคาสินค้าที่เข้าสู่ตลาด หน้าที่ในการแลกเปลี่ยนที่ 2 อย่าง คือ

1.1.1) การซื้อ (Buying) เป็นกิจกรรมเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งในสิ่งที่ผู้ซื้อต้องการ หน้าที่ในการซื้อจึงต้องรวมถึงการทราบหรือการหาแหล่งที่ผลิต แหล่งที่จำหน่ายสินค้านั้น ฤๅเวลาที่มีการซื้อขาย เงื่อนไขและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้านั้น

1.1.2) การขาย (Selling) เป็นกิจกรรมในการขาย ที่ได้รวมเอาหลายสิ่งหลายอย่างเข้าด้วยกัน ไม่ใช่ว่าผู้ขายเพียงแต่ยอมรับราคาที่เสนอขายเท่านั้น ยังรวมถึงกิจกรรมโฆษณา การส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้า และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้านั้น

1.2) หน้าที่ทางกายภาพ (Physical Function) เป็นกิจกรรมที่นักการตลาดต้องกระทำกับตัวสินค้า ในขณะที่กำลังครอบครองสินค้านั้นอยู่ เพื่อให้สินค้านั้นอยู่ในลักษณะตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ หน้าที่ทางกายภาพแบ่งออกเป็น 3 อย่าง คือ

1.2.1) การแปรรูป (Processing) เป็นกิจกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปร่างสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ เป็นการตอบคำถามว่าผู้บริโภคหรือผู้ใช้ต้องการสินค้าลักษณะใด (What) เป็นการสร้างอรรถประโยชน์ในตัวสินค้าทางด้านรูปร่าง และเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าด้วย ยิ่งกว่านั้นสินค้าเกษตรทุกชนิดจะต้องมีการแปรรูปอย่างน้อยขั้นต้น ก่อนที่จะนำไปบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้

1.2.2) การเก็บรักษา (Storage) เป็นกิจกรรมในการเก็บรักษาสินค้าไว้ ในเวลาที่ผู้แปรรูปต้องการใช้ในการแปรรูป และในเวลาที่ผู้บริโภคต้องการบริโภค เป็นการตอบคำถามผู้แปรรูป ผู้บริโภคและผู้ใช้ประโยชน์สินค้าว่า ต้องการสินค้านั้นเมื่อใด (When) เป็นการสร้างอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา ทั้งนี้เพราะการผลิตสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เป็นฤดูกาล การแปรรูปอาจใช้เทคโนโลยีปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสินค้าเกษตรในแต่ละฤดูกาล หรือตามความต้องการของตลาดได้ แต่การบริโภคสินค้าเกษตรบางชนิด โดยเฉพาะที่เป็นอาหารหลัก ซึ่งต้องบริโภคตลอดปี จึงจำเป็นต้องเก็บรักษาสินค้าเกษตรเหล่านั้นเอาไว้ ให้เพียงพอับความต้องการตลอดทั้งปี

1.2.3) การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ประโยชน์ เป็นการตอบคำถามว่าการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์สินค้านั้นอยู่ที่ใด (Where) เป็นการสร้างประโยชน์ด้านสถานที่ ทั้งนี้เพราะการผลิตสินค้าเกษตรส่วนใหญ่อยู่ในชนบท ในขณะที่แหล่งบริโภคอยู่ในตัวเมือง หรือต่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตรที่มีการส่งออก จึงจำเป็นต้องมีการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ เพราะสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เน่าเสียง่าย

1.3) หน้าที่อำนวยความสะดวก (Facilitating Function) เป็นกิจกรรมที่ช่วยทำให้อรรถประโยชน์การตลาด ทั้งในด้านกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า การแปรรูปการเก็บรักษาและการขนส่ง หรือหน้าที่การตลาดทั้งในด้านการแลกเปลี่ยน และด้านกายภาพดำเนินการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หน้าที่อำนวยความสะดวกมี 4 อย่าง คือ

1.3.1) มาตรฐานและการจัดชั้นคุณภาพสินค้า (Standardization and Grading) เป็นกิจกรรมในการวัดความเป็นเอกภาพของสินค้า ทั้งในด้านปริมาณ เช่น โดยน้ำหนัก การตวงและการวัดขนาด และด้านคุณภาพ เช่น ขนาดของสินค้า (เมล็ด ผล) ความสะอาด สิ่งเจือปน ความชื้น สี ความแก่อ่อนและอื่นๆ ที่ใช้ระบุคุณภาพสินค้านั้น ถ้ามาตรฐานและการจัดชั้นคุณภาพสินค้าเป็นที่ยอมรับของผู้ทำธุรกิจ การกำหนดและการตกลงราคาก็จะเป็นไปได้อย่างง่ายและทำได้อย่างรวดเร็ว ทั้งๆ ที่ไม่ต้องดูสินค้า ทำให้ตลาดของสินค้านั้นกว้างขวางขึ้น ยิ่งกว่านั้นสินค้าชนิดเดียวกันและมีมาตรฐานคุณภาพเดียวกัน ย่อมทำให้การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานเดียวกัน จะเป็นสินค้าที่ตลาดยอมรับมากขึ้น การเก็บรักษาและการขนส่งก็ทำได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ไม่จำเป็นต้องแยกสินค้าตามการเป็นเจ้าของ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการตลาดลดลง ระบบตลาดย่อมมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

1.3.2) การเงิน (Financing) เงินทุนเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ เพราะผู้ทำธุรกิจมีเงินของตัวเองจำกัด แต่การทำธุรกิจต้องการปริมาณเงินมากกว่าที่มีอยู่ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด ให้ปริมาณธุรกิจเป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ หรืออื่นๆ ผู้ทำธุรกิจจึงจำเป็นต้องอาศัยเงินกู้ยืม ซึ่งส่วนใหญ่ได้จากสถาบันการเงิน สถาบันการเงินจึงช่วยทำให้ระบบการตลาดมีประสิทธิภาพดีขึ้น

1.3.3) การยอมรับความเสี่ยงภัย (Risk- Bearing) ความเสี่ยงในที่นี้ หมายถึง ความเสี่ยงต่อการขาดทุนจากการทำธุรกิจ ซึ่งเกิดขึ้นได้เสมอ ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจเกิดขึ้นได้ 2 แบบ คือ ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk) เกิดจากการเน่าเสียและการสูญเสียตัวสินค้าที่ทำธุรกิจ ในขณะที่ครอบครองสินค้านั้นอยู่ เป็นต้นว่า สูญเสียคุณภาพ สูญเสียน้ำหนัก หรือเกิดจากไฟไหม้และภัยธรรมชาติอื่นและความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk) คือ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าสินค้านั้นเมื่อขาย เกิดขึ้นเนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมการดำเนินงานของคู่ต่อสู้เปลี่ยนแปลงไป หรืออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไป (กรณีที่มีการค้าระหว่างประเทศหรือกู้ยืมเงินทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุน) ผู้ทำธุรกิจจะต้องติดตามสิ่งแวดล้อมภายนอกตลอดเวลา เพื่อให้สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ได้ทัน

1.3.4) ข่าวสารการตลาด (Market Intelligence) เป็นกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับทุกๆ คน ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต นักการตลาดหรือผู้บริโภค โดยเฉพาะกับสินค้าที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ทราบว่าอุปทานอยู่ที่ใด ความเคลื่อนไหวทางด้านปริมาณและราคาเป็นอย่างไร แหล่งอุปสงค์อยู่ที่ใด และความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณที่อุปสงค์เป็นอย่างไร ปราศจากข่าวสารการตลาด นักการตลาดไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ นักการตลาดจึงต้องติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวสารการตลาดตลอดเวลาเพื่อการปรับตัวของธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

2) วิธีการตลาด หมายถึง การแสดงให้ทราบว่าสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตแล้วไปสู่คนกลางประเภทใดบ้าง คนกลางแต่ละประเภทได้รับในปริมาณเท่าใด ก่อนสินค้านั้นไปสู่มือผู้บริโภค คนสุดท้าย โดยปกติจะแสดงปริมาณในรูปร้อยละ สินค้าบางชนิดก่อนเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตอาจมีรูปร่างอย่างหนึ่งแต่เมื่อถึงมือผู้บริโภคอาจมีรูปร่างอีกอย่างหนึ่ง สินค้าบางชนิดอาจเกิดความสูญเสียระหว่างการเคลื่อนย้าย ดังนั้นในการวิเคราะห์วิธีการตลาด จำเป็นต้องยึดถือลักษณะใดลักษณะหนึ่งเป็นหลัก แล้วเทียบลักษณะที่ไม่เหมือนกันให้เป็นหน่วยเดียวกันกับลักษณะที่ยึดเป็นหลัก (สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์, 2546)

3) ส่วนเหลือการตลาด (Marketing Margin) หมายถึง ความแตกต่างระหว่างราคาที่ผู้บริโภคจ่ายหรือราคาขายปลีก (Retail Price: Pr) กับราคาของผู้ผลิตหรือเกษตรกรได้รับ (Farm Price: Pf) เนื่องจากในระบบตลาดสินค้าเกษตรโดยทั่วไปผู้ผลิตและผู้บริโภคมิได้ซื้อขายกันโดยตรง ผู้ผลิตและผู้บริโภคอยู่กันคนละแห่ง ประกอบกับลักษณะสินค้าเกษตรที่ผู้ผลิตผลิตได้ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในลักษณะที่ผู้บริโภคต้องการ จึงต้องมีคนกลางทางการตลาดประเภทต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง

ราคาขายปลีกที่ผู้บริโภคจ่าย สะท้อนถึงอุปสงค์ของผู้บริโภคต่อสินค้านั้น ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาในระดับขายปลีก ซึ่งเรียกว่าอุปสงค์ขั้นปฐมหรือขั้นต้น (Primary



Demand) ซึ่งเป็นความต้องการที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความต้องการต่อปัจจัยการผลิตที่จะไปใช้ผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการในชั้นปฐมดังกล่าว และรวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะถูกนำไปใช้ในกระบวนการตลาด

ความต้องการปัจจัยการผลิตในระดับฟาร์มเป็นความต้องการของเกษตรกร ส่วนปัจจัยที่ใช้ในกระบวนการตลาดเป็นความต้องการของคนกลางประเภทต่างๆ ในการทำธุรกิจ คนกลางไม่ได้เป็นผู้บริโภคสินค้าเอง ซึ่งความต้องการของคนกลางเหล่านี้เรียกว่าอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและราคาในระดับฟาร์ม และระดับคนกลางประเภทต่างๆ ก่อนถึงระดับขายปลีก

โดยมีสูตรที่เกี่ยวข้องกับส่วนเหลือการตลาด ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ส่วนเหลือการตลาด} &= \text{ราคาของผู้บริโภคจ่าย} - \text{ราคาที่เกษตรกรได้รับ} \\ \text{กำไรที่พ่อค้าคนกลางได้รับ} &= \text{ราคาของผู้บริโภคจ่าย} - (\text{ค่าใช้จ่ายทางการตลาด} + \text{ราคาที่เกษตรกรได้รับ}) \end{aligned}$$

ส่วนเหลือการตลาด แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน (สมพร อิศวิลานนท์, 2546) คือ

(1) ต้นทุนการตลาด หมายถึงผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตสินค้า แปรรูปและการทำหน้าที่การตลาดอื่นๆ เช่น การซื้อ การขาย การเก็บรักษา การขนส่ง การเสี่ยงภัย การบริการด้านการเงิน การแข่งขันคุณภาพ เป็นต้นโดยนับตั้งแต่จุดที่สินค้าเริ่มเคลื่อนย้ายจากมือผู้ผลิตหรือเกษตรกรไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้ายผลตอบแทนที่ได้นั้นประกอบไปด้วย ค่าจ้าง ค่าเช่า และค่าดอกเบี้ยซึ่งก็คือผลตอบแทนต่อแรงงาน ที่ดินหรืออาคารสำนักงาน และทุนตามลำดับ ในการพิจารณาต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดจำเป็นต้องทราบถึงวิธีการตลาดของสินค้านั้นโดยเฉพาะสินค้าเกษตรแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เช่น บางอย่างเน่าเสียง่ายบางอย่าง ต้องมีกระบวนการแปรรูปหลายขั้นตอน บางอย่างผลิตได้เฉพาะบางฤดูกาล ทำให้จำนวนคนกลางในตลาดสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันอันเป็นผลให้ส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดแต่ละประเภทจึงมีมากน้อยแตกต่างกันไป

(2) ค่าบริการการตลาด หมายถึงผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางในตลาดแต่ละระดับ อันได้แก่ ผลตอบแทนหรือกำไรต่อการบริการของผู้ขายปลีก ผู้ขายส่ง ผู้รวบรวมรายหน้า และผลตอบแทนต่อกิจกรรมการแปรรูปของพ่อค้าแปรรูป ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางตลาดในแต่ละระดับนั้นจะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า

เมื่อพิจารณาส่วนประกอบของส่วนเหลือการตลาดจะเห็นว่าส่วนเหลือการตลาดจะเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่จะช่วยในการศึกษาพฤติกรรมการค้าและการของระบบการตลาดของสินค้านั้นๆ โดยจะสามารถชี้ให้เห็นว่า เงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะตกไปถึงมือผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้แปรรูป พ่อค้าในระดับตลาดต่างๆ เป็นสัดส่วนเท่าใดผู้ใดและในตลาดระดับใดมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างมากน้อยเพียงใดตลอดจนพ่อค้าในระดับใดได้รับผลตอบแทนเป็นสัดส่วนมากน้อยเพียงใด ทั้งยังช่วยในการวิเคราะห์การตลาดของสินค้านั้นด้วยเมื่อพิจารณาว่าส่วนเหลือการตลาดมีแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งแล้วอาจจะสามารถศึกษาและวิเคราะห์ได้ว่าเหตุใดส่วนเหลือการตลาดของสินค้านั้นๆ มีแนวโน้มไปในลักษณะเช่นนั้นพฤติกรรมส่วนใดในระบบตลาดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนั้น เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนเหลือการค้า (สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์, 2546) ได้แก่

(1) ระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปเปลี่ยนแปลง จะทำให้ราคาสินค้าและค่าใช้จ่ายการค้าเปลี่ยนแปลง ซึ่งก็จะส่งผลให้ส่วนเหลือการค้าเปลี่ยนแปลง

(2) ปริมาณสินค้าที่เข้าสู่ตลาด สินค้าเกษตรกรรมส่วนใหญ่จะออกเป็นฤดูกาล อุปทานจะไม่สม่ำเสมอตลอดปี ช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก และมีผลผลิตส่วนเกินเข้าตลาดมากขึ้น จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดสูงขึ้น ต้นทุนการค้าต่อหน่วยผลผลิตลดลง ระดับราคาขายปลีกก็จะลดลง เป็นผลทำให้ส่วนเหลือการค้าลดลง

(3) การปรับปรุงเทคโนโลยีต่างๆ ของคนกลางทางการตลาดประเภทต่างๆ หากเทคโนโลยีดีขึ้น ต้นทุนการค้าจะลดลง ส่วนเหลือการค้าก็จะลดลง

(4) การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ต้องการสินค้าใดในลักษณะสินค้าสำเร็จรูปมากขึ้น คนกลางก็ต้องเพิ่มบริการการค้ามากขึ้น และให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะทำให้ส่วนเหลือการค้าเพิ่มขึ้น

(5) ลักษณะตลาด ในตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ ระบบข่าวสารไม่ดี พ่อค้าจะได้เปรียบทางการค้า จะสามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าที่ควร พ่อค้าจะได้รับผลตอบแทนหรือกำไรเบื้องต้นสูงเกินควร ทำให้ส่วนเหลือการค้าเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น

(6) การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตต่างๆ

### 2.2.6 แนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทาน

1) การจัดการโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการในการบูรณาการเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างคู่ค้า (Suppliers) และลูกค้าตั้งแต่ต้นน้ำ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของสินค้า-วัตถุดิบ (Origin Upstream) จนสินค้าหรือวัตถุดิบนั้นได้มีการเคลื่อนย้าย จัดเก็บและส่งมอบในแต่ละช่วงของโซ่อุปทานจนสินค้าได้ส่งมอบไปถึงผู้รับคนสุดท้าย (Customers Downstream) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งในเชิงต้นทุนและระยะเวลาในการส่งมอบ (ธนิต โสรรัตน์, 2550)

2) องค์ประกอบของความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน

2.1) การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) เป็นการจัดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบริษัท (Firm) กับคู่ค้าที่เป็น Sources of Suppliers และลูกค้าที่เป็น End Consumers โดยประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการโซ่อุปทานอยู่ที่การจัดการความสมดุลในการพึงพาระหว่างหน่วยงานธุรกิจโซ่อุปทาน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์และอุปทาน การจัดการความสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องพัฒนาไปสู่วัฒนธรรมขององค์กรกับองค์กรมากกว่าการสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นบุคคลที่เป็น Personal Relationship การจัดการความสัมพันธ์ไม่ใช่แค่เป็น “Good Customer” แต่ต้องพัฒนาไปสู่ระดับที่เป็น “Good Partnership” ที่มีความยุติธรรมทางธุรกิจต่อกัน รวมถึงการไว้วางใจและเชื่อถือต่อกัน

2.2) การจัดการความร่วมมือ (Chain Collaborate Management) ระหว่างองค์กรหรือระหว่างหน่วยงานต่างบริษัท (Firm) เพื่อให้เกิดการประสานภารกิจ (Co-Ordination) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารในโซ่อุปทานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์

ซึ่งประสบความสำเร็จล้มเหลว ปัจจัยสำคัญเกิดการขาดประสิทธิภาพของการประสานประโยชน์และความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมทางโลจิสติกส์ร่วมกันในการกระจายสินค้าและส่งมอบสินค้าระหว่างองค์กรต่างๆ ภายในโซ่อุปทานในลักษณะที่เป็นบูรณาการทางธุรกิจ (Business Integration) ซึ่งผลกระทบจากการขาดประสิทธิภาพหน่วยงานใดหรือองค์กรใดในโซ่อุปทาน จะส่งผลต่อต้นทุนรวมและส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของทุกธุรกิจในโซ่อุปทาน

2.3) การจัดการความน่าเชื่อถือ (Reliability Value Management) การเพิ่มระดับของความเชื่อมั่นที่มีต่อการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลา ไปสู่ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือในการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการความไหลลื่นของสินค้าในโซ่อุปทานภายใต้เงื่อนไขของข้อจำกัดของสถานที่ต่อเงื่อนไขของเวลา (Place and Time Utility) จำเป็นที่ต่างฝ่ายจะต้องมีการปฏิบัติกรอย่าง เป็น Best Practice จนนำไปสู่การเชื่อมั่นที่เป็น Reliability Value ซึ่งเป็นปัจจัยในการลดต้นทุนสินค้าคงคลังส่วนเกินหรือเรียกว่า Buffer Inventory

2.4) การรวมพลังทางธุรกิจ (Business Synergy) ความร่วมมือทางธุรกิจในกลุ่มของ Suppliers ในโซ่อุปทาน ทั้งที่มาจากกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เป็น Support Industries เช่น ผู้ผลิตกล่อง ผู้ผลิตสติก ผู้ผลิตวัตถุดิบ วัสดุ-อุปกรณ์ที่ใช้การผลิต บรรจุ ผสม และประกอบ รวมตลอดไปจนถึงธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ โดยบริษัทจะต้องมียุทธศาสตร์ในการจัดการความสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ของคู่ค้า (Suppliers Relationship Management: SRM) กับความสัมพันธ์ของคู่ค้าที่เป็นลูกค้า (Customers Relationship Management: CRM) ทั้งระบบการสื่อสาร การประสานผลประโยชน์ที่เป็น Win-Win Advantage และการใช้ยุทธศาสตร์ร่วมกัน ภายใต้ลูกค้าคนสุดท้ายเดียวกัน

### 3) ความแตกต่างของโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

โลจิสติกส์เป็นกระบวนการที่เน้นกิจกรรมเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายการจัดเก็บ การกระจายสินค้าและบริการ การวางแผนการผลิตและการส่งมอบสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ในขณะที่โซ่อุปทานจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปฏิสัมพันธ์ของกระบวนการต่างๆ ของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กรต่างๆ ให้มีความสอดคล้องสอดประสานในการทำงานร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการส่งมอบสินค้า ภายใต้ต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ โดยความแตกต่างที่ชัดเจนนั้น เห็นได้จากโลจิสติกส์จะเน้นพันธกิจเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการรวมทั้งข้อมูลข่าวสาร ส่วนโซ่อุปทานจะเน้นบทบาทเกี่ยวกับความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างองค์กรเพื่อให้โซ่อุปทานมีความบูรณาการ โดยกิจกรรมของโลจิสติกส์จะดำเนินอยู่ในโซ่อุปทาน ดังนั้นโลจิสติกส์และโซ่อุปทานจึงเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นบูรณาการยากที่จะแยกแยะ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ในการศึกษาสุกรตลอดโซ่อุปทานในครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาด้วยการเชื่อมต่อของกิจกรรมในการผลิตและส่งมอบสินค้าสุกรชำแหละ โดยจะเริ่มต้นจากฟาร์มเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรอิสระไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งจะประกอบด้วยผู้ส่งมอบสินค้าสุกรชำแหละ ประกอบด้วย ผู้เลี้ยงสุกรผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต และผู้ค้าปลีกสุกรชำแหละ

### บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

#### 3.1 ข้อมูลการผลิต ราคา และการตลาดสุกร

##### 3.1.1 จำนวนคร้วเรือน ปริมาณการผลิต การส่งออก และการบริโภคสุกร

ปี 2558-2560 จำนวนคร้วเรือนเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรลดลงในอัตราร้อยละ 3.1 การผลิตสุกรของไทยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 11.6 ต่อปี ปริมาณสุกรที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ใช้ในการบริโภคภายในประเทศถึงร้อยละ 97 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ในขณะที่การส่งออกสุกรเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ของไทยมีเพียงร้อยละ 0.7 ของปริมาณการผลิตสุกรทั้งหมด โดยการบริโภคสุกรภายในประเทศของไทยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 12.9 ต่อปี การส่งออกของไทยลดลงในอัตราร้อยละ 20.2 ต่อปี (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 จำนวนคร้วเรือน ปริมาณการผลิต การส่งออก และการบริโภคสุกร ปี 2558-2560

รายการ	2558	2559	2560	อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)
จำนวนคร้วเรือน <sup>1/</sup> (คร้วเรือน)	177,381	174,600	166,481	-3.1
ปริมาณการผลิต <sup>1/</sup> (ตัว)	16,168,484	18,972,907	20,128,362	11.6
ปริมาณการผลิต <sup>1/</sup> (ตัน)	1,212,636	1,422,968	1,509,627	11.6
ปริมาณการบริโภค <sup>1/</sup> (ตัน)	1,149,806	1,278,876	1,465,204	12.9
ปริมาณส่งออกเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ <sup>2/</sup> (ตัน)	17,078	13,660	10,881	-20.2

ที่มา: <sup>1/</sup> สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร <sup>2/</sup> กรมศุลกากร

##### 3.1.2 ปริมาณการผลิตสุกรของพื้นที่ทำการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ทำการวิจัยในพื้นที่เลี้ยงสุกร 7 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัดราชบุรี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ลพบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ และนครศรีธรรมราช ใช้ข้อมูลการผลิตสุกรในปี 2560 ซึ่งประเทศไทยมีปริมาณการผลิตสุกรทั้งสิ้น 19,811,978 ตัว และจังหวัดที่ทำการวิจัยมีปริมาณการผลิตสุกรรวมกันทั้งสิ้น 10,262,069 ตัว คิดเป็นร้อยละ 51.69 ของปริมาณการผลิตสุกรทั้งหมด โดยจังหวัดที่มีปริมาณการผลิตสุกรมากที่สุด คือ จังหวัดราชบุรี มีสัดส่วนการผลิตสุกรร้อยละ 32.02 ของปริมาณการผลิตสุกรทั้งหมด รองลงมา คือ จังหวัดชลบุรี นครราชสีมา ฉะเชิงเทรา ลพบุรี นครศรีธรรมราช และเชียงใหม่ (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 ปริมาณการผลิตสุกรปี 2559-2560 ของพื้นที่ที่ทำการวิจัย

หน่วย : ตัว

จังหวัด	2558		2559		2560	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ราชบุรี	4,188,787	25.91	5,907,027	31.13	6,343,556	32.02
ชลบุรี	1,223,048	7.56	1,359,296	7.16	1,438,679	7.26
นครราชสีมา	552,739	3.42	593,808	3.13	668,034	3.37
ฉะเชิงเทรา	837,229	5.18	842,922	4.44	603,532	3.05
ลพบุรี	388,193	2.40	483,688	2.55	504,970	2.55
นครศรีธรรมราช	315,489	1.95	396,254	2.09	394,629	1.99
เชียงใหม่	329,582	2.04	347,248	1.83	308,669	1.56
<b>รวม 7 จังหวัด</b>	<b>7,835,067</b>	<b>48.46</b>	<b>9,930,243</b>	<b>52.34</b>	<b>10,262,069</b>	<b>51.80</b>
<b>รวมทั้งประเทศ</b>	<b>16,169,675</b>	<b>100.00</b>	<b>18,974,086</b>	<b>100.000</b>	<b>19,811,978</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561

### 3.1.3 ราคาสุกรมีชีวิตที่เกษตรกรขายได้

ราคาสุกรมีชีวิตที่เกษตรกรขายได้ปี 2561 โดยเฉลี่ยตัวละ 55.68 บาท ซึ่งต่ำกว่าปี 2559-60 จะเห็นได้ว่าช่วงเดือนมกราคม – มิถุนายน 2561 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ทำการเก็บข้อมูลในการวิจัย เป็นช่วงเวลาที่ราคาสุกรมีชีวิตที่เกษตรกรขายได้ตกต่ำ ซึ่งราคาต่ำกว่าเดือนมกราคม – มิถุนายน 2559-60 (ตารางที่ 3.3) โดยการศึกษาครั้งนี้จึงใช้ราคาของเดือนมิถุนายน 2561 มาใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด และส่วนเหลือมตลาด

## ตารางที่ 3.3 ราคาสุกรมี่ชีวิตที่เกษตรกรขายได้รายเดือน ปี 2558 - 2561

หน่วย : บาท/กก.

เดือน	ปี			
	2558	2559	2560	2561
มกราคม	64.92	64.74	61.30	48.22
กุมภาพันธ์	62.99	64.91	60.72	47.90
มีนาคม	62.18	64.61	59.03	46.55
เมษายน	65.15	66.33	60.35	54.40
พฤษภาคม	66.15	70.44	63.86	57.37
มิถุนายน	68.20	71.92	63.04	56.86
กรกฎาคม	68.35	70.67	60.53	57.54
สิงหาคม	68.23	70.08	60.50	59.45
กันยายน	69.36	68.42	59.86	60.12
ตุลาคม	67.08	65.25	54.89	59.48
พฤศจิกายน	65.60	64.01	53.10	60.31
ธันวาคม	64.65	61.93	50.55	60.11
<b>ราคาเฉลี่ย</b>	<b>66.08</b>	<b>66.96</b>	<b>59.01</b>	<b>55.68</b>

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562

## 3.1.4 ประเภทการเลี้ยง

ผู้เลี้ยงสุกร แบ่งตามประเภทการเลี้ยงออกเป็น 3 ประเภท คือ แบบอิสระ รั้งจ้างเลี้ยง และประกันราคา

## 1) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ

การเลี้ยงสุกรอิสระ ผู้เลี้ยงเป็นผู้ลงทุนเองทั้งหมด มีอิสระในการดำเนินงาน ทั้งวิธีการเลี้ยง การจัดการฟาร์ม การซื้อปัจจัยการผลิต และการขายสุกร ทำให้มีโอกาสได้รับกำไรสูงในช่วงที่สุกรมีราคาดี แต่ก็มีโอกาสขาดทุนมากเช่นเดียวกันในช่วงที่สุกรราคาตกต่ำ ต้องรับภาระความเสี่ยงทั้งในด้านต้นทุนการเลี้ยง และราคาสุกร ซึ่งประเภทการเลี้ยงสุกรอิสระ สามารถแบ่งประเภทตามวัตถุประสงค์การเลี้ยงได้ดังนี้

1.1) แบบเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์สำหรับผลิตลูกสุกรขุนจำหน่ายอย่างเดียว เพื่อขายให้กับผู้เลี้ยงสุกรขุนที่ไม่มีสุกรแม่พันธุ์เอง ลูกสุกรหลังหย่านม (อายุ 21-28 วัน) จะถูกนำไปเลี้ยงต่อจนได้น้ำหนัก 12-20 กิโลกรัม อายุ 45-60 วัน แล้วขายออกไปเป็นลูกสุกรสำหรับขุน แต่ผู้เลี้ยงบางรายจะขายลูกสุกรทันทีเมื่อหย่านม ซึ่งมักเป็นผู้เลี้ยงรายย่อย

1.2) แบบเลี้ยงสุกรพันธุ์และขุน เป็นการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกรสำหรับขุนเอง ซึ่งอาจจะขุนเองทั้งหมดหรือขายลูกสุกรบางส่วน ขึ้นอยู่กับภาวะราคาสุกร หากเป็นภาวะที่ราคาสุกรตกต่ำ

ความต้องการซื้อลูกสุกรจะลดลง อาจส่งผลให้ผู้เลี้ยงจะต้องเลี้ยงขุนเองทั้งหมด โดยสุกรแม่พันธุ์อาจซื้อหรือผลิตเอง

1.3) แบบเลี้ยงสุกรขุน หรือซื้อลูกสุกรมาขุน เป็นการซื้อลูกสุกรมาเลี้ยงขุน โดยจะเลี้ยงขุนต่อจนได้น้ำหนักประมาณ 100 กิโลกรัมจึงขาย ระยะเวลาขุน 4-5 เดือนแล้วแต่น้ำหนักลูกสุกรที่ซื้อ

1.4) แบบเลี้ยงสุกรหลายประเภท โดยผลิตสุกรพ่อแม่พันธุ์จำหน่ายทั้งพันธุ์แท้ แม่พันธุ์สองสาย ลูกสุกรขุน และเลี้ยงสุกรขุน ผู้เลี้ยงเหล่านี้มักเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นฟาร์มในรูปบริษัท มีธุรกิจครบวงจรหรือเกือบครบวงจร บริษัทที่มีธุรกิจครบวงจรส่วนใหญ่จะประกอบด้วยธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ ผลิตและจำหน่ายสุกรพันธุ์/ลูกสุกร นำเข้าและจำหน่ายเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ มีฟาร์มสุกรของบริษัทเองและฟาร์มที่ทำเกษตรพันธสัญญากับบริษัทคู่สัญญา มีโรงฆ่าชำแหละสุกรและโรงงานแปรรูปเพื่อผลิตเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์จำหน่ายภายในประเทศและส่งออก

## 2) ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง

การเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง แบ่งออกเป็น การเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกร และการเลี้ยงสุกรขุน โดยผู้รับจ้างเลี้ยงต้องลงทุนด้านที่ดิน โรงเรือน อุปกรณ์ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ นอกจากค่าพันธุ์สุกร ค่าอาหาร ค่ายาและวัคซีน ซึ่งเป็นของบริษัทผู้จ้าง และผู้เลี้ยงต้องปฏิบัติตามวิธีการเลี้ยงและการจัดการที่แนะนำภายใต้การกำกับดูแลของเจ้าหน้าที่จากบริษัท โดยบริษัทจะให้ค่าตอบแทนหรือค่าจ้าง ดังนี้

2.1.1) กรณีผลิตลูกสุกร ให้ค่าจ้างตามจำนวนลูกสุกรหย่านมที่ผลิตได้ โดยมีค่าจ้างขั้นต่ำต่อตัวบวกด้วยค่าประสิทธิภาพการเลี้ยงที่เกินเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทกำหนด เช่น อัตราการผสมติด อัตราการเข้าคลอด น้ำหนักลูกสุกร อัตราการสูญเสีย เป็นต้น และมีการหักค่าจ้างหากต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

2.1.2) กรณีสุกรขุน ให้ค่าจ้างขั้นต่ำตามน้ำหนักสุกรที่เพิ่มขึ้นต่อกิโลกรัม บวกด้วยค่าประสิทธิภาพการเลี้ยงที่เกินเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทกำหนด เช่น อัตราการสูญเสีย อัตราการเจริญเติบโต (Average Daily Gain: ADG) ประสิทธิภาพการใช้อาหาร (Feed Conversion Ratio: FCR) เป็นต้น และมีการหักค่าจ้างหากต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

การเลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยง มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพราะบริษัทสามารถขยายการเลี้ยงโดยไม่ต้องลงทุนด้านที่ดิน โรงเรือน และแรงงาน ขณะที่ผู้รับจ้างเลี้ยงไม่ต้องเสี่ยงกับภาวะราคาที่ผันผวน ผลตอบแทนขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการเลี้ยง อย่างไรก็ตาม ผลตอบแทนที่ได้อยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก คือในระดับที่พอเลี้ยงตัวและจ่ายชำระหนี้เงินกู้ได้

## 3) การเลี้ยงสุกรประกันราคา

การเลี้ยงสุกรประกันราคา มีลักษณะเดียวกับการเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง คือ เลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกร และเลี้ยงสุกรขุน กรณีนี้ค่าลงทุนและค่าใช้จ่ายเป็นของผู้เลี้ยงทั้งหมด บริษัทจะประกันราคา รับซื้อ ราคาพันธุ์และราคาอาหาร การกำหนดราคาประกันอาจกำหนดต่อปีหรือต่อรุ่น และผู้เลี้ยงต้องปฏิบัติตามวิธีการเลี้ยงและการจัดการที่บริษัทแนะนำเช่นเดียวกับการรับจ้างเลี้ยง แต่การกำกับดูแลไม่เข้มงวดเท่า เนื่องจากการลงทุนทั้งหมดเป็นของผู้เลี้ยงเอง

โดยการเลี้ยงสุกรในลักษณะนี้ ผู้เลี้ยงสุกรมีความเสี่ยงน้อยกว่าแบบอิสระ เพราะมีตลาดรับซื้อที่แน่นอนและขายได้ในราคาประกัน แต่ก็ได้รับผลตอบแทนจำกัด โอกาสที่จะได้กำไรมากเป็นไปได้ยาก เพราะบริษัทเป็นผู้กำหนดราคาปัจจัยการผลิตและราคาซื้อ

### 3) เปรียบเทียบการเลี้ยงสุกรอิสระ รับจ้างเลี้ยง และประกันราคา

การเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาจะทำการเลี้ยงสุกรขุนเพื่อส่งมอบหรือจำหน่ายให้แก่บริษัทคู่สัญญา ซึ่งมีความเสี่ยงต่ำกว่าผู้เลี้ยงอิสระ ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงได้รับค่าจ้างที่แน่นอน ส่วนผู้เลี้ยงสุกรประกันราคามีตลาดรับซื้อสุกรที่แน่นอนและขายสุกรได้ในราคาประกัน โดยบริษัทคู่สัญญาได้รับประโยชน์คือ สามารถขยายฐานการผลิตได้โดยไม่ต้องลงทุนมาก และสามารถขยายตลาดปัจจัยการผลิตด้วย แต่โอกาสที่ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาจะได้รับกำไรจากการเลี้ยงสุกรมากแบบผู้เลี้ยงสุกรอิสระนั้น เป็นไปได้ยาก เนื่องจากบริษัทเป็นผู้กำหนดค่าจ้างเลี้ยง ราคาปัจจัยการผลิต และราคาซื้อสุกร โดยเปรียบเทียบการเลี้ยงสุกรแต่ละประเภท ได้ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 เปรียบเทียบการเลี้ยงสุกรอิสระ รับจ้างเลี้ยง และประกันราคา

รายการ	อิสระ	รับจ้างเลี้ยง	ประกันราคา
การลงทุน	ผู้เลี้ยงลงทุนเองทั้งหมด	ผู้เลี้ยงลงทุนเฉพาะค่าที่ดิน โรงเรือน อุปกรณ์ และ ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงต่างๆ ยกเว้นพันธุ์สุกร อาหารสัตว์ และยาสัตว์	ผู้เลี้ยงลงทุนเองทั้งหมด
ปัจจัยการผลิต	ผู้เลี้ยงมีอิสระในการจัดหา ปัจจัยการผลิตเอง	บริษัทคู่สัญญามีสถานะเป็น เจ้าของปัจจัยการผลิต คือ พันธุ์สุกร อาหารสัตว์ และยา สัตว์ รวมทั้งจัดหาและ รับผิดชอบค่าขนส่งปัจจัยการ ผลิตดังกล่าวให้แก่เกษตรกร	ผู้เลี้ยงต้องซื้ออาหารสัตว์จาก บริษัทในราคาที่ตกลง ล่วงหน้า ในขณะที่พันธุ์สุกร นั้น แล้วแต่การตกลงกับ บริษัท ซึ่งผู้เลี้ยงมีอิสระ ในการซื้อยาสัตว์
การเลี้ยงและการจัดการ	ผู้เลี้ยงมีอิสระในการเลือก วิธีการเลี้ยงและการ จัดการฟาร์ม	ผู้เลี้ยงจะต้องปฏิบัติตาม วิธีการเลี้ยงและการจัดการ ฟาร์มที่บริษัทแนะนำภายใต้ การกำกับดูแลของบริษัท โดยบริษัทมีหน่วยงานที่ดูแล ให้คำปรึกษาแก่ผู้เลี้ยง	ผู้เลี้ยงจะต้องปฏิบัติตาม วิธีการเลี้ยงและการจัดการ ฟาร์มที่บริษัทแนะนำภายใต้ การกำกับดูแลของบริษัท โดยบริษัทมีหน่วยงานที่ดูแล ให้คำปรึกษาแก่ผู้เลี้ยง
การจำหน่ายผลผลิต	ผู้เลี้ยงมีอิสระในการ ตัดสินใจจำหน่ายสุกร ให้กับผู้รับซื้อผู้ใดก็ได้	ผู้เลี้ยงต้องส่งมอบสุกร ทั้งหมดให้กับบริษัทโดยได้รับ ค่าจ้างตามที่บริษัทกำหนด	ผู้เลี้ยงต้องจำหน่ายสุกรให้กับ บริษัทในราคาประกันตาม เงื่อนไขที่กำหนด



ตารางที่ 3.4 เปรียบเทียบการเลี้ยงสุกรอิสระ รับจ้างเลี้ยง และประกันราคา (ต่อ)

รายการ	อิสระ	รับจ้างเลี้ยง	ประกันราคา
ศักยภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้เลี้ยงมีอิสระในการดำเนินงาน ทั้งการเลี้ยง ซื้อปัจจัยการผลิต และขายผลผลิต</li> <li>ผู้เลี้ยงมีโอกาสได้รับกำไรสูงถ้าอยู่ในช่วงที่สุกรมีราคาดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้เลี้ยงไม่ต้องหาตลาด เนื่องจากบริษัทคู่สัญญา มีสถานะเป็นเจ้าของสุกร ซึ่งบริษัทรับคินทั้งหมด</li> <li>ผู้เลี้ยงไม่ต้องรับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสุกร ราคาปัจจัยการผลิต</li> <li>ในกรณีที่เกิดปัญหาด้านการเลี้ยง เช่น สุกรป่วย/เป็นโรคที่ทำให้ผลผลิตเสียหายมาก ผู้เลี้ยงรับภาระขาดทุนน้อยกว่าการเลี้ยงแบบประกันราคาและอิสระ</li> <li>ผู้เลี้ยงได้รับการแนะนำวิธีการเลี้ยงและการจัดการที่ถูกต้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้เลี้ยงมีตลาดรับซื้อสุกรที่แน่นอนและขายได้ในราคาประกัน</li> <li>ผู้เลี้ยงไม่ต้องรับภาระความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสุกร และราคาปัจจัยการผลิต</li> <li>ผู้เลี้ยงได้รับการแนะนำวิธีการเลี้ยงและการจัดการที่ถูกต้อง</li> </ul>
ข้อจำกัด	ต้องรับภาระความเสี่ยงทั้งในด้านต้นทุนการเลี้ยง และการเปลี่ยนแปลงของราคาสุกร	ผลตอบแทนจำกัด โอกาสที่จะได้กำไรมากเป็นไปได้ยาก เนื่องจากบริษัทเป็นผู้กำหนดค่าจ้างเลี้ยง	ผลตอบแทนจำกัด โอกาสที่จะได้กำไรมากเป็นไปได้ยาก เพราะบริษัทเป็นผู้กำหนดราคาปัจจัยการผลิตและราคาซื้อ

ที่มา : จากการสำรวจ

### 3.2 ลักษณะทั่วไปของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรที่ทำการวิจัย

#### 3.2.1 ประเภทของการเลี้ยงสุกร

จากการวิจัย พบว่า ผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่ เป็นผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ร้อยละ 51.8 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุน รองลงมาเป็นการเลี้ยงอิสระสุกรขุน โดยมีการเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง ร้อยละ 44.6 และประกันราคา ร้อยละ 3.6 (ตารางที่ 3.5) ซึ่งการเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาจะทำสัญญาส่งมอบหรือจำหน่ายกับบริษัทคู่สัญญา

### ตารางที่ 3.5 ประเภทของการเลี้ยงสุกร

หน่วย : ครัวเรือน

ประเภทการเลี้ยงสุกร	จำนวน	ร้อยละ
อิสระสุกรพันธุ์และขุน	51	45.5
อิสระสุกรขุน	7	6.3
รับจ้างเลี้ยง	50	44.6
ประกันราคา	4	3.6
<b>รวม</b>	<b>112</b>	<b>100.0</b>

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 3.2.2 เพศของผู้เลี้ยงสุกร

จากการวิจัย พบว่า ผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.8 เพศหญิง ร้อยละ 40.2 เมื่อพิจารณาถึงการเลี้ยงสุกร พบว่า ผู้เลี้ยงแบบอิสระส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 37.5 ในขณะที่ผู้เลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 25.9 ซึ่งการเลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคานั้นเป็นการลดความเสี่ยงด้านราคาและตลาด กล่าวได้ว่าเกษตรกรที่เป็นเพศหญิงมีความต้องการเสี่ยงในด้านราคาและตลาดน้อยกว่าเกษตรกรที่เป็นเพศชาย จึงเลือกที่จะทำการเกษตรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคามากกว่า (ตารางที่ 3.6)

### ตารางที่ 3.6 เพศของผู้เลี้ยงสุกร

หน่วย : ครัวเรือน

เพศ	แบบอิสระ	แบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา	รวม
ชาย	42 (37.5)	25 (22.3)	67 (59.8)
หญิง	16 (14.3)	29 (25.9)	45 (40.2)
<b>รวม</b>	<b>58 (51.8)</b>	<b>54 (48.2)</b>	<b>112 (100)</b>

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงเป็นร้อยละ

#### 3.2.3 อายุของผู้เลี้ยงสุกร

จากการวิจัย พบว่า ผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 40-49 ปี และ 59-60 ปี ร้อยละ 31.3 เท่ากัน รองลงมาคือ 61 ปีขึ้นไป และ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.3 และ 15.2 ตามลำดับ ในขณะที่อายุเฉลี่ยของผู้เลี้ยงสุกรคือ 50.7 ปี โดยอายุเฉลี่ยของผู้เลี้ยงสุกรอิสระ (52.3 ปี) มากกว่าอายุเฉลี่ยของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา (49.1 ปี) กล่าวได้ว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่มีอายุไม่มาก โดยผู้เลี้ยงสุกรที่มีอายุมากกว่าต้องการโอกาสที่จะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่าแม้จะได้รับความเสี่ยงด้านราคาและตลาดที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรที่มีอายุน้อยกว่ามีความต้องการความเสี่ยงด้านราคาและตลาดน้อยกว่า (ตารางที่ 3.7)

### ตารางที่ 3.7 อายุของผู้เลี้ยงสุกร

หน่วย : ครั้วเรือน

ช่วงอายุ (ปี)	แบบอิสระ	แบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา	รวม
30-39	9 (8.0)	8 (7.1)	17 (15.1)
40-49	16 (14.3)	19 (17.0)	35 (31.3)
59-60	16 (14.3)	19 (17.0)	35 (31.3)
61 ปีขึ้นไป	17 (15.2)	8 (7.1)	25 (22.3)
<b>อายุเฉลี่ย</b>	<b>52.3</b>	<b>49.1</b>	<b>50.7</b>
<b>รวม</b>	<b>58 (51.8)</b>	<b>54 (48.2)</b>	<b>112 (100)</b>

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงเป็นร้อยละ

#### 3.2.4 ประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกร

จากการวิจัย พบว่า ผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกร 21 ปีขึ้นไป ร้อยละ 25 รองลงมาคือ 6-10 ปี 16-20 ปี 1-5 ปี และ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.4, 21.4, 16.1 และ 16.1 ตามลำดับ ซึ่งประสบการณ์เฉลี่ยในการเลี้ยงสุกรคือ 16.3 ปี โดยประสบการณ์เฉลี่ยของผู้เลี้ยงแบบอิสระ (20.2 ปี) จะมากกว่าประสบการณ์เฉลี่ยของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา (12.1 ปี) กล่าวได้ว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในเลี้ยงสุกรสุกรมานาน ซึ่งผู้เลี้ยงอิสระเลี้ยงสุกรมานานทำให้มีความสนใจที่จะเลี้ยงแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาน้อยกว่า (ตารางที่ 3.8)

### ตารางที่ 3.8 ประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกร

หน่วย : ครั้วเรือน

ประสบการณ์ (ปี)	แบบอิสระ	แบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา	รวม
1-5	5 (4.5)	13 (11.6)	18 (16.1)
6-10	8 (7.1)	16 (14.3)	24 (21.4)
11-15	7 (6.3)	11 (9.8)	18 (16.1)
16-20	15 (13.4)	9 (8.0)	24 (21.4)
21 ปีขึ้นไป	23 (20.5)	5 (4.5)	28 (25)
<b>เฉลี่ย</b>	<b>20.2</b>	<b>12.1</b>	<b>16.3</b>
<b>รวม</b>	<b>58 (51.8)</b>	<b>54 (48.2)</b>	<b>112 (100)</b>

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงเป็นร้อยละ

### 3.2.5 ระบบโรงเรือน

จากการวิจัย พบว่า ผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่ มีระบบโรงเรือนแบบปิด ร้อยละ 53.6 ซึ่งผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ส่วนใหญ่ใช้ระบบโรงเรือนแบบเปิด ร้อยละ 44.6 เนื่องจากการเลี้ยงสุกรระบบปิดมีค่าใช้จ่ายด้านโรงเรือนค่อนข้างสูง รวมทั้งราคาที่ได้รับจากการทำระบบโรงเรือนแต่ละลักษณะไม่มีความแตกต่างกันมากนัก จึงตัดสินใจทำระบบโรงเรือนแบบเปิด ในขณะที่การเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา ส่วนใหญ่ใช้ระบบโรงเรือนแบบปิด ร้อยละ 46.4 เนื่องจากบริษัทคู่สัญญา มีสถานะเป็นเจ้าของสุกร จึงต้องการที่จะให้ผู้เลี้ยงทำระบบโรงเรือนแบบปิดเพื่อป้องกันความเสียหายจากโรคระบาด มีประสิทธิภาพในการผลิต โดยมีค่าตอบแทนแก่ผู้เลี้ยงสุกรที่ทำโรงเรือนแบบปิด จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาเลี้ยงสุกรโดยใช้ระบบโรงเรือนแบบปิด (ตารางที่ 3.9)

ตารางที่ 3.9 ระบบโรงเรือนของผู้เลี้ยงสุกร

หน่วย : ครัวเรือน

ระบบโรงเรือน	แบบอิสระ	แบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา	รวม
ระบบเปิด	50 (44.6)	2 (1.8)	52 (46.4)
ระบบปิด	8 (7.2)	52 (46.4)	60 (53.6)
<b>รวม</b>	<b>58 (51.8)</b>	<b>54 (48.2)</b>	<b>112 (100)</b>

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงเป็นร้อยละ

### 3.2.6 ขนาดฟาร์มสุกร

จากการวิจัย พบว่า ผู้เลี้ยงสุกรส่วนใหญ่เลี้ยงเป็นฟาร์มขนาดกลาง ร้อยละ 56.3 รองลงมาคือฟาร์มขนาดเล็ก ฟาร์มรายย่อย และฟาร์มขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 22.3, 14.3 และ 7.1 ตามลำดับ ซึ่งเกษตรกรผู้เลี้ยงแบบอิสระ ส่วนใหญ่จะเป็นฟาร์มขนาดเล็ก ร้อยละ 17.0 ในขณะที่ขนาดฟาร์มรายย่อยและฟาร์มขนาดกลาง มีจำนวนที่ใกล้เคียงกันที่ ร้อยละ 14.3 ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา ส่วนใหญ่เป็นฟาร์มขนาดกลาง ร้อยละ 42.0 มีฟาร์มขนาดเล็กเพียงไม่กี่ราย โดยไม่มีฟาร์มรายย่อยเลย (ตารางที่ 3.10)

### ตารางที่ 3.10 ขนาดฟาร์มสุกร แบ่งตามประเภทการเลี้ยงสุกร

หน่วย : ครัวเรือน

ขนาดฟาร์ม	แบบอิสระ	แบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา	รวม
รายย่อย (<50 ตัว)	16 (14.3)	0 (0)	16 (14.3)
ขนาดเล็ก (50-499 ตัว)	19 (17.0)	6 (5.4)	25 (22.3)
ขนาดกลาง (500-5,000 ตัว)	16 (14.3)	47 (42.0)	63 (56.3)
ขนาดใหญ่ (>5,000 ตัว)	7 (6.3)	1 (0.9)	8 (7.1)
<b>รวม</b>	<b>58 (51.8)</b>	<b>54 (48.2)</b>	<b>112 (100)</b>

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงเป็นร้อยละ

### 3.3 วิธีการตลาดสุกร

จากการวิจัยสามารถแบ่งวิธีการตลาดสุกรออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย วิธีการตลาดสุกรอิสระ และวิธีการตลาดสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา อธิบายได้ดังนี้

#### 3.3.1 วิธีการตลาดสุกรอิสระตลอดโซ่อุปทาน

วิธีการตลาดสุกรอิสระ อธิบายได้ดังภาพที่ 3.1 ดังนี้

1) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ หรือต้นน้ำของวิธีการตลาดสุกรอิสระ ส่วนใหญ่ทำการจำหน่ายผ่านทางผู้ค้าสุกรชำแหละ ร้อยละ 43.6 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ รองลงมาคือ ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือบริษัทที่จำหน่ายสุกรชำแหละ และจำหน่ายผู้บริโภคโดยตรง ร้อยละ 31.3 15.1 และ 10.0 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ามีผู้เลี้ยงสุกรอิสระบางส่วนทำการชำแหละสุกรเพื่อจำหน่ายผู้บริโภคโดยตรง แต่กิจกรรมดังกล่าวเป็นการบริหารจัดการผลผลิตส่วนเกิน (Over Supply) ในฟาร์มเท่านั้น ไม่ได้เป็นกิจกรรมหลัก จึงจำเป็นต้องมีการพึ่งพาการจำหน่ายไปยังผู้ค้าสุกรชำแหละ ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต รวมถึงร้านค้าปลีกสมัยใหม่

2) ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต จะอยู่ส่วนกลางน้ำของวิธีการตลาดสุกรแบบอิสระ โดยผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะทำการรวบรวมสุกรมีชีวิตจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระทั้งหมด คิดเป็น ร้อยละ 31.3 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ โดยส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าสุกรชำแหละ ร้อยละ 29.7 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ และทำการส่งออกไปประเทศเพื่อนบ้าน ร้อยละ 1.6 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ ทั้งนี้สุกรที่ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจำหน่ายนั้น จะเป็นสุกรมีชีวิตทั้งหมด

กล่าวได้ว่า ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ทำหน้าที่เป็นคนกลางในซื้อขายสุกรระหว่างฟาร์มสุกรกับผู้ค้าสุกรชำแหละ โดยผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะทำการรวบรวมสุกรจากฟาร์มทุกขนาดในท้องถิ่นหรือจากแหล่งผลิตที่สำคัญ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกในการหาช่องทางจำหน่ายสุกรให้กับผู้เลี้ยงสุกร รวมถึงอำนวยความสะดวกในการจัดหาสุกรให้กับผู้ค้าสุกรชำแหละ ทำให้ผู้ค้าสุกรชำแหละไม่ต้องเสียเวลาในการจัดหาสุกรรวมทั้งการต่อรองราคากันระหว่างผู้เลี้ยงสุกรและผู้ค้าสุกรชำแหละ นอกจากนี้ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตบางรายจะ

ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งออกสุกรมี่ชีวิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ลาว โดยกระบวนการจัดการที่สำคัญของผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต ประกอบด้วย

2.1) รวบรวมความต้องการสุกรจากผู้ค้าสุกรชำแหละ ผู้รวบรวมสุกรจะทำการรับคำสั่งซื้อรวมไปถึงสอบถามปริมาณความต้องการสุกรจากผู้ค้าสุกรชำแหละ ซึ่งอาจจะมีหลายราย เพื่อรวบรวมความต้องการสุกรในการจัดหาแต่ละรอบการรวบรวมและการจัดส่ง

2.2) รวบรวมความต้องการจำหน่ายจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกร ผู้รวบรวมสุกรจะทำการแจ้งความต้องการซื้อ รวมไปถึงสอบถามปริมาณสุกรที่ผู้เลี้ยงสุกรต้องการจำหน่าย เพื่อจัดการรวบรวมสุกรในแต่ละรอบการรวบรวมและจัดส่ง

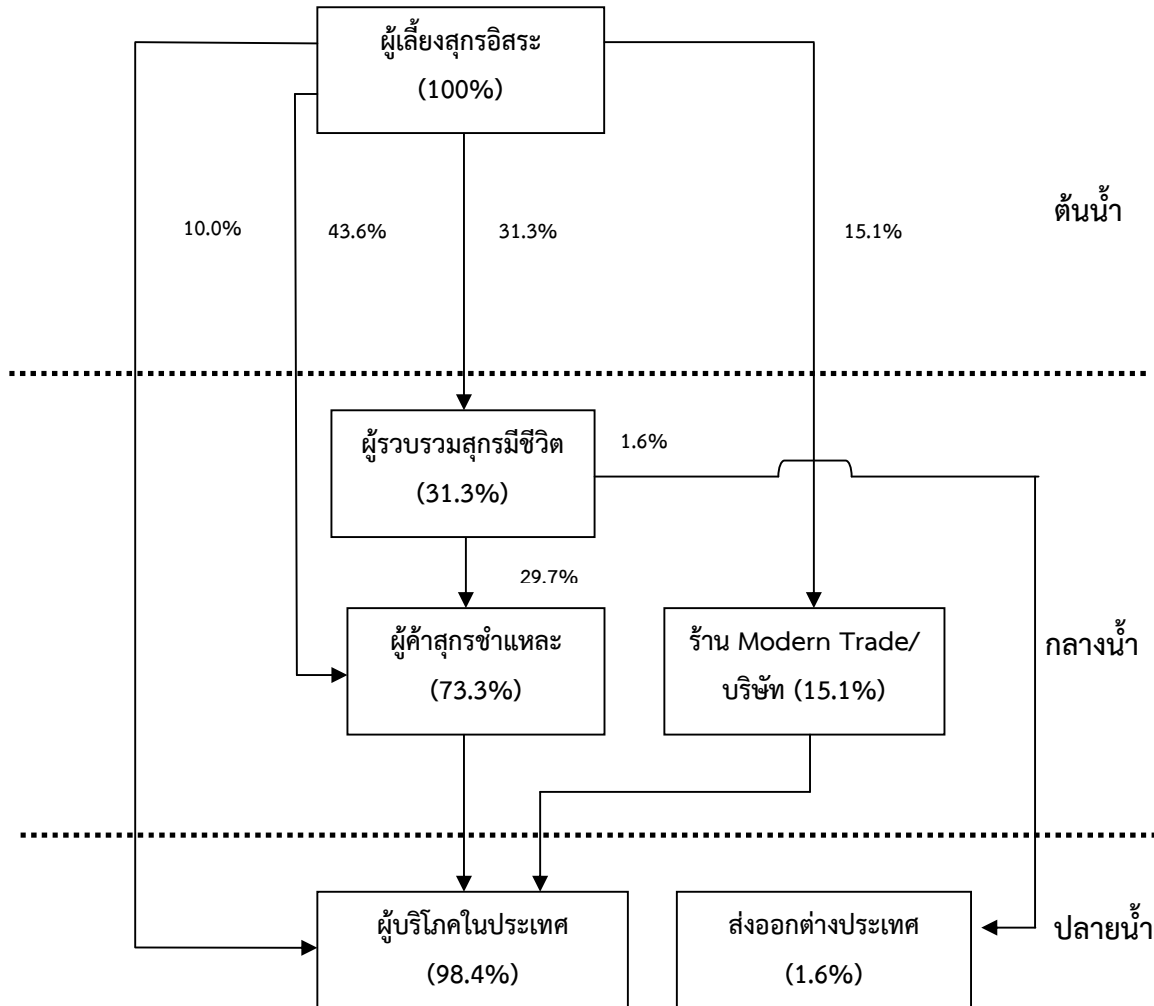
2.3) ต่อรองราคากับผู้ค้าสุกรชำแหละ และฟาร์มผู้เลี้ยงสุกร โดยส่วนมากผู้รวบรวมสุกรจะมีต้นทุนจากการบริหารจัดการในการจัดหาและจัดจำหน่ายสุกรมี่ชีวิต ซึ่งแปรผันไปตามต้นทุนค่าขนส่ง ค่าแรงงาน และน้ำหนักสูญเสียระหว่างการขนส่ง ผู้รวบรวมสุกรจึงต้องทำการต่อรองราคากับผู้ค้าสุกรชำแหละ และฟาร์มผู้เลี้ยงสุกร เพื่อให้ได้รับรายได้ที่คุ้มค่างกับต้นทุนที่เกิดขึ้น ซึ่งส่วนต่างที่ทำการต่อรองส่วนมากจะขึ้นอยู่กับระยะทางในการขนส่งจากฟาร์มไปยังผู้ค้าสุกรชำแหละ แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ 1) กรณีในพื้นที่เดียวกัน ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะต่อรองเพื่อให้ได้รับส่วนต่างของราคา ประมาณ 2 บาทต่อกิโลกรัม 2) กรณีต่างพื้นที่ ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะต่อรองเพื่อให้ได้รับส่วนต่างของราคา ประมาณ 4 บาทต่อกิโลกรัม

3) ผู้ค้าสุกรชำแหละ จะอยู่ส่วนกลางน้ำของวิธีการตลาดสุกรแบบอิสระ ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ จะรวมทั้งผู้ค้าสุกรชำแหละแบบขายส่งและแบบขายปลีก โดยผู้ค้าสุกรชำแหละส่วนใหญ่จะทำการซื้อสุกรมี่ชีวิตจากเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรแบบอิสระ คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ รองลงมาคือผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต คิดเป็นร้อยละ 29.7 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ จากนั้นผู้ค้าสุกรชำแหละจะทำการฆ่าสุกรและทำการชำแหละสุกรเพื่อจำหน่าย โดยผู้ค้าสุกรชำแหละที่เป็นผู้ค้าขายส่งบางรายจะมีโรงฆ่าและชำแหละสุกรเอง ทั้งนี้ผู้ค้าขายส่งบางรายจะจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าขายปลีกเพื่อไปจำหน่ายต่อ รวมทั้งจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง ในขณะที่ผู้ค้าขายปลีกจะจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคเป็นหลัก

4) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือบริษัทที่จำหน่ายสุกรชำแหละ จะอยู่ส่วนกลางน้ำของวิธีการตลาดสุกรอิสระ ซึ่งร้านค้าดังกล่าวจะเป็นร้านค้าที่จำหน่ายเนื้อสุกรชำแหละผ่านทางซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุกรชำแหละของบริษัท โดยจะซื้อสุกรมี่ชีวิตจากผู้เลี้ยงสุกรแบบอิสระ คิดเป็นร้อยละ 15.1 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ ซึ่งร้านค้าดังกล่าวมีการซื้อสุกรทั้งในส่วนของสุกรมี่ชีวิตเพื่อนำมาฆ่าชำแหละต่อ และสุกรที่ผ่านการฆ่าชำแหละมาแล้ว และจะทำการจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค

5) ผู้บริโภคในประเทศ หรือปลายน้ำของวิธีการตลาดสุกรอิสระ สุกรเกือบทั้งหมดจะจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 98.4 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงอิสระ ซึ่งเป็นสุกรที่ผ่านการฆ่าและชำแหละแล้ว ส่วนใหญ่ทำการซื้อผ่านทางผู้ค้าสุกรชำแหละ รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าสุกรชำแหละของผู้เลี้ยงสุกรแบบอิสระ คิดเป็นร้อยละ 73.3 15.1 และ 10.0 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระตามลำดับ โดยในส่วนของผู้บริโภคมีทั้งซื้อเพื่อบริโภคในครัวเรือน และซื้อเพื่อนำไปประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายในรูปแบบของร้านอาหารต่างๆ

6) การส่งออกต่างประเทศ หรือปลายน้ำของวิธีการตลาดสุกรอิสระ สุกรทั้งหมดเป็นสุกรมีชีวิต รวมทั้งส่งออกโดยผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 1.6 ของจำนวนสุกรที่เลี้ยงแบบอิสระ โดยประเทศปลายทางที่ทำการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา และลาว



ภาพที่ 3.1 วิธีการตลาดสุกรอิสระ

ที่มา : จากการสำรวจ

### 3.3.2 วิธีการตลาดสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา

วิธีการตลาดสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา อธิบายดังภาพที่ 3.2 ดังนี้

1) ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา จะทำการจำหน่ายสุกรทั้งหมด (100 %) ให้แก่บริษัทคู่สัญญา เนื่องจากมีการทำสัญญาว่าจ้างเลี้ยงสุกรและสัญญาซื้อขายร่วมกัน

2) บริษัทคู่สัญญาจำหน่ายทั้งสุกรชำแหละและสุกรมีชีวิต ส่วนใหญ่ทำการจำหน่ายเป็นสุกรชำแหละ ร้อยละ 70 ของจำนวนสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา ซึ่งบริษัทมีทั้งในส่วนจ้างชำแหละสุกร และมีโรงฆ่าชำแหละของตนเอง โดยทั้งหมดจำหน่ายให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือบริษัทที่

จำหน่ายสุกรชำแหละ ในส่วนของสุกรมีชีวิต จะจำหน่ายไปยังผู้ค้าสุกรชำแหละ และผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ร้อยละ 25 และ 5 ของจำนวนสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา ตามลำดับ

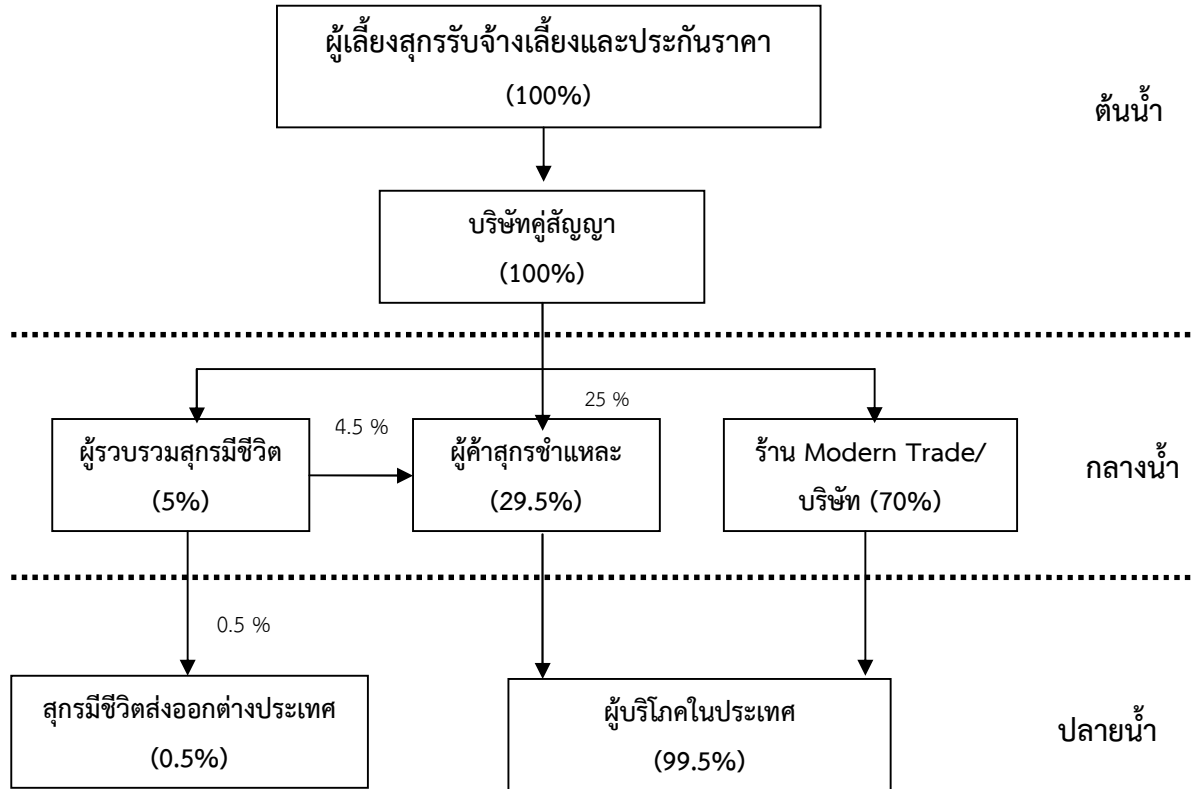
3) ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต หากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตไม่สามารถจัดหาสุกรมีชีวิตจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ได้ตามคำสั่งซื้อสุกรมีชีวิต ทางผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะทำการจัดซื้อสุกรมีชีวิตจากทางบริษัท คิดเป็น ร้อยละ 5 ของจำนวนสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา โดยส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าสุกรชำแหละ และทำการส่งออกต่างประเทศเพื่อนบ้าน ร้อยละ 4.5 และ 0.5 ของจำนวนสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา ตามลำดับ

4) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือบริษัทที่จำหน่ายสุกรชำแหละ ร้านค้าดังกล่าวเป็นร้านค้าที่จำหน่ายเนื้อสุกรชำแหละผ่านทางซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น เทสโก้ โลตัส, บิ๊กซี เป็นต้น หรือร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุกรชำแหละของบริษัท เช่น ร้าน เบทาโกร ซ็อบ ซีพี เฟรชมาร์ท หรือ หมูอินเตอร์ เป็นต้น โดยจะรับขึ้นส่วนสุกรที่ชำแหละแล้วจากบริษัทแล้วทำการจำหน่ายในร้านของตนให้แก่ผู้บริโภคในประเทศเป็นหลัก

5) ผู้ค้าสุกรชำแหละ เป็นผู้ค้าเอกชนทั่วไป โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในตลาดท้องถิ่น ซึ่งจะทำการซื้อสุกรมีชีวิตทั้งจากบริษัทเองโดยตรง และจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต แล้วทำการว่าจ้างฆ่าชำแหละเอง โดยทำการจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในประเทศ ซึ่งเป็นผู้บริโภคในท้องถิ่นเป็นหลัก

6) ผู้บริโภค เป็นการจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศเกือบทั้งหมด ในเป็นรูปแบบสุกรชำแหละ ร้อยละ 99.5 ของจำนวนสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา โดยในส่วนของผู้บริโภคมุ่งซื้อเพื่อบริโภคในครัวเรือน และซื้อเพื่อนำไปประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายในรูปแบบของร้านอาหารต่างๆ โดยมีการส่งออกเป็นส่วนน้อยในรูปแบบสุกรมีชีวิตเพียงร้อยละ 0.5 ของจำนวนสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา





ภาพที่ 3.2 วิธีการตลาดสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา  
ที่มา : จากการสำรวจ

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

### 4.1 ต้นทุนการผลิตสุกร

การผลิตสุกรมี 3 ประเภท การเลี้ยงแบบอิสระ แบบรับจ้างเลี้ยง และแบบประกันราคา ซึ่งแต่ละประเภทมีต้นทุนการผลิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นการวิจัยที่เกี่ยวกับต้นทุนการผลิตสุกรจึงแบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังกล่าว มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1.1 ต้นทุนการผลิตของผู้เลี้ยงสุกรอิสระ

การเลี้ยงสุกรอิสระ มี 2 แบบ คือ แบบสุกรพันธุ์และขุน มีสัดส่วนร้อยละ 45.5 ของกลุ่มตัวอย่าง และแบบสุกรขุน ร้อยละ 6.3 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ แบบสุกรขุน นิยมขุนสุกร 2 ขนาดน้ำหนัก คือ ขนาด 6-100 กิโลกรัม และ 16-100 กิโลกรัม ดังนั้น การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตสุกรแบบอิสระ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ต้นทุนการผลิตลูกสุกร ขนาด 6 และ 16 กิโลกรัม และ 2) ต้นทุนการผลิตสุกรขนาด 100 กิโลกรัม

##### 1) ต้นทุนการผลิตลูกสุกร

ต้นทุนการผลิตลูกสุกร ประกอบด้วย 1) ต้นทุนผันแปร คือ ค่าอาหารพ่อแม่พันธุ์และลูกสุกร ค่าแรงงาน ค่ายาป้องกันและรักษาโรคของพ่อแม่พันธุ์และลูกสุกร ค่าน้ำ-ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าซื้ออุปกรณ์ ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ และค่าเสียโอกาสเงินลงทุนที่คิดจากค่าใช้จ่ายผันแปรที่เป็นเงินสด (โดยใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 7) ซึ่งต้นทุนผันแปรส่วนใหญ่เป็นต้นทุนที่เป็นเงินสด นอกจากค่าแรงงาน ครอบครัวและค่าเสียโอกาสเงินลงทุน และ 2) ต้นทุนคงที่ คือ ค่าใช้ที่ดิน ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์ ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์ ค่าเสื่อมราคาพ่อแม่พันธุ์สุกร และค่าเสียโอกาสพ่อแม่พันธุ์สุกร

##### 1.1) ต้นทุนการผลิตลูกสุกรขนาด 6 กิโลกรัม

การผลิตลูกสุกรขนาด 6 กิโลกรัม ใช้ระยะเวลาการเลี้ยง 28 วัน มีต้นทุนการผลิต ตัวละ 1,034.49 บาท เป็นต้นทุนผันแปร 876.78 บาท หรือร้อยละ 84.75 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด เป็นต้นทุนคงที่ 157.71 บาท หรือร้อยละ 15.25 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ลูกสุกรที่จำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสุกรรายอื่น เพื่อนำไปขุนต่อ ขายได้ในราคาเฉลี่ยตัวละ 1,200.00 บาท ผู้เลี้ยงลูกสุกรขนาด 6 กิโลกรัม มีกำไรตัวละ 165.51 บาท (ตารางที่ 4.1)

##### 1.2) ต้นทุนการผลิตลูกสุกรขนาด 16 กิโลกรัม

การผลิตลูกสุกรขนาด 16 กิโลกรัม ใช้ระยะเวลาการเลี้ยง 45 วัน มีต้นทุนการผลิต ตัวละ 1,453.66 บาท เป็นต้นทุนผันแปร 1,256.41 บาท หรือร้อยละ 86.43 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด เป็นต้นทุนคงที่ 197.25 บาท หรือร้อยละ 13.57 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ลูกสุกรที่จำหน่ายให้กับผู้เลี้ยงสุกรรายอื่น เพื่อนำไปขุนต่อ ขายได้ในราคาเฉลี่ยตัวละ 1,600 บาท เกษตรกรผู้ผลิตลูกสุกรขนาด 16 กิโลกรัม มีกำไรตัวละ 146.34 บาท (ตารางที่ 4.2)

จะเห็นได้ว่า การจำหน่ายลูกสุกรขนาดน้ำหนัก 6 กิโลกรัม จะได้กำไรมากกว่า การจำหน่ายลูกสุกรขนาดน้ำหนัก 16 กิโลกรัม เนื่องจากระยะเวลาการเลี้ยงที่นานกว่า ส่งผลให้มีภาระต้นทุน

ค่าอาหารสูงกว่า โดยการผลิตลูกสุกรขนาดน้ำหนัก 6 กิโลกรัม มีต้นทุนค่าอาหารตัวละ 178.59 บาท ในขณะที่การผลิตลูกสุกรขนาดน้ำหนัก 16 กิโลกรัม มีต้นทุนค่าอาหารตัวละ 367.15 บาท

#### ตารางที่ 4.1 ต้นทุนการผลิตลูกสุกรน้ำหนัก 6 กิโลกรัม

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 6 กิโลกรัม

รายการ	บาท/การผลิตลูกสุกร 1 ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ต้นทุนผันแปร</b>				
ค่าอาหาร				
- พ่อแม่พันธุ์	512.51		512.51	49.54
- ลูกสุกร	178.59		178.59	17.26
ค่าแรงงาน	35.91		35.91	3.47
ค่ายาป้องกันและรักษาโรค				
- พ่อแม่พันธุ์	13.81		13.81	1.33
- ลูกสุกร	53.25		53.25	5.15
ค่าน้ำ-ไฟฟ้า และอื่น ๆ	4.86		4.86	0.47
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	2.43		2.43	0.24
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	18.06		18.06	1.75
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		57.36	57.36	5.54
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>819.42</b>	<b>57.36</b>	<b>876.78</b>	<b>84.75</b>
<b>ต้นทุนคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		0.81	0.81	0.08
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		25.41	25.41	2.45
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		33.70	33.70	3.26
ค่าเสื่อมราคาพ่อแม่พันธุ์		69.38	69.38	6.71
ค่าเสียโอกาสพ่อแม่พันธุ์		28.41	28.41	2.75
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>		<b>157.71</b>	<b>157.71</b>	<b>15.25</b>
<b>รวมต้นทุนทั้งหมด</b>	<b>819.42</b>	<b>215.07</b>	<b>1,034.49</b>	<b>100.00</b>
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			1,200.00	
กำไร/ขาดทุนเหนือต้นทุนผันแปร (บาท/ตัว)			323.22	
กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)			165.51	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

ตารางที่ 4.2 ต้นทุนการผลิตลูกสุกรน้ำหนัก 16 กิโลกรัม

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 16 กิโลกรัม

รายการ	บาท/การผลิตลูกสุกร 1 ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ต้นทุนผันแปร</b>				
ค่าอาหาร				
- พ่อแม่พันธุ์	597.82		597.82	41.13
- ลูกสุกร	367.15		367.15	25.26
ค่าแรงงาน	47.16	7.53	54.69	3.76
ค่ายาป้องกันและรักษาโรค				
- พ่อแม่พันธุ์	13.81		13.81	0.95
- ลูกสุกร	101.25		101.25	6.97
ค่าน้ำ-ไฟฟ้า และอื่น ๆ	7.84		7.84	0.53
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	3.92		3.92	0.27
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	29.13		29.13	2.00
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		80.80	80.80	5.56
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>1,168.08</b>	<b>88.33</b>	<b>1,256.41</b>	<b>86.43</b>
<b>ต้นทุนคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		1.30	1.30	0.09
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		50.55	50.55	3.48
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		47.61	47.61	3.28
ค่าเสื่อมราคาพ่อแม่พันธุ์		69.38	69.38	4.77
ค่าเสียโอกาสพ่อแม่พันธุ์		28.41	28.41	1.95
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>		<b>197.25</b>	<b>197.25</b>	<b>13.57</b>
<b>รวมต้นทุนทั้งหมด</b>	<b>1,168.08</b>	<b>285.58</b>	<b>1,453.66</b>	<b>100.00</b>
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			1,600.00	
กำไร/ขาดทุนเหนือต้นทุนผันแปร (บาท/ตัว)			343.59	
กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)			146.34	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

2) ต้นทุนการผลิตสุกรขนาด 100 กิโลกรัม

2.1) ต้นทุนการผลิตสุกรพันธุ์และขุน

ผู้เลี้ยงอิสระแบบสุกรพันธุ์และขุน ส่วนใหญ่เริ่มขุนลูกสุกรที่ขนาดน้ำหนัก 6 กิโลกรัม จึงใช้ต้นทุนค่าพันธุ์จากต้นทุนการผลิตลูกสุกรน้ำหนัก 6 กิโลกรัม ใช้ระยะเวลาการเลี้ยง 4.5-5 เดือน จากการวิเคราะห์ พบว่า มีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,653.85 บาท หรือกิโลกรัมละ 56.54 บาท เป็นต้นทุนผันแปรตัวละ 5,604.23 บาท หรือร้อยละ 99.12 และเป็นต้นทุนคงที่ 49.62 บาท หรือร้อยละ 0.88 ต้นทุนส่วนใหญ่เป็น

ค่าอาหารสุกรและค่าพันธุ์คิดเป็นร้อยละ 65.22 และ 18.30 ของต้นทุนการผลิต ตามลำดับ โดยราคาจำหน่ายใช้ราคาสุกรมีชีวิตที่เกษตรกรขายได้ในเดือนมิถุนายน 2561 ที่ราคากิโลกรัมละ 56.86 บาท หรือตัวละ 5,686 บาท ผู้เลี้ยงสุกรได้กำไรตัวละ 32.15 บาท หรือกิโลกรัมละ 0.32 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.57 ของต้นทุนการผลิต แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะต้นทุนเงินสด ผู้เลี้ยงมีกำไรเหนือต้นทุนเงินสดตัวละ 729.21 บาท หรือกิโลกรัมละ 7.29 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.71 ของต้นทุนที่เป็นเงินสด (ตารางที่ 4.3)

#### ตารางที่ 4.3 ต้นทุนการผลิตสุกรพันธุ์และขุน ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	บาท/ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ต้นทุนผันแปร</b>				
ค่าพันธุ์	819.42	215.07	1,034.49	18.30
ค่าอาหาร	3,687.33		3,687.33	65.22
ค่าแรงงาน	82.92	91.51	174.43	3.09
ค่ายาป้องกันและรักษาโรค	154.45		154.45	2.73
ค่าน้ำ-ไฟฟ้า	113.52		113.52	2.01
ค่าน้ำมัน	11.76		11.76	0.21
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	87.39		87.39	1.55
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		340.86	340.86	6.03
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>4,956.79</b>	<b>647.44</b>	<b>5,604.23</b>	<b>99.12</b>
<b>ต้นทุนคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		3.96	3.96	0.07
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		30.20	30.20	0.53
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		15.46	15.46	0.27
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>		<b>49.62</b>	<b>49.62</b>	<b>0.88</b>
<b>รวมต้นทุนทั้งหมด</b>	<b>4,956.79</b>	<b>697.06</b>	<b>5,653.85</b>	<b>100.00</b>
<b>ต้นทุนผันแปรต่อกิโลกรัม (บาท)</b>			<b>56.04</b>	
<b>ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม (บาท)</b>			<b>56.54</b>	
<b>ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)</b>			<b>56.86</b>	
<b>ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)</b>			<b>5,686.00</b>	
<b>กำไร/ขาดทุนเหนือต้นทุนผันแปร (บาท/กก.)</b>			<b>0.82</b>	
<b>กำไร/ขาดทุน (บาท/กก.)</b>			<b>0.32</b>	
<b>กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)</b>			<b>32.15</b>	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ : ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม หมายถึง เริ่มเลี้ยงหรือขุนสุกรจากน้ำหนัก 6 กิโลกรัม ไปจนถึงน้ำหนักส่งขาย 100 กิโลกรัม

## 2.2) ต้นทุนการผลิตสุกรขุน

จากการสำรวจ พบว่า ผู้เลี้ยงสุกรซื้อลูกสุกรมาเลี้ยงโดยเริ่มขุนสุกรที่น้ำหนักเริ่มต้นแตกต่างกัน ทั้งขนาด 6 กิโลกรัม และ 16 กิโลกรัม ผลการวิเคราะห์ต้นทุนมีดังนี้

### 2.2.1) ต้นทุนการผลิตสุกรขุน ขนาด 6-100 กิโลกรัม

ผู้เลี้ยงสุกรซื้อลูกสุกรขนาด 6 กิโลกรัม ซึ่งค่าพันธุ์เฉลี่ยตัวละ 1,200.00 บาท ซึ่งค่าพันธุ์สุกรนั้นเป็นต้นทุนรายการเดียวที่มีความแตกต่างกับการผลิตสุกรขุน ใช้ระยะเวลาการเลี้ยง 4.5-5 เดือน จากการวิเคราะห์ พบว่า ต้นทุนการผลิตสุกรอิสระแบบซื้อลูกสุกรมาเลี้ยง ขนาด 6-100 กิโลกรัม ปรากฏว่ามีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,846.00 บาท หรือกิโลกรัมละ 58.46 บาท เป็นต้นทุนผันแปรตัวละ 5,796.00 บาท หรือร้อยละ 99.15 และเป็นต้นทุนคงที่ 49.62 บาท หรือร้อยละ 0.85 ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารสุกรและค่าพันธุ์คิดเป็นร้อยละ 63.07 และ 20.53 ของต้นทุนทั้งหมด ตามลำดับ ราคาสุกรที่ขายได้กิโลกรัมละ 56.86 บาท หรือตัวละ 5,686 บาท ผู้เลี้ยงสุกรขาดทุนตัวละ 160.00 บาท หรือกิโลกรัมละ 1.60 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.74 ของต้นทุนการผลิต แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะต้นทุนเงินสด ผู้เลี้ยงมีกำไรเหนือต้นทุนเงินสดตัวละ 348.63 บาท หรือกิโลกรัมละ 3.49 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.53 ของต้นทุนเงินสด (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ต้นทุนการผลิตสุกรขุน ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	บาท/ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ต้นทุนผันแปร</b>				
ค่าพันธุ์	1,200.00		1,200.00	20.53
ค่าอาหาร	3,687.33		3,687.33	63.07
ค่าแรงงาน	82.92	91.51	174.43	2.98
ค่ายาป้องกันและรักษาโรค	154.45		154.45	2.64
ค่าน้ำไฟฟ้า	113.52		113.52	1.94
ค่าน้ำมัน	11.76		11.76	0.20
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	87.39		87.39	1.49
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		367.50	367.50	6.29
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>5,337.37</b>	<b>459.01</b>	<b>5,796.38</b>	<b>99.15</b>
<b>ต้นทุนคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		3.96	3.96	0.07
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		30.2	30.20	0.52
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		15.46	15.46	0.26
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>		<b>49.62</b>	<b>49.62</b>	<b>0.85</b>
<b>รวมต้นทุนทั้งหมด</b>	<b>5,337.37</b>	<b>508.63</b>	<b>5,846.00</b>	<b>100.00</b>
<b>ต้นทุนผันแปรต่อกิโลกรัม (บาท)</b>			<b>57.96</b>	
<b>ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม (บาท)</b>			<b>58.46</b>	
ราคาที่เกิดจากรายได้ (บาท/กก.)			56.86	
ราคาที่เกิดจากรายได้ (บาท/ตัว)			5,686.00	
กำไร/ขาดทุนเหนือต้นทุนผันแปร (บาท/กก.)			-1.10	
กำไร/ขาดทุน (บาท/กก.)			-1.60	
กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)			-160.00	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

2.2.2) ต้นทุนการผลิตสุกรขุน ขนาด 16-100 กิโลกรัม

ผู้เลี้ยงสุกรซื้อลูกสุกรขนาด 16 กิโลกรัม ซึ่งค่าพันธุ์เฉลี่ยตัวละ 1,600.00 บาท จึงเป็นการผลิตสุกรขนาด 16-100 กิโลกรัม ใช้ระยะเวลาการเลี้ยง 4-4.5 เดือน จากการวิเคราะห์ พบว่ามีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,927.85 บาท หรือกิโลกรัมละ 59.28 บาท เป็นต้นทุนผันแปรตัวละ 5,892.43 บาท หรือร้อยละ 99.40 และเป็นต้นทุนคงที่ 35.42 บาท หรือร้อยละ 0.60 ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารสุกรและค่าพันธุ์คิดเป็นร้อยละ 58.81 และ 26.99 ของต้นทุนการผลิต ตามลำดับ ราคาสุกรที่ขายได้เฉลี่ยกิโลกรัมละ 56.86 บาท หรือตัวละ 5,686 บาท ผู้เลี้ยงขาดทุนตัวละ 241.85 บาท หรือกิโลกรัมละ 2.42 บาท คิดเป็น

ร้อยละ 4.08 ของต้นทุนการผลิต แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะต้นทุนเงินสด ผู้เลี้ยงมีกำไรเหนือต้นทุนเงินสดตัวละ 224.81 บาท หรือกิโลกรัมละ 2.25 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.12 ของต้นทุนเงินสด (ตารางที่ 4.5)

#### ตารางที่ 4.5 ต้นทุนการผลิตสุกรขุน ขนาดน้ำหนัก 16-100 กิโลกรัม

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	บาท/ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ต้นทุนผันแปร</b>				
ค่าพันธุ์	1,600.00		1,600.00	26.99
ค่าอาหาร	3,486.24		3,486.24	58.81
ค่าแรงงาน	80.34	83.93	164.27	2.77
ค่ายาป้องกันและรักษาโรค	106.48		106.48	1.80
ค่าน้ำ-ไฟฟ้า	100.9		100.90	1.70
ค่าน้ำมัน	9.55		9.55	0.16
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	77.68		77.68	1.31
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		347.31	347.31	5.86
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>5,461.19</b>	<b>431.24</b>	<b>5,892.43</b>	<b>99.40</b>
<b>ต้นทุนคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		3.46	3.46	0.06
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		21.88	21.88	0.37
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		10.08	10.08	0.17
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>		<b>35.42</b>	<b>35.42</b>	<b>0.60</b>
<b>รวมต้นทุนทั้งหมด</b>	<b>5,461.19</b>	<b>466.66</b>	<b>5,927.85</b>	<b>100.00</b>
<b>ต้นทุนผันแปรต่อกิโลกรัม (บาท)</b>			<b>58.92</b>	
<b>ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม (บาท)</b>			<b>59.28</b>	
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)			56.86	
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			5,686.00	
กำไร/ขาดทุนเหนือต้นทุนผันแปร (บาท/กก.)			-2.06	
กำไร/ขาดทุน (บาท/กก.)			-2.42	
กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)			-241.85	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.1.2 ต้นทุนการผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยง

การผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยง ส่วนใหญ่เริ่มเลี้ยงสุกรตั้งแต่ลูกสุกรหย่านมที่รับมาจากบริษัทคู่สัญญา มีน้ำหนักเริ่มต้นเฉลี่ยตัวละ 6 กิโลกรัม โดยมีมูลค่าพันธุ์เฉลี่ย 1,200 บาทต่อตัว ทำการเลี้ยงจนสุกรมีน้ำหนักเฉลี่ย 100 กิโลกรัม ใช้เวลาเลี้ยง 150 วัน รวมระยะเวลาพักเพื่อทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในโรงเรือนก่อนนำ



ลูกสุกรรุ่นใหม่เข้าเลี้ยง (ระยะเวลาพักเล้า) ตั้งแต่ 1 สัปดาห์ ถึง 1 เดือน โดยต้นทุนการเลี้ยงสุกรแบบรับจ้างเลี้ยง แบ่งเป็นต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสดเช่นเดียวกับต้นทุนของผู้เลี้ยงอิสระ ทั้งนี้ ต้นทุนค่าพันธุ์สุกร ค่าอาหารสุกร ค่ายาป้องกันและรักษาโรค และค่าขนส่ง เป็นค่าใช้จ่ายของทางบริษัทคู่สัญญา ดังนั้นต้นทุนของบริษัทจึงเป็นต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด

การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยง พบว่า มีต้นทุนการผลิต ตัวละ 5,713 บาท เป็นต้นทุนผันแปร 5,511.86 บาท คิดเป็นร้อยละ 96.48 และเป็นต้นทุนคงที่ 201.28 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.52 โดยต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารสุกร และค่าพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 58.61 และ 21.00 ของต้นทุนทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัทคู่สัญญา ทั้งนี้ หากมีสมมติฐานว่าให้ต้นทุนทั้งหมดเป็นของผู้เลี้ยงสุกร และได้รับเงินจากการขายสุกรเท่ากับผู้เลี้ยงสุกรอิสระ คือ ราคาสุกรที่เฉลี่ยกิโลกรัมละ 56.86 บาท หรือตัวละ 5,686 บาท ผู้เลี้ยงสุกรจะขาดทุนตัวละ 27.14 บาท หรือกิโลกรัมละ 0.27 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.48 ของต้นทุนการผลิต (ตารางที่ 4.6)

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายและรายได้ของผู้เลี้ยงสุกรในการรับจ้างเลี้ยงสุกรขุน ซึ่งวิเคราะห์เฉพาะถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นกับผู้เลี้ยงสุกร และผลตอบแทนที่เป็นค่าจ้างเลี้ยงที่ได้รับจากบริษัทคู่สัญญา พบว่า เกษตรกรมีค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุกรขุน ตัวละ 413.78 บาท เป็นค่าใช้จ่ายผันแปร 212.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.36 ค่าใช้จ่ายคงที่ 201.28 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.64 โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าเสียโอกาสโรงเรือน ร้อยละ 26.51 ค่าน้ำ-ค่าไฟฟ้า ร้อยละ 22.06 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์ ร้อยละ 20.41 และค่าแรงงาน ร้อยละ 16.31 โดยบริษัทให้ค่าจ้างเลี้ยงสุกรแก่เกษตรกร เฉลี่ยกิโลกรัมละ 4.44 บาท โดยคำนวณจากน้ำหนักสุกรที่เพิ่มขึ้นจากการเลี้ยงสุกรหยานมจนถึงสุกรขุน ซึ่งมีน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 94 กิโลกรัม รวมค่าจ้างเลี้ยงสุกรที่ผู้เลี้ยงสุกรได้รับเฉลี่ยตัวละ 417.36 บาท ส่งผลให้เกษตรกรผู้รับจ้างเลี้ยงมีกำไรตัวละ 3.58 บาท หรือร้อยละ 0.87 ของค่าใช้จ่ายในการรับจ้างเลี้ยง (ตารางที่ 4.7) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายเฉพาะของบริษัทคู่สัญญา ซึ่งประกอบด้วย ค่าพันธุ์ (1,200.00 บาท) ค่าอาหาร (3,348.53 บาท) ค่ายาป้องกันรักษาโรค (300.00 บาท) ค่าบริหารจัดการฯ (450.00 บาท) และค่าจ้างเลี้ยงสุกร (417.36 บาท) จะพบว่า บริษัทคู่สัญญามีค่าใช้จ่ายในการผลิตสุกรตัวละ 5,715.89 บาท ซึ่งเมื่อบริษัทคู่สัญญาจำหน่ายสุกรมีชีวิตได้ในราคาตัวละ 5,686.00 บาท จะส่งผลให้บริษัทคู่สัญญาขาดทุนตัวละ 29.89 บาท

## ตารางที่ 4.6 ต้นทุนการผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยง

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	บาท/ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ต้นทุนผันแปร</b>				
ค่าพันธุ์*		1,200.00	1,200.00	21.00
ค่าอาหาร*		3,348.53	3,348.53	58.61
ค่าแรงงาน	31.56	35.92	67.48	1.18
ค่ายาป้องกันและรักษาโรค*		300.00	300.00	5.25
ค่าน้ำ-ไฟฟ้า	91.27		91.27	1.60
ค่าน้ำมัน	12.31		12.31	0.22
ค่าบริหารจัดการของบริษัทคู่สัญญา*		450.00	450.00	7.88
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	30.67	-	30.67	0.54
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		11.61	11.61	0.20
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>165.81</b>	<b>5,346.05</b>	<b>5,511.86</b>	<b>96.48</b>
<b>ต้นทุนคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		7.15	7.15	0.13
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		84.45	84.45	1.48
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		109.68	109.68	1.92
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>		<b>201.28</b>	<b>201.28</b>	<b>3.52</b>
<b>รวมต้นทุนทั้งหมด</b>	<b>165.81</b>	<b>5,547.33</b>	<b>5,713.14</b>	<b>100.00</b>
ต้นทุนผันแปรต่อกิโลกรัม (บาท)	1.66	53.46	55.12	
ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม (บาท)	1.66	55.47	57.13	
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)			56.86	
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			5,686.00	
กำไร/ขาดทุนเหนือต้นทุนผันแปร (บาท/กก.)			1.74	
กำไร/ขาดทุน (บาท/กก.)			-0.27	
กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)			-27.14	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ \* หมายถึง ค่าใช้จ่ายของบริษัทที่จ้างเกษตรกรเลี้ยงสุกร

ตารางที่ 4.7 ค่าใช้จ่ายและรายได้การเลี้ยงสุกรของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	บาท/ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ค่าใช้จ่ายผันแปร</b>				
ค่าแรงงาน	31.56	35.92	67.48	16.31
ค่าน้ำ-ไฟฟ้า	91.27		91.27	22.06
ค่าน้ำมัน	12.31		12.31	2.98
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	30.67		30.67	7.41
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		10.77	10.77	2.60
<b>รวมค่าใช้จ่ายผันแปร</b>	<b>165.81</b>	<b>46.69</b>	<b>212.50</b>	<b>51.36</b>
<b>ค่าใช้จ่ายคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		7.15	7.15	1.73
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		84.45	84.45	20.41
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		109.68	109.68	26.51
<b>รวมค่าใช้จ่ายคงที่</b>		<b>201.28</b>	<b>201.28</b>	<b>48.64</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด</b>	<b>165.81</b>	<b>247.97</b>	<b>413.78</b>	<b>100.00</b>
<b>ค่าจ้างเลี้ยงสุกร (บาท/กก.)</b>			<b>4.44</b>	
<b>ค่าจ้างเลี้ยงสุกร (94 กก. X 4.44 บาท) (บาท/ตัว)</b>			<b>417.36</b>	
<b>กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)</b>			<b>3.58</b>	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.1.3 ต้นทุนการผลิตสุกรประกันราคา

การผลิตสุกรประกันราคา ส่วนใหญ่เริ่มเลี้ยงสุกรตั้งแต่ลูกสุกรหย่านมที่มีแหล่งที่มาจากบริษัทคู่สัญญา มีน้ำหนักเริ่มต้นเฉลี่ยตัวละ 6 กิโลกรัม มูลค่าเฉลี่ย 1,200 บาทต่อตัว เลี้ยงจนสุกรขุนมีน้ำหนักเฉลี่ย 100 กิโลกรัม โดยต้นทุนการผลิตสุกรประกันราคาแบ่งเป็นต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสดเช่นเดียวกับต้นทุนของผู้เลี้ยงสุกรอิสระ แต่ต้องเลี้ยงสุกรตามที่บริษัทคู่สัญญากำหนด โดยได้รับราคาประกันตามที่ตกลงกับบริษัทคู่สัญญา เฉลี่ยที่ 60 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตสุกรประกันราคา จากน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม ปรากฏว่ามีต้นทุนการผลิตตัวละ 6,035.17 บาท หรือกิโลกรัมละ 60.35 บาท เป็นต้นทุนผันแปรตัวละ 5,944.35 บาท หรือร้อยละ 98.50 และเป็นต้นทุนคงที่ 90.82 บาท หรือร้อยละ 1.50 ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารสุกรและค่าพันธุ์คิดเป็นร้อยละ 66.44 และ 19.88 ของต้นทุนทั้งหมด ตามลำดับ รวมร้อยละ 86.32 ราคาสุกรที่ขายได้เฉลี่ยกิโลกรัมละ 60.00 บาท หรือตัวละ 6,000 บาท ผู้เลี้ยงสุกรประกันราคาจะขาดทุน ตัวละ 35.17 บาท หรือกิโลกรัมละ 0.35 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.58 ของต้นทุนการผลิต แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะต้นทุนเงินสด ผู้เลี้ยง

สูตรแบบประกันราคามีกำไรเหนือต้นทุนเงินสดตัวละ 510.37 บาท หรือกิโลกรัมละ 5.10 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.30 ของต้นทุนเงินสด (ตารางที่ 4.8)

#### ตารางที่ 4.8 ต้นทุนการผลิตสูตรประกันราคา

หน่วย : บาท/สูตรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	บาท/ตัว			ร้อยละ
	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
<b>ต้นทุนผันแปร</b>				
ค่าพันธุ์	1,200.00		1,200.00	19.88
ค่าอาหาร	4,009.50		4,009.50	66.44
ค่าแรงงาน		70.45	70.45	1.17
ค่ายาป้องกันและรักษาโรค	203.33		203.33	3.37
ค่าน้ำ-ไฟฟ้า	24.50		24.50	0.41
ค่าน้ำมัน	10.25		10.25	0.17
ค่าซ่อมแซม ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ	42.05		42.05	0.70
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน		384.27	384.27	6.37
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>5,489.63</b>	<b>454.72</b>	<b>5,944.35</b>	<b>98.50</b>
<b>ต้นทุนคงที่</b>				
ค่าใช้ที่ดิน		5.91	5.91	0.10
ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์		57.32	57.32	0.95
ค่าเสียโอกาสโรงเรือนฯ		27.59	27.59	0.46
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>		<b>90.82</b>	<b>90.82</b>	<b>1.50</b>
<b>รวมต้นทุนทั้งหมด</b>	<b>5,489.63</b>	<b>545.54</b>	<b>6,035.17</b>	<b>100.00</b>
ต้นทุนผันแปรต่อกิโลกรัม (บาท)	54.90	4.55	59.44	
ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม (บาท)	54.90	5.46	60.35	
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)			60.00	
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			6,000.00	
กำไร/ขาดทุนเหนือต้นทุนผันแปร (บาท/กก.)			0.56	
กำไร/ขาดทุน (บาท/กก.)			- 0.35	
กำไร/ขาดทุน (บาท/ตัว)			- 35.17	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.1.4 การเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตสุกรอิสระ รั้งจ้างเลี้ยง และประกันราคา

การเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตสุกรอิสระ รั้งจ้างเลี้ยง และประกันราคา จะใช้ข้อมูล 3 ประเภท เพื่อมาเปรียบเทียบการเลี้ยงสุกรเริ่มต้นที่ขนาด 6 กิโลกรัมเท่ากัน ประกอบด้วย 1) ต้นทุนการผลิตสุกรพันธุ์ และขุน หรือแบบผลิตลูกสุกรเอง ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม เนื่องจากเป็นประเภทการเลี้ยงแบบอิสระที่มากที่สุด 2) ต้นทุนการผลิตสุกรแบบรั้งจ้างเลี้ยง และ 3) ต้นทุนการผลิตสุกรแบบประกันราคา ดังนี้

1) ต้นทุนค่าอาหาร เป็นต้นทุนการผลิตที่สูงที่สุดของการผลิตสุกรทั้งสามประเภท โดยผู้เลี้ยงสุกรประกันราคาจะมีต้นทุนค่าอาหารสูงกว่าประเภทอื่น คือ ตัวละ 4,009.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.44 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ตารางที่ 4.7) รองลงมา คือ ผู้เลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุน มีต้นทุนค่าอาหารตัวละ 3,687.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.22 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ตารางที่ 4.3) และผู้เลี้ยงสุกรรั้งจ้างเลี้ยง มีต้นทุนค่าอาหารตัวละ 3,348.53 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.61 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ตารางที่ 4.6) เนื่องจากผู้เลี้ยงสุกรประกันราคาจะต้องซื้ออาหารจากที่บริษัทคู่สัญญากำหนดไว้เท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัททำให้ต้นทุนค่าอาหารจะสูงกว่าการผลิตประเภทอื่น ทำให้ไม่สามารถควบคุมต้นทุนค่าอาหารได้เต็มที่ แตกต่างจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระซึ่งสามารถปรับสูตรอาหารได้ ทำให้สามารถควบคุมค่าอาหารได้ดีกว่า ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรรั้งจ้างเลี้ยงจะได้รับอาหารจากบริษัทคู่สัญญา เป็นค่าใช้จ่ายของบริษัทเอง และบริษัทนั้นจะทำการผลิตอาหารสุกรในคราวละมากๆ ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ทำให้ต้นทุนค่าอาหารสุกรต่ำกว่าการผลิตประเภทอื่น

2) ต้นทุนค่าพันธุ์สุกร เป็นต้นทุนการผลิตที่สูงเป็นลำดับที่สองในการผลิตสุกรทั้งสามประเภท โดยผู้เลี้ยงอิสระ มีต้นทุนค่าพันธุ์สุกรต่ำที่สุด คือ ตัวละ 1,034.49 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.30 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ตารางที่ 4.3) ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรรั้งจ้างเลี้ยง มีต้นทุนค่าพันธุ์สุกรตัวละ 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.00 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ตารางที่ 4.6) และผู้เลี้ยงสุกรประกันราคา มีต้นทุนค่าพันธุ์สุกรตัวละ 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.88 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ตารางที่ 4.8) เนื่องจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระสามารถผลิตลูกสุกรเองเพื่อลดค่าพันธุ์สุกรได้ ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรรั้งจ้างเลี้ยงและประกันราคาต้องใช้พันธุ์สุกรจากบริษัทคู่สัญญา ซึ่งใช้ราคาตลาดอ้างอิง เนื่องจากบริษัทคู่สัญญาต้องการให้เกษตรกรใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานของบริษัทเพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด อย่างไรก็ตามผู้เลี้ยงสุกรรั้งจ้างเลี้ยงบริษัทคู่สัญญาจะเป็นผู้รับผิดชอบต้นทุนค่าพันธุ์สุกร

3) ประสิทธิภาพโรงเรือน โดยพิจารณาจากต้นทุนค่าแรงงาน ต้นทุนค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์ และต้นทุนค่าเสียโอกาสโรงเรือน จะเห็นได้ว่าผู้เลี้ยงสุกรอิสระ มีต้นทุนค่าแรงงานตัวละ 174.43 บาท (ตารางที่ 4.3) ซึ่งสูงกว่าผู้เลี้ยงสุกรรั้งจ้างเลี้ยงซึ่งมีต้นทุนค่าแรงงานตัวละ 67.48 บาท (ตารางที่ 4.6) และผู้เลี้ยงสุกรประกันราคาซึ่งมีต้นทุนค่าแรงงานตัวละ 70.45 บาท (ตารางที่ 4.7) เนื่องจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระส่วนใหญ่เลี้ยงสุกรโดยใช้โรงเรือนระบบเปิด และมีการลงทุนเกี่ยวกับโรงเรือนน้อยกว่าแบบอื่น เห็นได้จากผู้เลี้ยงสุกรอิสระแบบผลิตลูกสุกรเองมีต้นทุนค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์ และค่าเสียโอกาสโรงเรือน ต่ำที่สุด คือ ตัวละ 30.20 และ 15.46 บาท ในขณะที่ ผู้เลี้ยงสุกรประกันราคา มีต้นทุนค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์ และค่าเสียโอกาสโรงเรือนตัวละ 57.32 และ 27.59 บาท โดยผู้เลี้ยงสุกรรั้งจ้างเลี้ยงจะมีการลงทุน

มากที่สุด ซึ่งมีต้นทุนค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์ และค่าเสียโอกาสโรงเรือนสูงที่สุด คือ ตัวละ 84.45 และ 109.68 บาท กล่าวได้ว่าเมื่อมีการลงทุนเกี่ยวกับโรงเรือนมากจะทำให้ประสิทธิภาพในการเลี้ยงสุกรเพิ่มขึ้น และใช้แรงงานในการเลี้ยงสุกรลดลง ส่งผลให้การเลี้ยงสุกรอิสระต้องใช้แรงงานมากกว่าการเลี้ยงประเภทอื่นๆ ซึ่งการเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคามีข้อตกลงกับบริษัทคู่สัญญาให้มีโรงเรือนที่ได้มาตรฐานตามความต้องการของบริษัทคู่สัญญา เพื่อให้การเลี้ยงสุกรมีประสิทธิภาพ ทำให้ต้องลงทุนพัฒนาโรงเรือนให้มีต้นทุนเกี่ยวกับโรงเรือนสูงกว่าผู้เลี้ยงสุกรอิสระ นอกจากนี้ ในปัจจุบันแรงงานท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่มีความสนใจที่จะเข้ามาทำงานในส่วนของงานปศุสัตว์ เนื่องจากมีทัศนคติว่างานปศุสัตว์นั้นต้องใช้แรงงานมาก และสกปรก จึงทำให้ต้องหาแรงงานนอกพื้นที่ ตลอดจนแรงงานต่างด้าว ทำให้ต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูแรงงานเพิ่มขึ้น ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะแฝงอยู่ในต้นทุนค่าแรงงาน

4) ต้นทุนค่ายาป้องกันและรักษาโรค ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงมีต้นทุนค่ายาป้องกันและรักษาโรคตัวละ 300 บาท (ตารางที่ 4.6) ซึ่งสูงกว่าผู้เลี้ยงสุกรประเภทอื่น ทั้งผู้เลี้ยงสุกรประกันราคาที่มีต้นทุนค่ายาป้องกันและรักษาโรคตัวละ 203.33 บาท (ตารางที่ 4.8) และผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ซึ่งมีต้นทุนค่ายาป้องกันและรักษาโรคตัวละ 154.45 บาท (ตารางที่ 4.3) เนื่องจากต้นทุนค่ายาป้องกันและรักษาโรคของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงนั้นเป็นต้นทุนของบริษัทคู่สัญญา รวมทั้งบริษัทคู่สัญญาต้องการให้สุกรปลอดภัยจากโรคระบาดและมีการผลิตสุกรที่มีประสิทธิภาพ จึงให้วัคซีนแก่สุกรอย่างเต็มที่ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสุกรเกี่ยวกับค่ายาป้องกันและรักษาโรคสูงกว่าการเลี้ยงแบบอื่นๆ ในขณะที่การเลี้ยงสุกรประกันราคา จำเป็นต้องให้วัคซีนตามข้อตกลงกับบริษัทเท่านั้น ซึ่งผู้เลี้ยงสามารถเลือกไม่ให้วัคซีนบางชนิดได้ จึงทำให้ต้นทุนค่ายาป้องกันและรักษาโรคต่ำกว่าแบบรับจ้างเลี้ยง โดยผู้เลี้ยงสุกรอิสระสามารถเลือกโปรแกรมการให้วัคซีนได้ตามต้องการ ทำให้มีต้นทุนค่ายาป้องกันและรักษาโรคต่ำที่สุด

5) ต้นทุนการผลิตสุกรในภาพรวม ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ มีต้นทุนการผลิตสุกรในภาพรวมต่ำที่สุด คือ ตัวละ 5,653.85 บาท (ตารางที่ 4.3) เนื่องจากสามารถควบคุมการผลิตสุกรได้อย่างอิสระ ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง ซึ่งแม้ว่าจะมีต้นทุนเกี่ยวกับโรงเรือนและค่ายาป้องกันและรักษาโรคที่สูงกว่า แต่มีต้นทุนอาหารสุกรที่ต่ำกว่าการเลี้ยงสุกรแบบอื่น ส่งผลให้มีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,713.14 บาท (ตารางที่ 4.6) ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตสุกรประกันราคาที่มีต้นทุนการผลิตตัวละ 6,035.17 บาท (ตารางที่ 4.8) ซึ่งมีต้นทุนค่าอาหารที่สูงกว่าการเลี้ยงสุกรแบบอื่นๆ

#### 4.1.5 การเปรียบเทียบผลตอบแทนการผลิตสุกรอิสระ รับจ้างเลี้ยง และประกันราคา

1) ผลตอบแทนของผู้เลี้ยงสุกร เนื่องจากช่วงเวลาการสำรวจข้อมูลเป็นช่วงที่ราคารับซื้อสุกรหน้าฟาร์มตกต่ำ ส่งผลให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรบางประเภทเกิดการขาดทุน โดยผู้เลี้ยงสุกรอิสระเป็นผู้ที่ได้ผลตอบแทนสูงที่สุด คือ ได้กำไรตัวละ 32.15 บาท (ตารางที่ 4.3) เนื่องจากสามารถควบคุมการต้นทุนการผลิตของตนเองได้ทั้งระบบ รองลงมาคือ ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง ซึ่งหากคิดต้นทุนแบบเดียวกันกับผู้เลี้ยงสุกรอิสระขาดทุนตัวละ 27.14 บาท (ตารางที่ 4.6) แต่อย่างไรก็ตามหากคิดค่าใช้จ่ายและรายได้ที่แท้จริงของเกษตรกรพบว่าผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงจะได้กำไรตัวละ 3.58 บาท (ตารางที่ 4.7) ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรประกันราคา แม้ว่า

จะได้ราคาตามข้อตกลงกับบริษัทคู่สัญญาสูงกว่าการเลี้ยงสุกรแบบอื่น แต่มีต้นทุนการผลิตสูงกว่าการเลี้ยงสุกรแบบอื่น ส่งผลให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรประกันราคาขาดทุนตัวละ 35.17 บาท (ตารางที่ 4.8)

2) เปรียบเทียบผลตอบแทนจากการผลิตสุกร ณ ราคาสุกรที่เกษตรกรได้รับในเดือนมิถุนายน 2558-2561 จากการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการผลิตสุกรได้ใช้ราคา ณ เดือนมิถุนายน 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่ราคาซื้อขายสุกรหน้าฟาร์มตกต่ำ ทำให้ผลตอบแทนจากการเลี้ยงสุกรบางประเภทขาดทุน จึงพิจารณาถึงราคาสุกรหน้าฟาร์มในช่วงเวลาอื่นๆ (ตาราง 3.3) พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตลอดเวลา เห็นได้ว่าราคาสุกรหน้าฟาร์มต่ำกว่ากิโกรัมละ 60 บาท ตั้งแต่เดือนกันยายน 2560 ถึงเดือนตุลาคม 2561 แต่ช่วงอื่นจะมีราคาสูงกว่ากิโกรัมละ 60 บาท กล่าวได้ว่าราคาสุกรมีการเปลี่ยนแปลงเป็นวัฏจักร โดยจะมีช่วงที่ราคาตกต่ำ ณ ระยะเวลาหนึ่งในรอบ 4 ปี แต่ส่วนใหญ่จะได้รับราคาอ่อนข้างดี จึงได้ทำการเปรียบเทียบผลตอบแทนจากการผลิตสุกร ณ ราคาที่เกษตรกรได้รับของเดือนมิถุนายนในปี 2558-2561 โดยให้ข้อสมมติว่าในแต่ละปีมีต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายเท่ากับที่ได้ทำการวิเคราะห์ รวมทั้งค่าจ้างเลี้ยงสุกรและราคาประกัน (ตาราง 4.9) มีดังนี้

ราคาสุกรหน้าฟาร์มเดือนมิถุนายนปี 2558 และ 2559 มีราคาสูง ซึ่งสามารถจำหน่ายได้ในราคาตัวละ 6,820 - 7,192 บาท ในขณะที่ปี 2560 ซึ่งเป็นปีที่ราคาสุกรหน้าฟาร์มเริ่มตกต่ำแต่ยังจำหน่ายได้ในราคาตัวละ 6,304 บาท ซึ่งปี 2561 เป็นปีที่ราคาต่ำที่สุด คือ ตัวละ 5,686 บาท เมื่อพิจารณาถึงผลตอบแทนจากการผลิตสุกรแต่ละประเภท พบว่า การผลิตสุกรอิสระจะได้รับผลตอบแทนสูงสุด ซึ่งในปี 2559-2560 ได้รับกำไร ตัวละ 650.15-1,538.15 บาท แต่ในปี 2561 ได้รับกำไรเพียงตัวละ 32.15 บาท การผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยงจะได้รับผลตอบแทนรองลงมา โดยผลตอบแทนจากต้นทุนการผลิต ในปี 2558 - 2560 ได้กำไรตัวละ 590.86-1,478 บาท โดยในปี 2561 ขาดทุนตัวละ 27.14 บาท หากพิจารณาถึงผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงของบริษัทคู่สัญญา จะได้กำไรในปี 2559-2560 ตัวละ 588.11-1,476.11 บาท ซึ่งในปี 2561 ขาดทุนตัวละ 29.89 บาท ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง ได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างเลี้ยงเท่านั้น จึงได้ผลตอบแทนเท่ากันทุกปี คือ กำไรตัวละ 3.58 บาท เช่นเดียวกับผู้เลี้ยงสุกรประกันราคา ซึ่งจำหน่ายสุกรได้รับราคาตามราคาประกันจึงมีผลตอบแทนเท่ากันทุกปี คือ ขาดทุนตัวละ 35.17 บาท

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า ผู้เลี้ยงสุกรอิสระมีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการเลี้ยงสุกรประเภทอื่น แต่ก็มีความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสุกรหน้าฟาร์ม ราคาปัจจัยการผลิต และการหาตลาดเพื่อจำหน่ายสุกร เช่นเดียวกับบริษัทคู่สัญญาของการเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงมีโอกาสและความเสี่ยงเช่นเดียวกับผู้เลี้ยงสุกรอิสระ เนื่องจากเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและผู้ลงทุนส่วนใหญ่ในการเลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง แม้ว่าผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาไม่ต้องรับความเสี่ยงต่างๆ แต่ไม่มีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนสูงขึ้น แม้ราคาสุกรหน้าฟาร์มจะสูงขึ้น ก็จะได้รับผลตอบแทนเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบผลตอบแทนจากการผลิตสุกร ณ ราคาสุกรที่เกษตรกรได้รับเดือนมิถุนายน  
ปี 2558-2561

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	ปี			
	2558	2559	2560	2561
ราคาที่เกษตรกรขายได้ ณ เดือนมิถุนายน	6,820.00	7,192.00	6,304.00	5,686.00
ผลตอบแทนจากผลิตอึสุกรพันธุ์และขุน (มีต้นทุนการผลิต 5,653.85 บาท/100 กก.)	1,166.15	1,538.15	650.15	32.15
ผลตอบแทนจากผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยง (มีต้นทุนการผลิต 5,713.14บาท/100 กก.)	1,106.86	1,478.86	590.86	-27.14
ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงจากการจ้างเลี้ยงสุกรของบริษัทคู่สัญญา (มีต้นทุนการผลิต 5,715.89บาท/100 กก.)	1,104.11	1,476.11	588.11	-29.89
ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง*	3.58	3.58	3.58	3.58
ผลตอบแทนจากการเลี้ยงสุกรประกันราคา* (มีต้นทุนการผลิต 6,035.17 บาท/100 กก.)	-35.17	-35.17	-35.17	-35.17

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

หมายเหตุ \* หมายถึง ได้รับราคาหน้าฟาร์ม/รับจ้างเลี้ยง เท่ากันทุกปี

#### 4.2 การวิเคราะห์ต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละ

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดจากการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลต้นทุนการตลาดในส่วนของฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา ตลอดจนข้อมูลของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และบริษัทต่างๆ ตลอดจนการส่งออกไปยังต่างประเทศ ดังนั้นการวิเคราะห์ต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละ จึงเป็นการวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลการตลาดจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระเท่านั้น ซึ่งเกษตรกรและผู้ประกอบการที่นำมาวิเคราะห์ต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละในครั้งนี้ จะประกอบด้วย ผู้เลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุน ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต และผู้ค้าสุกรชำแหละ

##### 4.2.1 การวิเคราะห์ต้นทุนและค่าใช้จ่ายการตลาด

- 1) ต้นทุนการตลาดหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าสุกรชำแหละ ประกอบด้วย
  - 1.1) ค่าขนส่ง เป็นค่าขนส่งสุกรมีชีวิตจากฟาร์มถึงโรงฆ่าสัตว์และส่งสุกรชำแหละไปยังแผงค้าของผู้ค้าปลีก ซึ่งเป็นค่าจ้างรถบรรทุกหรือค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้กับรถบรรทุกของผู้ค้าส่งเอง
  - 1.2) ค่าแรงงาน เป็นค่าจ้างแรงงานในการขนส่งสุกรมีชีวิตและสุกรชำแหละ
  - 1.3) ค่าสูญเสียน้ำหนักกระหว่างการขนส่ง น้ำหนักของสุกรมีชีวิตจะลดลงระหว่างการขนส่งจากฟาร์มมายังโรงฆ่าสัตว์และรอก่อนฆ่า ซึ่งขึ้นอยู่กับระยะทางที่ขนส่ง โดยเฉลี่ยน้ำหนักจะลดลงประมาณ 2 กิโลกรัม ค่าสูญเสียเท่ากับน้ำหนักที่ลดลงคูณด้วยราคาสุกรมีชีวิต



1.4) ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าชำแหละ เท่ากับส่วนต่างของน้ำหนักสุกรก่อนฆ่ากับหลังฆ่าชำแหละคูณด้วยราคาสุกรมีชีวิต

1.5) ค่าภาษีและค่าธรรมเนียมในการฆ่าอื่นๆ ได้แก่ ภาษีเงินได้ ค่าค่าธรรมเนียม ค่าค่าธรรมเนียมโรงฆ่าสัตว์ ค่าธรรมเนียมโรงพักสัตว์

1.6) ค่าจ้างฆ่าและชำแหละ เป็นค่าจ้างแรงงานในการฆ่าสุกรและชำแหละซากสุกร อาจชำแหละเป็น 2 ซีก หรือชำแหละเป็นชิ้นส่วน

1.7) ค่าเลาะกระดูกหรือชิ้นกระดูก เป็นค่าจ้างแรงงานในการชำแหละซากสุกรเป็นชิ้นส่วนและเลาะกระดูกออก

1.8) ค่าบรรจุภัณฑ์และน้ำแข็ง ได้แก่ ค่าถุงพลาสติก และน้ำแข็งสำหรับแช่สุกรชำแหละ

1.9) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าเช่าแผง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ

2) ค่าใช้จ่าย รายได้ และกำไรของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต

ค่าใช้จ่ายหลักในการดำเนินงานของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดหาสุกรมีชีวิต และ 2) ค่าใช้จ่ายการค้ำสุกรมีชีวิต โดยคิดจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของสุกร 1 ตัว ขนาด 100 กิโลกรัม อย่างไรก็ตามผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะต้องการรายได้จากส่วนต่างของราคาที่ได้รับระหว่างการจัดหาและการค้ำสุกรมีชีวิต โดยขึ้นอยู่กับระยะทางระหว่างการจัดหาและการค้ำสุกรมีชีวิต ซึ่งหากเป็นพื้นที่เดียวกัน ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตต้องการส่วนต่างของราคากิโลกรัมละ 2 บาท และหากเป็นพื้นที่ที่อยู่ห่างไกล ต้องการส่วนต่างของราคากิโลกรัมละ 4 บาท ซึ่งผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตไม่สามารถแจ้งสัดส่วนการได้รับส่วนต่างของราคาได้ เนื่องจากเป็นความลับเชิงธุรกิจ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงใช้ส่วนต่างของราคาต่อกิโลกรัมละ 4 บาท หรือตัวละ 400 บาท ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด ในการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย รายได้ และกำไรของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต

การวิจัย พบว่า ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตมีค่าใช้จ่ายการตลาดทั้งหมดตัวละ 5,745.60 บาท โดยค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดหาสุกรมีชีวิตตัวละ 5,736.38 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.84 ของต้นทุนทั้งหมด โดยเป็นค่าซื้อสุกรหน้าฟาร์มตัวละ 5,486 บาท คิดเป็นร้อยละ 95.48 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งราคาสุกรมีชีวิตหน้าฟาร์มมีราคากิโลกรัมละ 56.86 บาท แต่ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะต่อรองให้ต่ำกว่าราคาหน้าฟาร์มเฉลี่ยกิโลกรัมละ 2 บาท จึงซื้อสุกรจากฟาร์มเกษตรกรที่ราคากิโลกรัมละ 54.86 บาท โดยค่าใช้จ่ายรองลงมาคือ ค่าขนส่งตัวละ 133.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.32 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และต้นทุนค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่งตัวละ 109.72 บาท คิดเป็น ร้อยละ 1.91 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในขณะที่การค้ำสุกรมีชีวิตมีค่าใช้จ่ายตัวละ 9.22 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.16 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ตัวละ 3.36 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.06 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตัวละ 3.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.06 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

ในส่วนของรายได้ของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต พบว่า ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะจำหน่ายสุกรให้ผู้ค้าสุกรชำแหละในราคาที่สูงกว่าราคาหน้าฟาร์มเฉลี่ยกิโลกรัมละ 2 บาท ทำให้ผู้รวบรวมจำหน่ายสุกรมีชีวิตได้ในราคากิโลกรัมละ 58.86 บาท อย่างไรก็ตามผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตเป็นผู้รับความเสี่ยงจากความสูญเสียน้ำหนัก

ระหว่างการขนส่งประมาณตัวละ 2 กิโลกรัม ส่งผลให้ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจำหน่ายสุกรมี่ชีวิตที่ขนาดตัวละ 98 กิโลกรัม เท่ากับว่าผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะได้รายได้จากการจำหน่ายสุกรมี่ชีวิตตัวละ 5,768.28 บาท ทำให้ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตได้รับกำไรจากการค้าสุกรมี่ชีวิตตัวละ 22.68 บาท (ตารางที่ 4.10)

#### ตารางที่ 4.10 ค่าใช้จ่าย รายได้ และกำไรของผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต

หน่วย : บาท/สุกรมี่ชีวิตขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	เป็นเงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	ร้อยละ
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดหาสุกรมี่ชีวิต</b>				
ค่าซื้อสุกรมี่ชีวิตจากเกษตรกร (ต่อรองที่กก. ละ 54.86 บาท)	5,486.00		5,486.00	95.48
ค่าขนส่ง	133.33		133.33	2.32
ค่าแรงงาน	4.00		4.00	0.07
ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่ง (2 กก.)		109.72	109.72	1.91
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	3.33		3.33	0.06
<b>ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการดำเนินการจัดหาสุกรมี่ชีวิต</b>	<b>5,626.66</b>	<b>109.72</b>	<b>5,736.38</b>	<b>99.84</b>
<b>ค่าใช้จ่ายการค้าของผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต</b>				
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	3.33		3.33	0.06
ค่าซ่อมบำรุงอุปกรณ์	2.53		2.53	0.04
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์		3.36	3.36	0.06
<b>ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการค้าสุกรมี่ชีวิต</b>	<b>5.86</b>	<b>3.36</b>	<b>9.22</b>	<b>0.16</b>
<b>ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต</b>	<b>5,632.52</b>	<b>113.08</b>	<b>5,745.60</b>	<b>100.00</b>
รายได้ของการจำหน่ายสุกรมี่ชีวิต (ขนาด 98 กก. หนักน้ำหนักสูญเสีย ซึ่งตกลงที่ 58.86 บาท )			5,768.28	
<b>กำไรของผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต</b>			<b>22.68</b>	

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.2.2 สัดส่วนการฆ่าเหาะสุกรมี่ชีวิตและราคาที่ได้รับจากการฆ่าเหาะสุกรมี่ชีวิต

##### 1) สัดส่วนการฆ่าเหาะสุกรมี่ชีวิต

สุกรมี่ชีวิตที่ซื้อจากฟาร์มมีน้ำหนักเฉลี่ยตัวละ 100 กิโลกรัม ระหว่างการขนส่งสุกรมี่ชีวิตจากฟาร์มมายังโรงฆ่าสัตว์และรอกก่อนฆ่า น้ำหนักสุกรมี่ชีวิตจะลดลงซึ่งขึ้นอยู่กับระยะทางที่ขนส่งด้วย ส่วนใหญ่ลดลงเฉลี่ยประมาณตัวละ 2 กิโลกรัม ทำให้เหลือน้ำหนักสุกรมี่ชีวิตที่ฆ่าเฉลี่ยตัวละ 98 กิโลกรัม และในการฆ่าเหาะสุกรมี่ชีวิตจะมีการสูญเสียน้ำหนักจากเลือด ขน สิ่งตกค้างในกระเพาะและลำไส้สุกรมี่ชีวิต รวมน้ำหนักสูญเสียในการฆ่าเหาะสุกรมี่ชีวิตเฉลี่ยตัวละ 9.48 กิโลกรัม เหลือน้ำหนักซากสุกรมี่ชีวิตรวมเครื่องในที่สามารถจำหน่ายได้เฉลี่ยตัวละ 88.52 กิโลกรัม (ตารางที่ 4.11) โดยสัดส่วนของสุกรมี่ชีวิตฆ่าเหาะ แสดงได้ดังภาพที่ 4.1

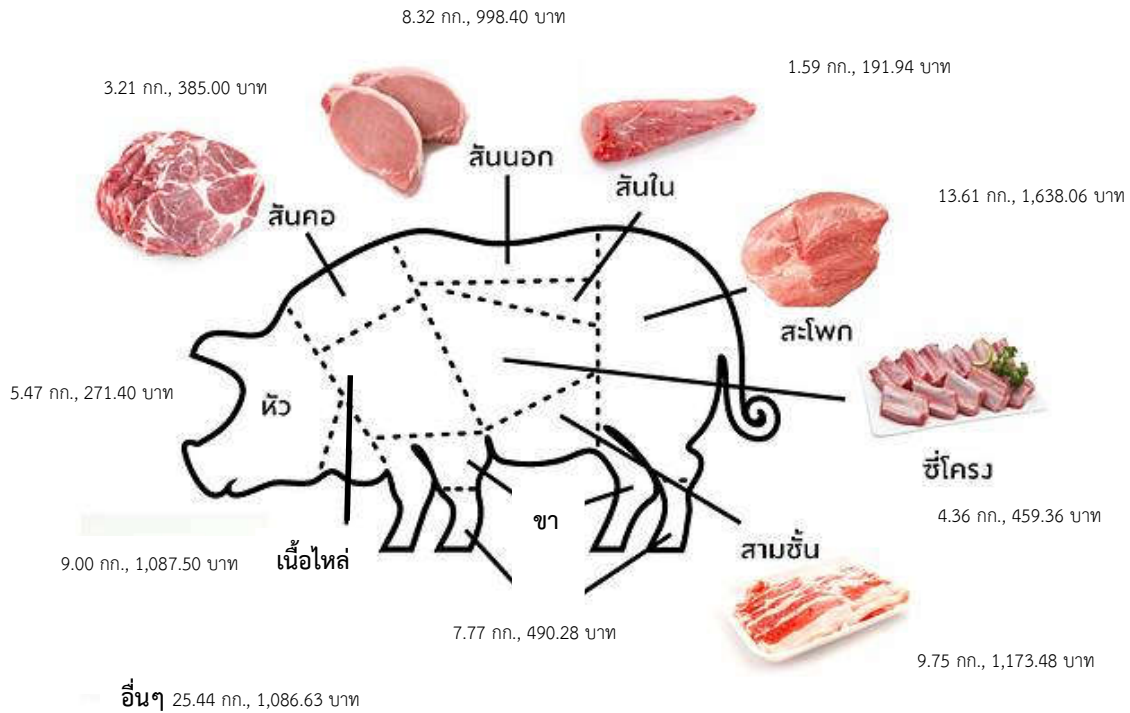
## 2) ราคาที่ได้รับจากการชำแหละสุกร

การคำนวณราคาขายส่งและขายปลีกสุกรชำแหละเฉลี่ยทั้งตัว คำนวณจากน้ำหนักตามสัดส่วนการชำแหละสุกร คุณราคาขายส่งหรือราคาขายปลีกของแต่ละชิ้นส่วน เป็นมูลค่ารวมของสุกรชำแหละหนึ่งตัวหารด้วยน้ำหนักซากรวมเครื่องใน ซึ่งจากการวิจัยได้ค่าเฉลี่ยน้ำหนักซากรวมเครื่องในตัวละ 88.52 กิโลกรัม ได้ราคาขายสุกรชำแหละรวมทั้งสิ้นตัวละ 7,782.05 บาท โดยชิ้นส่วนที่มีราคาขายรวมสูงที่สุด คือ สะโพก รองลงมา ได้แก่ สามชั้น เนื้อไหล่ และสันนอก (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 สัดส่วนการชำแหละสุกรและราคาที่ได้รับจากการชำแหละสุกร

รายการ	สัดส่วนการชำแหละสุกร (กก.)	ร้อยละ	ราคาจำหน่าย (บาท/กก.)	ราคาชิ้นส่วนที่ได้รับ (บาท)
สันใน	1.59	1.62	120.71	191.94
สันนอก	8.32	8.49	120.00	998.40
สะโพก	13.61	13.89	120.36	1,638.06
เนื้อไหล่	9.00	9.18	120.83	1,087.50
สันคอ	3.21	3.27	120.00	385.00
สามชั้น	9.75	9.95	120.36	1,173.48
ซี่โครง	4.36	4.45	105.36	459.36
ขาหน้า	3.85	3.93	64.23	247.54
ขาหลัง	3.92	4.00	61.92	242.74
มันแข็ง	6.91	7.05	32.31	223.25
มันเหลว	0.89	0.91	17.85	15.88
กระดูกแข็ง	5.20	5.31	32.08	166.83
หัวหมู	5.47	5.58	49.62	271.40
หนัง	2.42	2.47	26.79	64.73
ตับ	1.46	1.49	106.67	155.26
หัวใจ	0.36	0.37	84.83	30.54
กระเพาะ	0.50	0.51	92.50	46.25
ไส้อ่อน (หวาน)	0.57	0.58	122.00	69.13
ไส้ขม	1.00	1.02	32.50	32.50
ไส้ใหญ่	2.10	2.14	47.14	99.00
ปอด	1.07	1.09	22.50	24.08
ไต (เชียงใหม่)	0.30	0.31	50.00	15.00
ม้าม	0.23	0.23	50.00	11.50
กระดูกอ่อน	0.43	0.44	122.50	52.68
เศษเนื้อ	2.00	2.04	40.00	80.00
น้ำหนักสูญเสียในการชำแหละ	9.48	9.68	-	-
<b>รวม</b>	<b>98.00</b>	<b>100.00</b>		<b>7,782.05</b>
น้ำหนักซากรวมเครื่องใน	88.52			
น้ำหนักสูญเสียระหว่างการขนส่ง	2.00			

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ



ภาพที่ 4.1 ชิ้นส่วนของสุกรชำแหละ

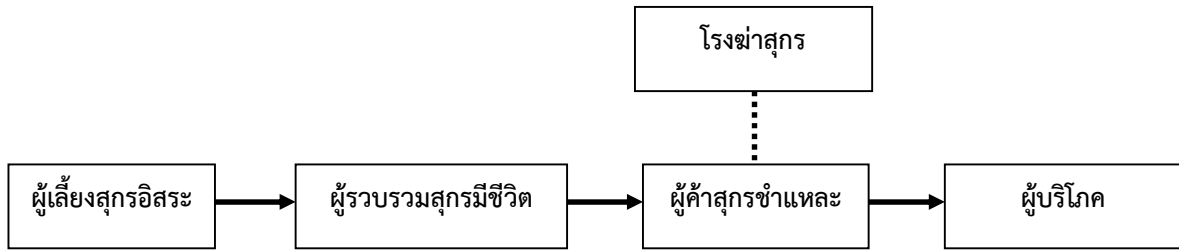
ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4.3 การวิเคราะห์ส่วนเหลือจากการตลาดสุกรชำแหละ

ส่วนเหลือจากการตลาดในการวิจัย คือ ส่วนแตกต่างระหว่างราคาของผู้บริโภคจ่ายหรือราคาขายปลีกสุกรชำแหละกับราคาสุกรที่เกษตรกรขายได้หรือราคาสุกรมีชีวิตที่ซื้อจากฟาร์ม ดังนั้นส่วนเหลือจากการตลาดรวมถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้ค้าสุกรเพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคหรือค่าใช้จ่ายการตลาด และผลตอบแทนของผู้ค้าสุกรด้วย จากข้อจำกัดของการวิจัย การวิเคราะห์ในส่วนของส่วนเหลือจากการตลาดสุกรชำแหละ แบ่งออกได้เป็น 3 กรณี คือ กรณีที่ 1 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต กรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง และ กรณีที่ 3 ผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง

##### 4.3.1 กรณีที่ 1 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต

กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต จะมีกระบวนการ คือ 1) ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มสุกรอิสระ 2) ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจำหน่ายสุกรมีชีวิตให้แก่ผู้ค้าสุกรชำแหละ 3) ผู้ค้าสุกรชำแหละจะทำการจ้างฆ่าสุกร ตลอดจนทำการชำแหละสุกร 4) ผู้ค้าสุกรชำแหละจำหน่ายชิ้นส่วนสุกรชำแหละให้แก่ผู้บริโภค (ภาพที่ 4.2)



ภาพที่ 4.2 วิธีการตลาดกรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการศึกษา พบว่า ในขั้นตอนของผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะต่อรองราคากับผู้เลี้ยงสุกรอิสระในราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาดเฉลี่ยกิโลกรัมละ 2 ดังนั้นราคาสุกรหน้าฟาร์มในกรณีนี้ มีราคาเฉลี่ย ตัวละ 5,486 บาท หรือกิโลกรัมละ 54.86 บาท จากราคาขายปลีกสุกรชำแหละหรือราคาจากผู้ค้าสุกรชำแหละได้รับ ตัวละ 7,782.05 บาท ทำให้มีส่วนเหลือจากการตลาดสุกรชำแหละ ตัวละ 2,296.05 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.50 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ มีต้นทุนการตลาดทั้งหมดตัวละ 1,668.94 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.45 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ (ตารางที่ 4.12)

ในส่วนของผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต พบว่า ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดตัวละ 5,745.60 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.83 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ มีต้นทุนการทางการตลาด ตัวละ 259.60 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.34 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ โดยในการจำหน่ายนั้นผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตต่อรองราคากับผู้ค้าสุกรชำแหละ ซึ่งจำหน่ายในราคาที่สูงกว่าราคาหน้าฟาร์มเฉลี่ยกิโลกรัมละ 2 บาท ทำให้มีราคาจำหน่ายจากผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตเฉลี่ยกิโลกรัมละ 58.86 บาท ซึ่งจากการที่มีค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่งจำนวน 2 กิโลกรัม ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจึงจำหน่ายให้ผู้ค้าสุกรชำแหละที่น้ำหนัก 98 กิโลกรัม ในราคาตัวละ 5,768.28 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.12 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ

ส่วนของผู้ค้าสุกรชำแหละ พบว่า ผู้ค้าสุกรชำแหละมีค่าใช้จ่ายในการค้าสุกรชำแหละ ตัวละ 7,177.62 บาท คิดเป็นร้อยละ 92.23 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ มีต้นทุนการตลาด ตัวละ 1,409.34 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.11 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็น ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าชำแหละ คิดเป็นร้อยละ 7.17 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ รองลงมา คือ ค่าแรงงานขาย และค่าจ้างฆ่า คิดเป็นร้อยละ 2.62 และ 2.20 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ส่วนเหลือและต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละกรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต

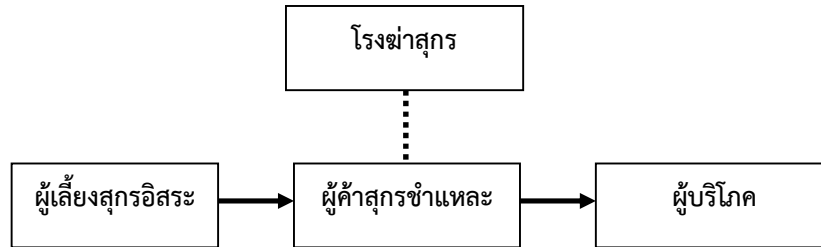
หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
ราคาที่เกิดการขายได้ (กก.ละ 54.86 บาท) (1)	5,486.00	70.50
ส่วนเหลือการตลาดของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต (2) = (5) - (1)	282.28	3.63
ต้นทุนการตลาดของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต (3)	259.60	3.34
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต (4) = (1)+(3)	5,745.60	73.83
ราคาของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตได้รับ (กก.ละ 58.86 บาท X 98 กก.) (5)	5,768.28	74.12
ส่วนเหลือการตลาดของผู้ค้าสุกรชำแหละ (6) = (9) - (5)	2,013.77	25.88
ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าสุกรชำแหละ (7)	1,409.34	18.11
- ค่าขนส่ง	43.18	0.55
- ค่าแรงงานขนส่ง	37.5	0.48
- ค่าแรงงานชำแหละ	50.77	0.65
- ค่าแรงงานขาย	204.08	2.62
- ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าชำแหละ (กก.ละ 58.86 X 9.48 กก.)	557.99	7.17
- ค่าภาษีและค่าธรรมเนียมในการฆ่า	54.00	0.69
- ค่าจ้างฆ่า	171.25	2.20
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	65.18	0.84
- ค่าบรรจุภัณฑ์และน้ำแข็ง	109.04	1.40
- ค่าเช่าแผงค้า	55.22	0.71
- ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	35.23	0.45
- ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	25.90	0.33
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของผู้ค้าสุกรชำแหละ (8) = (5) + (7)	7,177.62	92.23
ราคาขายปลีกสุกรชำแหละหรือราคาของผู้ค้าสุกรชำแหละได้รับ (9)	7,782.05	100.00
ส่วนเหลือการตลาดรวม (10) = (9) - (1)	2,296.05	29.50
ต้นทุนการตลาดทั้งหมด (11) = (7) + (3)	1,668.94	21.45

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.3.2 กรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง

กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง มีกระบวนการ คือ 1) ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระ 2) ผู้ค้าสุกรชำแหละจะทำกร้างฆ่าสุกร ตลอดจนทำการชำแหละสุกรเอง และ 3) ผู้ค้าสุกรชำแหละจำหน่ายชิ้นส่วนสุกรชำแหละให้แก่ผู้บริโภค (ภาพที่ 4.3)



#### ภาพที่ 4.3 วิธีการตลาดกรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง

ที่มา : จากการสำรวจ

ผู้ค้าสุกรชำแหละจะซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรงในราคาเฉลี่ย ตัวละ 5,686.00 บาท หรือกิโลกรัมละ 56.86 บาท และขายปลีกได้ในราคา ตัวละ 7,782.05 บาท ทำให้มีส่วนเหลือจากการตลาด ตัวละ 2,096.05 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.93 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ (ตารางที่ 4.13)

โดยผู้ค้าสุกรชำแหละมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดตัวละ 7,250.10 บาท คิดเป็นร้อยละ 93.16 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ มีต้นทุนการตลาด ตัวละ 1,564.10 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.10 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ ส่วนใหญ่เป็น ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าชำแหละ คิดเป็นร้อยละ 6.93 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ รองลงมา คือ ค่าแรงงานขาย และค่าจ้างฆ่า คิดเป็นร้อยละ 2.62 และ 2.20 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้จากการจำหน่ายสุกรชำแหละ ตัวละ 7,782.05 บาท



ตารางที่ 4.13 ส่วนเหลือและต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละ กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์ม  
ผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง

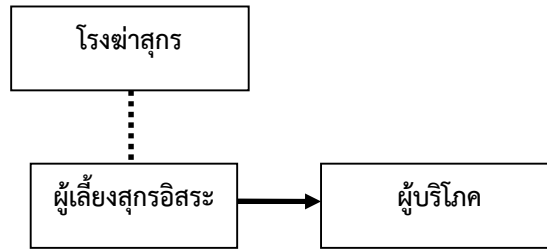
หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
ราคาที่เกษตรกรได้รับ (100 กก. X 56.86 บาท) (1)	5,686.00	73.07
ต้นทุนการตลาดของผู้ค้าปลีกชำแหละ (2)	1,564.10	20.10
- ค่าขนส่ง	103.18	1.33
- ค่าแรงงานขนส่ง	37.5	0.48
- ค่าชำแหละ	50.77	0.65
- ค่าแรงงานขาย	204.08	2.62
- ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่ง (กก.ละ 56.86 บาท X 2 กก.)	113.72	1.46
- ค่าสูญเสียน้ำหนักในการชำแหละ (กก.ละ 56.86 บาท X 9.48 กก.)	539.03	6.93
- ค่าภาษีและค่าธรรมเนียมในการฆ่า	54.00	0.69
- ค่าจ้างฆ่า	171.25	2.20
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	65.18	0.84
- ค่าบรรจุภัณฑ์และน้ำแข็ง	109.04	1.40
- ค่าเช่าแผงค้า	55.22	0.71
- ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	35.23	0.45
- ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	25.90	0.33
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของผู้ค้าสุกรชำแหละ (3) = (1)+(2)	7,250.10	93.16
ราคาขายปลีกสุกรชำแหละหรือราคาของผู้ค้าสุกรชำแหละได้รับ (4)	7,782.05	100.00
ส่วนเหลือการตลาดรวม (5) = (4)-(1)	2,096.05	26.93

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.3.3 กรณีที่ 3 ผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง

กรณีผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง จะมีกระบวนการ คือ 1) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระทำการจ้างฆ่าสุกร และชำแหละสุกรเอง และ 2) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายชิ้นส่วนสุกรชำแหละให้แก่ผู้บริโภค (ภาพที่ 4.4)



ภาพที่ 4.4 วิธีการตลาดกรณีผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภครโดยตรง  
ที่มา : จากการสำรวจ

ในกรณีนี้ผู้เลี้ยงสุกรอิสระจะนำสุกรที่ตนเองเลี้ยงไปจ้างฆ่าและชำแหละเองโดยตรง จึงใช้ต้นทุนการผลิตสุกรเป็นราคาหน้าฟาร์มเกษตรกร ที่ราคาเฉลี่ย ตัวละ 5,653.85 บาท หรือกิโลกรัมละ 56.54 บาท จากราคาที่เกษตรกรขายสุกรชำแหละได้รับ ตัวละ 7,782.05 บาท ทำให้มีส่วนเหลือมการตลาดตัวละ 2,128.20 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.35 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ (ตารางที่ 4.13)

โดยผู้เลี้ยงสุกรอิสระที่ทำการค้าสุกรชำแหละมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดตัวละ 7,217.95 บาท คิดเป็นร้อยละ 92.75 ของราคาขายปลีกสุกรชำแหละ มีต้นทุนการตลาดตัวละ 1,564.10 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 ของราคาขายสุกรชำแหละ ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็น ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าชำแหละ คิดเป็นร้อยละ 6.93 ของราคาขายสุกรชำแหละ รองลงมา คือ ค่าแรงงานขาย และค่าจ้างฆ่า คิดเป็นร้อยละ 2.62 และ 2.20 ของราคาขายสุกรชำแหละ ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้จากการจำหน่ายสุกรชำแหละ ตัวละ 7,782.05 บาท

ตารางที่ 4.14 ส่วนเหลือและต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละ กรณีผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่  
ผู้บริโภคโดยตรง

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

รายการ	ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
ต้นทุนการผลิตสุกรหรือราคาหน้าฟาร์มเกษตรกร (1)	5,653.85	72.65
ต้นทุนการตลาดของเกษตรกร (2)	1,564.10	20.10
- ค่าขนส่ง	103.18	1.33
- ค่าแรงงานขนส่ง	37.5	0.48
- ค่าชำแหละ	50.77	0.65
- ค่าแรงงานชาย	204.08	2.62
- ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่ง (กก.ละ 56.86 บาท X 2 กก.)	113.72	1.46
- ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าชำแหละ (กก.ละ 56.86 บาท X 9.48 กก.)	539.03	6.93
- ค่าภาษีและค่าธรรมเนียมในการฆ่า	54.00	0.69
- ค่าจ้างฆ่า	171.25	2.20
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	65.18	0.84
- ค่าบรรจุภัณฑ์และน้ำแข็ง	109.04	1.40
- ค่าเช่าแพ่งค้ำ	55.22	0.71
- ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	35.23	0.45
- ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	25.90	0.33
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของเกษตรกรในการค้าสุกรชำแหละ (3) = (1)+(2)	7,217.95	92.75
ราคาขายปลีกสุกรชำแหละหรือราคาที่เกษตรกรที่ทำการค้าสุกร ชำแหละได้รับ (4)	7,782.05	100.00
ส่วนเหลือการตลาดรวม (5) = (4)-(1)	2,128.20	27.35

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.3.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไร/ขาดทุนสุทธิ กำไรต่อราคาขายปลีก และกำไรต่อต้นทุน ของ ผู้ประกอบการในแต่ละระดับ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกำไร/ขาดทุนสุทธิ กำไรต่อราคาขายปลีก และกำไรต่อต้นทุน ของ  
ผู้ประกอบการในแต่ละระดับ จากข้อมูลทั้ง 3 กรณี คือ กรณีที่ 1 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจาก  
ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต กรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง และ กรณีที่ 3  
ผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง จะทำการวิเคราะห์ผู้ประกอบการในแต่ละระดับ  
ประกอบด้วย ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต และผู้ค้าสุกรชำแหละ (ตารางที่ 4.14) ผลการวิเคราะห์มี  
ดังนี้

1) เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร ในส่วนของเกษตรกรจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานทั้ง 3 กรณี ซึ่งได้ใช้ข้อมูลต้นทุนการผลิตของผู้เลี้ยงอิสระสุกรพันธุ์และขุน มาใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ พบว่า ในส่วนของราคาที่ได้รับหากเกษตรกรขายสุกรโดยผ่านผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต จะได้รับราคาต่ำที่สุด คือ ตัวละ 5,486 บาท และขาดทุนตัวละ 167.85 บาท เนื่องจากการต่อรองราคาซื้อขายสุกรมีชีวิตกับผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ในขณะที่หากผู้เลี้ยงสุกรอิสระขายสุกรชำแหละเองโดยตรงจะได้รับกำไรมากที่สุด ตัวละ 564.10 บาท

เมื่อพิจารณาถึง กำไรต่อราคาขายปลีก พบว่า หากผู้เลี้ยงสุกรอิสระขายสุกรชำแหละเองโดยตรงจะได้กำไรต่อราคาขายปลีกมากที่สุด คือ ร้อยละ 7.25 รองลงมาคือ การขายสุกรมีชีวิตให้แก่ผู้ค้าสุกรชำแหละโดยตรง ได้กำไรต่อราคาขายปลีก ร้อยละ 0.57 ในขณะที่การขายสุกรมีชีวิตผ่านผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะขาดทุนต่อราคาขายปลีก ร้อยละ 2.16

ในส่วนของกำไรต่อต้นทุน พบว่า หากผู้เลี้ยงสุกรอิสระขายสุกรชำแหละเองโดยตรงจะได้รับกำไรต่อต้นทุนมากที่สุด ร้อยละ 7.82 รองลงมาคือ การขายสุกรมีชีวิตให้แก่ผู้ค้าสุกรชำแหละโดยตรง เกษตรกรอิสระแบบผลิตลูกสุกรเอง ได้รับกำไรต่อต้นทุน ร้อยละ 0.57 ในขณะที่การขายสุกรมีชีวิตผ่านผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ขาดทุนต่อต้นทุน ร้อยละ 2.97 นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าเกษตรกรจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ต่ำที่สุดในโซ่อุปทาน ทั้งจาก กรณีที่ 1 และ กรณีที่ 2

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้เลี้ยงสุกรอิสระจะได้รับประโยชน์มากที่สุดหากทำการขายสุกรชำแหละเอง แต่ผู้เลี้ยงสุกรอิสระไม่สามารถจำหน่ายสุกรได้เองทั้งหมด ซึ่งมีการจำหน่ายสุกรชำแหละไปยังผู้บริโภคโดยตรง มีส่วนน้อยเพียงร้อยละ 10.0 ของจำนวนการจำหน่ายสุกรอิสระ ซึ่งยังคงต้องอาศัยช่องทางอื่นๆ ในการกระจายสินค้า ทั้ง ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต และผู้จำหน่ายสุกรชำแหละ (ภาพที่ 3.1) เนื่องจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระหลายรายไม่มีเครือข่ายในการขายสินค้า และยังคงขาดทักษะทางด้านการตลาด รวมทั้งผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำเป็นต้องเร่งทำการขายสุกรเมื่อสุกรได้ขนาดที่เหมาะสม เนื่องจากหากยังคงเลี้ยงสุกรต่อไป จะทำให้ต้นทุนต่างๆ เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าอาหารสุกร กล่าวได้ว่า ผู้เลี้ยงสุกรอิสระมีอำนาจในการต่อรองค่อนข้างต่ำรวมทั้งการจำหน่ายสุกรผ่านผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ยังคงเป็นช่องทางที่สำคัญให้ผู้เลี้ยงสุกรอิสระสามารถระบายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ในส่วนของผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต มีส่วนเกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานเฉพาะในกรณีที่ 1 คือ กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต พบว่า ในส่วนของราคาที่ได้รับ ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะได้รับราคา ตัวละ 5,768.28 บาท มีค่าใช้จ่ายทั้งหมด ตัวละ 5,745.60 บาท ได้กำไร ตัวละ 22.68 บาท มีกำไรต่อราคาขายปลีกชำแหละ ร้อยละ 0.29 และกำไรต่อต้นทุน ร้อยละ 0.39 จะเห็นได้ว่าผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตนั้นได้รับกำไรในสัดส่วนที่ไม่มากนัก รวมทั้งในการวิเคราะห์ครั้งนี้ตั้งสมมติฐานว่าผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตได้รับส่วนต่างของราคา 4 บาทต่อกิโลกรัม แต่ในความเป็นจริงผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตได้รับส่วนต่างราคาในช่วง 2-4 บาทต่อกิโลกรัม แปรผันตามระยะทางในการจัดหาและจำหน่าย ทำให้ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตมีโอกาสได้รับกำไรต่ำกว่าเดิม ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะทำการรวบรวมสุกรและทำการขายสุกรในคราวละจำนวนมาก รวมทั้งจะทำการต่อรองราคาทั้งจากเกษตรกรและผู้ค้าสุกรชำแหละ ส่งผลให้ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตมีความเสี่ยงที่จะขาดทุนน้อยมาก หากในช่วงที่ราคาสุกรตลาดไม่พอใจให้ทำธุรกิจ ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตอาจจะชะลอการ

ซื้อขาย หรือกระทั่งไม่ทำการซื้อขาย เนื่องจากผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตไม่ได้เป็นผู้เลี้ยงสุกรเอง และมีต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าแรง และค่าอุปกรณ์ กล่าวได้ว่า ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะมีอำนาจในการต่อรองค่อนข้างสูง นอกจากนี้ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตยังมีบทบาทสำคัญในการส่งออกสุกรมี่ชีวิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความชำนาญในการติดต่อประสานงานในการรวบรวมและส่งออก

3) ผู้ค้าสุกรชำแหละ ในส่วนของผู้ค้าสุกรชำแหละมีส่วนเกี่ยวข้องกับโซ่อุปทาน 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมี่ชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต และ กรณีที่ 2 กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมี่ชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง จากการวิเคราะห์ พบว่า ในส่วนของต้นทุน กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมี่ชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต ผู้ค้าสุกรชำแหละจะมีต้นทุนการตลาด ตัวละ 7,177.62 บาท ซึ่งต่ำกว่ากรณีซื้อสุกรมี่ชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง ซึ่งมีต้นทุนการตลาด ตัวละ 7,250.10 บาท เนื่องจากหากซื้อผ่านผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต ผู้รวบรวมจะต้องรับภาระในส่วนของค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่ง รวมทั้งค่าใช้จ่ายบางส่วนเกี่ยวกับการขนส่งจากฟาร์มเกษตรกรมายังโรงฆ่าสุกร เช่น ค่าแรงงานขนส่ง และค่าขนส่ง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับในส่วนของกำไร หากผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมี่ชีวิตผ่านผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะได้รับกำไรกำไรต่อราคาขายปลีก และกำไรต่อต้นทุน สูงกว่าการซื้อสุกรมี่ชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง แม้ว่า จะต้องซื้อสุกรในราคาที่สูงกว่าการซื้อจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง อย่างไรก็ตาม ผู้ค้าสุกรชำแหละหลายรายยังคงนิยมซื้อสุกรจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง เนื่องจากมีความสะดวกมากกว่า ตลอดจนสามารถบริหารจัดการเวลาในการซื้อสุกรได้ดีกว่า รวมทั้งสามารถเลือกซื้อสุกรจากฟาร์มตนเองเชื่อถือได้ ทำให้มีโอกาสได้สุกรที่มีคุณภาพที่ดีกว่า เช่น มีสัดส่วนเนื้อแดงที่มากกว่า

4) สัดส่วนกำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละและต่อต้นทุนของผู้ประกอบการ ในกรณีที่ 1 กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมี่ชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต ผู้ค้าสุกรชำแหละ ได้รับสัดส่วนกำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละและกำไรต่อต้นทุนร้อยละ 7.77 และ 8.42 ตามลำดับ รวมทั้งผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต ได้รับสัดส่วนกำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละและกำไรต่อต้นทุนร้อยละ 0.29 และ 0.39 ตามลำดับ และในกรณีที่ 2 กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมี่ชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง ผู้ค้าสุกรชำแหละ ได้รับสัดส่วนกำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละและกำไรต่อต้นทุนร้อยละ 6.84 และ 7.34 จะเห็นได้ว่ามีสัดส่วนของกำไรที่ได้รับไม่มากนัก สอดคล้องกับส่วนเหลือมการตลาดทั้ง 3 กรณี ซึ่งสัดส่วนของส่วนเหลือมการตลาดในภาพรวมต่อราคาขายปลีกสุกรชำแหละ อยู่ในระหว่างร้อยละ 21.45 - 27.35 กล่าวได้ว่าราคาของผู้ประกอบการแต่ละระดับได้รับราคาที่ค่อนข้างสมเหตุสมผล อย่างไรก็ตามสังเกตได้ว่าผู้ประกอบการทั้งผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตและผู้ค้าสุกรชำแหละมีโอกาสที่จะขาดทุนน้อยกว่าผู้เลี้ยงสุกรอิสระ เนื่องจากสามารถปรับเปลี่ยนปริมาณ และวิธีการซื้อสุกรได้

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบกำไร/ขาดทุนสุทธิ กำไรต่อราคาขายปลีก และกำไรต่อต้นทุน ของ  
ผู้ประกอบการในแต่ละระดับ

รายการ	หน่วย	ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ	ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต	ผู้ค้าสุกรชำแหละ
กรณีที่ 1 กรณีผู้ค้า	ราคาที่ได้รับ (บาท/ตัว)	5,486.00	5,768.28	7,782.05
สุกรชำแหละซื้อ	ต้นทุน/ค่าใช้จ่ายทั้งหมด (บาท/ตัว)	5,653.85	5,745.60	7,177.62
สุกรมีชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต	กำไร/ขาดทุนสุทธิ (บาท/ตัว)	-167.85	22.68	604.43
	กำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละ (ร้อยละ)	-2.16	0.29	7.77
	กำไรต่อต้นทุน (ร้อยละ)	-2.97	0.39	8.42
กรณีที่ 2 กรณีผู้ค้า	ราคาที่ได้รับ (บาท/ตัว)	5,686.00		7,782.05
สุกรชำแหละซื้อ	ต้นทุน/ค่าใช้จ่ายทั้งหมด (บาท/ตัว)	5,653.85		7,250.10
สุกรมีชีวิตจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต	กำไร/ขาดทุนสุทธิ (บาท/ตัว)	32.15		531.95
ฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง	กำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละ (ร้อยละ)	0.41		6.84
	กำไรต่อต้นทุน (ร้อยละ)	0.57		7.34
กรณีที่ 3 ผู้เลี้ยง	ราคาที่ได้รับ (บาท/ตัว)	7,782.05		
สุกรอิสระจำหน่าย	ต้นทุน/ค่าใช้จ่ายทั้งหมด (บาท/ตัว)	7,217.95		
สุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง	กำไร/ขาดทุนสุทธิ (บาท/ตัว)	564.10		
	กำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละ (ร้อยละ)	7.25		
	กำไรต่อต้นทุน (ร้อยละ)	7.82		

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

#### 4.4 การวิเคราะห์กิจกรรมโลจิสติกส์ของการตลาดสุกรชำแหละ

ในการวิเคราะห์กิจกรรมโลจิสติกส์ของการตลาดสุกรชำแหละ จะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกิจกรรมโลจิสติกส์ของโซ่อุปทาน 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต และกรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง โดยทำการวิเคราะห์ในมิติด้านค่าใช้จ่ายและมิติด้านเวลา ซึ่งแต่ละกรณีนั้นจะมีกิจกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีกระบวนการที่แตกต่างกัน (ตารางที่ 4.16)

โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ของการตลาดสุกรชำแหละ ในกรณีที่ 1 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต จะมีผู้ประกอบการหลัก 3 ราย คือ ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต และผู้ค้าสุกรชำแหละ ซึ่งมีกิจกรรมหลักทั้งหมด 7 กิจกรรม และในกรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มเกษตรกรโดยตรง จะมีผู้ประกอบการหลัก 2 ราย คือ ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ และผู้ค้าสุกรชำแหละ ซึ่งมีกิจกรรมหลักทั้งหมด 6 กิจกรรม มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.4.1 กิจกรรมการจัดหาสุกรมี่ชีวิต

กรณีที่ 1 ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะประสานงานเพื่อจัดหาความต้องการซื้อ (Demand) สุกรมี่ชีวิตจากผู้ค้าสุกรชำแหละ และทำการติดต่อกับผู้เลี้ยงสุกรอิสระเพื่อจัดหาความต้องการขาย (Supply) สุกรมี่ชีวิตเมื่อได้จำนวนที่ต้องการแล้ว จะจัดหารถบรรทุกและแรงงานเพื่อไปจัดการขนส่งสุกรมี่ชีวิต ซึ่งมีการชั่งน้ำหนักก่อนขึ้นรถบรรทุก โดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดหาสุกร ตัวละ 58.66 บาท ซึ่งต้นทุนใช้ที่มากที่สุด คือ ค่ารถขนส่งสุกร ตัวละ 53.33 บาท รวมใช้เวลาในกิจกรรม 180 นาที ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาของกิจกรรมนั้นผันแปรไปตามจำนวนสุกรที่จะทำการขนส่ง รวมทั้งระยะทางที่ไปจัดหาสุกร

#### 4.4.2 กิจกรรมการขนส่งสุกรมี่ชีวิต

1) กรณีที่ 1 ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต จะทำการขนส่งสุกรจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระเพื่อขนส่งไปยังจุดนัดพบกับผู้ค้าสุกรชำแหละ โดยมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสุกรมี่ชีวิตตัวละ 200.94 บาท ซึ่งค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดคือ ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่งตัวละ 109.72 บาท รองลงมา คือ ค่ารถขนส่งตัวละ 80.00 บาท ใช้เวลาในกิจกรรม 420 นาที ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาของกิจกรรมนั้นผันแปรไปตามจำนวนสุกรที่จะทำการขนส่ง รวมทั้งระยะทางที่ไปจัดส่งสุกร

2) กรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละสั่งซื้อสุกรมี่ชีวิตจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระ และทำการว่าจ้างรถขนส่งหรือผู้เลี้ยงสุกรอิสระทำการขนส่งสุกรมี่ชีวิตจากฟาร์มไปยังโรงฆ่าสุกร โดยมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสุกรมี่ชีวิต ตัวละ 211.22 บาท ซึ่งค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดคือ ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่งตัวละ 113.72 บาท รองลงมา คือ ค่ารถขนส่งตัวละ 37.50 บาท ใช้เวลาในกิจกรรม 90 นาที ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาของกิจกรรมนั้นผันแปรไปตามระยะทางที่ไปจัดส่งสุกร

ในกิจกรรมนี้กรณีที่ 1 นี้ค่ารถขนส่งจะต่ำกว่ากรณีที่ 2 เนื่องจากในกรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละจะรับภาระค่าใช้จ่ายค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่งที่สูงกว่า เนื่องจากราคาที่ซื้อจากผู้เลี้ยงสุกรอิสระสูงกว่า รวมทั้งค่าแรงงานในการขนส่งสูงกว่า เนื่องจากทำการขนส่งสุกรเพียงครั้งละ 1-2 ตัว ในขณะที่กรณีที่ 1 ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตทำการขนส่งสุกรในคราวละหลายๆ ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดมากกว่า ในขณะที่กรณีที่ 2 จะใช้เวลาน้อยกว่า เนื่องจากทำการขนส่งต่อครั้งในจำนวนไม่มาก รวมทั้งมักจะเลือกฟาร์มที่ไม่ห่างไกล

#### 4.4.3 กิจกรรมการซื้อสุกรมี่ชีวิต

1) กรณีที่ 1 ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตจะทำการประสานงานกับผู้ค้าสุกรชำแหละเพื่อส่งมอบสุกรและชำระเงินค่าสุกรมี่ชีวิตให้กับผู้ค้าสุกรชำแหละ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตัวละ 10 บาท ใช้เวลาในกิจกรรม 15 นาที โดยการชำระเงินจะเป็นเงินสดหรือเงินเชื่อตามแต่ตกลงกัน

2) กรณีที่ 2 เกษตรกรจะทำการประสานงานกับผู้ค้าสุกรชำแหละเพื่อส่งมอบสุกรและชำระเงินค่าสุกรมี่ชีวิตให้กับผู้ค้าสุกรชำแหละ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตัวละ 10 บาท ใช้เวลาในกิจกรรม 15 นาที โดยการชำระเงินส่วนมากจะเป็นเงินสดเนื่องจากจำนวนสุกรไม่มากนัก

#### 4.4.4 กิจกรรมการฆ่าสุกรมี่ชีวิต

กิจกรรมนี้ทั้ง กรณีที่ 1 และ 2 จะมีค่าใช้จ่ายและเวลาในการทำกิจกรรมใกล้เคียงกัน โดยผู้ค้าสุกรชำแหละจะทำการจ้างโรงฆ่าสุกรเพื่อทำการฆ่าสุกรและผ่าซีกสุกร ซึ่งกรณีที่ 1 มีต้นทุนทั้งหมดตัวละ 783.24

บาท และกรณีที่ 2 มีต้นทุนทั้งหมดตัวละ 764.28 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายไม่เท่ากันเนื่องจากค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าสุกรแตกต่างกัน โดยกรณีที่ 1 มีค่าใช้จ่ายตัวละ 557.99 บาท และกรณีที่ 2 มีค่าใช้จ่ายตัวละ 539.03 บาท แม้ว่าน้ำหนักที่สูญเสียจะมีน้ำหนักเท่ากัน คือ ตัวละ 9.48 กิโลกรัม แต่ราคาซื้อสุกรมีชีวิตแตกต่างกัน โดยกรณีที่ 1 ซื้อสุกรในราคา กิโลกรัมละ 58.86 บาท ในขณะที่กรณีที่ 2 ซื้อสุกรในราคา กิโลกรัมละ 56.86 บาท ใช้เวลาในการฆ่าสุกร 60 นาที

อย่างไรก็ตาม ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่าสุกรนั้น เป็นค่าใช้จ่ายปกติที่ผู้ค้าสุกรชำแหละจะต้องรับความเสี่ยง เนื่องจากไม่ทราบว่าจะสุกรที่นำมาฆ่า เป็นสุกรที่มีปริมาณซากที่ขายได้มากหรือน้อยเพียงใด จึงทำให้ส่วนมากผู้ค้าสุกรชำแหละจะซื้อสุกรมีชีวิตจากผู้รวบรวมหรือฟาร์มสุกรอิสระที่ตนเองไว้วางใจ นอกจากนี้โรงฆ่าสุกรมีทั้งที่ได้มาตรฐานและไม่ได้มาตรฐานซึ่งจะมีค่าใช้จ่าย ระยะเวลาในการฆ่า ตลอดจนรูปแบบการบริการที่แตกต่างกันไป รวมทั้งโรงฆ่าสุกรที่ได้มาตรฐานนั้นยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ที่ต้องการจะทำการฆ่าสุกร รวมทั้งโรงฆ่าสุกรบางแห่งยังมีการรับจ้างฆ่าสุกรให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ทำการฆ่าสุกรในจำนวนมากๆ ทำให้ผู้จ้างฆ่าสุกรรายย่อยและรายเล็กต้องรอการฆ่าสุกรให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ให้เสร็จเรียบร้อยก่อน จึงต้องใช้เวลาในการรอการฆ่าสุกร ตลอดจนจะต้องหาสถานที่ที่รับจ้างฆ่าสุกร

#### 4.4.5 กิจกรรมขนส่งซากสุกร

กิจกรรมนี้ทั้ง กรณีที่ 1 และ 2 จะมีค่าใช้จ่ายและเวลาในการทำกิจกรรมเท่ากัน โดยผู้ค้าสุกรชำแหละจะทำการขนส่งซากสุกรจากโรงฆ่าสุกรมายังร้านค้าของตน มีค่าใช้จ่ายของกิจกรรม ตัวละ 80.68 บาท ซึ่งค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดคือ ค่าขนส่ง ตัวละ 43.18 บาท รองลงมาคือ ค่าแรงงานขนส่ง ตัวละ 37.50 บาท ใช้เวลาในกิจกรรม 15 นาที

#### 4.4.6 กิจกรรมการชำแหละสุกร

กิจกรรมนี้ทั้ง กรณีที่ 1 และ 2 จะมีค่าใช้จ่ายและเวลาในการทำกิจกรรมเท่ากัน โดยผู้ค้าสุกรชำแหละจะทำการชำแหละซากสุกรออกมาเป็นชิ้นส่วนต่างๆ มีค่าใช้จ่ายในการชำแหละตัวละ 52.53 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานชำแหละ ใช้เวลาในกิจกรรม 60 นาที ซึ่งในกิจกรรมนี้จะส่งผลต่อราคาจำหน่ายสุกรชำแหละ เนื่องจากหากผู้ชำแหละมีความชำนาญจะมีประสิทธิภาพที่จะได้เนื้อสุกรชิ้นส่วนที่จำหน่ายในปริมาณที่มากกว่า

#### 4.4.7 กิจกรรมการจำหน่ายสุกรชำแหละ

กิจกรรมนี้ทั้ง กรณีที่ 1 และ 2 จะมีค่าใช้จ่ายและเวลาในการทำกิจกรรมเท่ากัน โดยผู้ค้าสุกรชำแหละจะทำการจำหน่ายสุกรชำแหละที่ร้านค้าของตน มีค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายสุกรชำแหละตัวละ 482.89 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานขาย ตัวละ 204.08 บาท ใช้เวลาในกิจกรรม 240 นาที ซึ่งการจำหน่ายสุกรชำแหละส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้หมดภายในวันเดียว เนื่องจากผู้ค้าสุกรชำแหละจะมีลูกค้าประจำที่ทำการซื้อชิ้นส่วนสุกรชำแหละ รวมลดต้นทุนในการเก็บรักษาส่วนที่จำหน่ายไม่ได้ในแต่ละวัน

#### 4.4.8 กิจกรรมโลจิสติกส์ในภาพรวม

กรณีที่ 1 มีค่าใช้จ่ายและใช้ระยะเวลามากกว่า กรณีที่ 2 เนื่องจากมีผู้ประกอบการในกิจกรรมมากกว่า คือ มีผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องด้วย จึงทำให้มีกระบวนการที่เพิ่มขึ้น



ตารางที่ 4.16 ค่าใช้จ่ายและเวลาในกิจกรรมโลจิสติกส์ของการตลาดสุกรชำแหละ

หน่วย : บาท/สุกรขนาด 100 กิโลกรัม

กิจกรรม	รายการ	กรณีที่ 1		กรณีที่ 2	
		ต้นทุน (บาท/ตัว)	เวลา (นาที)	ต้นทุน (บาท/ตัว)	เวลา (นาที)
1. การจัดหาสุกรมีชีวิต	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	3.33			
	ค่ารถขนส่ง	53.33			
	ค่าแรงงาน	2.00			
	<b>รวม</b>	<b>58.66</b>	<b>180</b>		
2. การขนส่งสุกรมีชีวิต	ค่ารถขนส่ง	80.00		60.00	
	ค่าแรงงาน	2.00		37.50	
	ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างการขนส่ง	109.72		113.72	
	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	3.33			
	ค่าซ่อมบำรุงอุปกรณ์	2.53			
	ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	3.36			
	<b>รวม</b>	<b>200.94</b>	<b>420</b>	<b>211.22</b>	<b>90</b>
3. การซื้อสุกรมีชีวิต	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	10.00		10.00	
	<b>รวม</b>	<b>10.00</b>	<b>15</b>	<b>10.00</b>	<b>15</b>
4. การฆ่าสุกรมีชีวิต	ค่าจ้างฆ่าสุกร	171.25		171.25	
	ค่าภาษีและค่าธรรมเนียมในการฆ่า	54.00		54.00	
	ค่าสูญเสียน้ำหนักในการฆ่า	557.99		539.03	
	<b>รวม</b>	<b>783.24</b>	<b>60</b>	<b>764.28</b>	<b>60</b>
5. การขนส่งซากสุกร	ค่าขนส่ง	43.18		43.18	
	ค่าแรงงานขนส่ง	37.50		37.50	
	<b>รวม</b>	<b>80.68</b>	<b>15</b>	<b>80.68</b>	<b>15</b>
6. การชำแหละสุกร	ค่าแรงงานชำแหละ	50.77		50.77	
	ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	1.76		1.76	
	<b>รวม</b>	<b>52.53</b>	<b>60</b>	<b>52.53</b>	<b>60</b>
7. การจำหน่ายสุกรชำแหละ	ค่าแรงงานขาย	204.08		204.08	
	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	55.18		55.18	
	ค่าบรรจุภัณฑ์และน้ำแข็ง	109.04		109.04	
	ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	33.47		33.47	
	ค่าเช่าแผงค้า	55.22		55.22	
	ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	25.90		25.9	
	<b>รวม</b>	<b>482.89</b>	<b>240</b>	<b>482.89</b>	<b>240</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>		<b>1,668.94</b>	<b>990</b>	<b>1,601.60</b>	<b>480</b>

ที่มา : คำนวณจากการสำรวจ

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

สุกรเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญของไทยที่มีการเลี้ยงทั่วไปในทุกภาคของประเทศ อย่างไรก็ตามเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรมักประสบปัญหาผลผลิตสุกรล้มตลัด เนื่องจากความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทานสินค้าสุกร ส่งผลให้ราคาตกต่ำอยู่เสมอ รวมทั้งราคาสุกรมีชีวิตหน้าฟาร์มที่เกษตรกรได้รับและราคาสุกรชำแหละที่ผู้บริโภคปลายทางซื้อความแตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการบริหารจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจสุกรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรสามารถทำการผลิตและประกอบกิจการได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาโซ่อุปทานสุกร โดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรจำนวนทั้งสิ้น 112 ราย และผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจสุกร ประกอบด้วย ผู้จำหน่ายลูกสุกร ผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต และผู้ค้าสุกรชำแหละ รวม 26 ราย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

##### 5.1.1 ต้นทุนการผลิตสุกร

1) ต้นทุนการผลิตสุกรอิสระ การผลิตอิสระสุกรพันธุ์และขุน ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม มีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,653.85 บาท หรือกิโลกรัมละ 56.54 บาท จำหน่ายได้กำไรตัวละ 32.15 บาท หรือกิโลกรัมละ 0.32 บาท ในส่วนของการผลิตอิสระสุกรขุน ขนาดน้ำหนัก 6-100 กิโลกรัม มีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,846 บาท หรือกิโลกรัมละ 58.46 บาท จำหน่ายขาดทุนตัวละ 160 บาท หรือกิโลกรัมละ 1.60 บาท โดยปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญของการผลิตสุกรอิสระทั้งสองแบบ คือ อาหารสุกร และพันธุ์สุกร

การผลิตสุกรอิสระทั้งสองแบบจะมีต้นทุนที่แตกต่างกันในส่วนของพันธุ์สุกร เนื่องจากการผลิตอิสระสุกรขุนทำการซื้อลูกสุกรตามราคาตลาด ทำให้ต้นทุนค่าพันธุ์สูงกว่าการผลิตสุกรพันธุ์และขุน อย่างไรก็ตามในกรณีที่มีปริมาณลูกสุกรออกสู่ตลาดมากกว่าความต้องการ ก็มีโอกาสที่ราคาลูกสุกรจะต่ำกว่าต้นทุนการผลิตลูกสุกรเช่นเดียวกัน

2) ต้นทุนการผลิตสุกรรับจ้างเลี้ยง มีต้นทุนการผลิต ตัวละ 5,713.14 บาท จำหน่ายขาดทุนตัวละ 27.14 บาท หรือกิโลกรัมละ 0.27 บาท โดยปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญ คือ อาหารสุกร และพันธุ์สุกร ซึ่งปัจจัยทั้งสองชนิดนี้เป็นค่าใช้จ่ายของบริษัทคู่สัญญา อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายและรายได้เฉพาะในส่วนของผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยง พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุกรขุน ตัวละ 413.78 บาท โดยปัจจัยการผลิตที่สำคัญ คือ ค่าเสียโอกาสโรงเรือน และค่าน้ำ-ค่าไฟฟ้า ได้รับรายได้จากค่าจ้างเลี้ยงสุกรเฉลี่ย ตัวละ 417.36 บาท ส่งผลให้ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงได้กำไร ตัวละ 3.58 บาท

3) ต้นทุนการผลิตสุกรประกันราคา มีต้นทุนการผลิต ตัวละ 6,035.17 บาท หรือกิโลกรัมละ 60.35 บาท จำหน่ายขาดทุน ตัวละ 35.17 บาท หรือกิโลกรัมละ 0.35 บาท โดยปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญ คือ อาหารสุกร และพันธุ์สุกร แม้ว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรเกษตรพันธสัญญาแบบประกันราคาจะมีสัญญากับบริษัทคู่สัญญา ซึ่งมีการกำหนดปริมาณและราคารับซื้อชัดเจน แต่ว่าก็ยังมีความเสี่ยงที่จะขาดทุน เนื่องจาก

ต้นทุนทั้งหมดเกษตรกรเป็นผู้รับผิดชอบเอง รวมทั้งจะต้องซื้ออาหารสุกรจากบริษัทคู่สัญญาตามสัญญาข้อตกลงการเลี้ยงสุกร

ผู้เลี้ยงสุกรอิสระมีโอกาสได้รับกำไรจากการจำหน่ายสุกรมากที่สุด แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะขาดทุนมากที่สุดเช่นเดียวกัน เนื่องจากราคาที่ได้รับจะอ้างอิงจากราคาตลาดเป็นหลัก ในขณะที่ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงจะมีความเสี่ยงที่จะขาดทุนน้อยที่สุด เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สำคัญส่วนใหญ่บริษัทคู่สัญญาจะเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด แต่ก็มีโอกาสที่จะได้รับกำไรไม่มากนัก เนื่องจากมีการทำสัญญาราคาซื้อขายอย่างชัดเจนก่อนการเลี้ยงสุกร ไม่สามารถต่อรองกันได้ แม้ว่าราคาตลาดในช่วงที่เกษตรกรทำการขายสุกรจะมีราคาสูงนอกจากนี้ผู้เลี้ยงสุกรแบบรับจ้างเลี้ยงจำเป็นต้องลงทุนในเรื่องเกี่ยวกับโรงเรือนและอุปกรณ์ค่อนข้างสูงกว่าการเลี้ยงแบบอื่น เนื่องจากบริษัทคู่สัญญาได้มีสัญญาตกลงให้มีโรงเรือนที่ได้มาตรฐาน มีประสิทธิภาพในการผลิต และการป้องกันโรค รวมทั้งมีไบโอสเฟรมเพิ่มเติมจากการที่เกษตรกรมีโรงเรือนที่ได้มาตรฐาน

### 5.1.2 วิธีการตลาดสุกรชำแหละ

วิธีการตลาดสุกรชำแหละจะเริ่มจากเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ซึ่งมีวิธีการตลาดแตกต่างกัน ดังนี้

1) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ส่วนใหญ่ทำการจำหน่ายสุกรมีชีวิตไปยังผู้ค้าสุกรชำแหละและผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ซึ่งผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะรับซื้อสุกรมีชีวิตจากเกษตรกรและทำการจำหน่ายสุกรมีชีวิตให้แก่ผู้ค้าสุกรชำแหละและทำการส่งออก โดยผู้ค้าสุกรชำแหละจะซื้อสุกรทั้งผ่านผู้ทางผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตและฟาร์มเกษตรกรโดยตรง ก่อนทำการฆ่าชำแหละและทำการจำหน่ายชิ้นส่วนสุกรชำแหละให้แก่ผู้บริโภค

2) ผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา จะการจำหน่ายสุกรทั้งหมดให้แก่บริษัทคู่สัญญา โดยบริษัทคู่สัญญาจะทำการจำหน่ายทั้งสุกรมีชีวิตและสุกรชำแหละ ในส่วนของสุกรชำแหละทั้งหมดจะทำการจำหน่ายไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือร้านค้าสุกรชำแหละของบริษัท ส่วนของสุกรมีชีวิตจะจำหน่ายไปยังผู้ค้าสุกรชำแหละและผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ซึ่งผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตจะทำการจำหน่ายต่อไปยังผู้ค้าสุกรชำแหละรวมทั้งทำการส่งออก

### 5.1.3 ต้นทุนการตลาดและส่วนเหลือการตลาดสุกรชำแหละ

1) กรณีที่ 1 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต

ผู้เลี้ยงสุกรอิสระได้รับราคาเฉลี่ย ตัวละ 5,486 บาท หรือกิโลกรัมละ 54.86 บาท ส่งผลให้ผู้เลี้ยงสุกรอิสระขาดทุนตัวละ 167.85 บาท จากราคาขายสุกรชำแหละ ตัวละ 7,782.05 บาท ทำให้มีส่วนเหลือการตลาด ตัวละ 2,296.05 บาท มีต้นทุนการตลาดทั้งหมด ตัวละ 1,668.94 บาท โดยผู้ที่ได้รับผลประโยชน์มากที่สุดในกรณีนี้ คือ ผู้ค้าสุกรชำแหละ รองลงมาคือ ผู้รวบรวมสุกรชำแหละ และเกษตรกรตามลำดับ

2) กรณีที่ 2 ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรมีชีวิตจากฟาร์มผู้เลี้ยงสุกรอิสระโดยตรง

ผู้เลี้ยงสุกรอิสระได้รับราคาเฉลี่ย ตัวละ 5,686 บาท หรือกิโลกรัมละ 56.86 บาท ส่งผลให้ผู้เลี้ยงสุกรอิสระได้กำไรจากขายสุกรมีชีวิต ตัวละ 32.15 บาท จากราคาขายสุกรชำแหละ ตัวละ 7,782.05

บาท ทำให้มีส่วนเหลือมการตลาด ตัวละ 2,096.05 บาท มีต้นทุนการตลาด ตัวละ 1,564.10 บาท โดยผู้ที่ได้รับผลประโยชน์มากที่สุดในกรณีนี้ คือ ผู้ค้าสุกรชำแหละ

### 3) กรณีที่ 3 ผู้เลี้ยงสุกรอิสระจำหน่ายสุกรชำแหละแก่ผู้บริโภคโดยตรง

จากต้นทุนการผลิตสุกรอิสระ ตัวละ 5,653.85 บาท และราคาเฉลี่ยจากการขายสุกรชำแหละ ตัวละ 7,782.05 บาท ทำให้ผู้เลี้ยงสุกรอิสระได้กำไรจากการขายสุกรชำแหละ ตัวละ 564.10 บาท โดยมีส่วนเหลือมการตลาด ตัวละ 2,128.20 บาท มีต้นทุนการตลาด ตัวละ 1,564.10 บาท โดยในกรณีนี้ผู้เลี้ยงสุกรอิสระได้รับผลประโยชน์มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ค้าสุกรชำแหละ ได้รับสัดส่วนกำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละและกำไรต่อต้นทุน ในกรณีที่ 1 ร้อยละ 7.77 และ 8.42 ตามลำดับ ในกรณีที่ 2 ร้อยละ 6.84 และ 7.34 ตามลำดับ และผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ได้รับสัดส่วนกำไรต่อราคาขายสุกรชำแหละและกำไรต่อต้นทุน ในกรณีที่ 1 ร้อยละ 0.29 และ 0.39 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าราคาของผู้ประกอบการแต่ละระดับได้กำไรที่ไม่มากนัก กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการในธุรกิจสุกรชำแหละนั้น ได้รับค่าตอบแทนที่ค่อนข้างสมเหตุสมผล

#### 5.1.4 กิจกรรมโลจิสติกส์ของการตลาดสุกรชำแหละ

กิจกรรมโลจิสติกส์ของการตลาดสุกรชำแหละในกรณี ผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากผู้รวบรวมสุกรมีชีวิต ใช้ต้นทุนมากที่สุดในกิจกรรมการฆ่าสุกรมีชีวิต รองลงมาคือ การจำหน่ายสุกรชำแหละ ซึ่งการจำหน่ายสุกรชำแหละจะใช้เวลาในการทำกิจกรรมมากที่สุด รองลงมาคือ การขนส่งสุกรมีชีวิตจากฟาร์มเกษตรกรมาส่งให้ผู้ค้าสุกรชำแหละ นอกจากนี้ในกรณีนี้จะใช้ต้นทุนและเวลามากกว่ากรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากฟาร์มเกษตรกรโดยตรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการในกิจกรรมมากกว่า คือ มีผู้รวบรวมสุกรมีชีวิตเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องด้วย จึงทำให้มีกระบวนการที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ใช้ต้นทุน และเวลาที่มากกว่า ในขณะที่กิจกรรมโลจิสติกส์กรณีผู้ค้าสุกรชำแหละซื้อสุกรชำแหละจากฟาร์มเกษตรกรโดยตรงจะใช้ต้นทุนในการจำหน่ายสุกรชำแหละมากที่สุด รองลงมาคือ การฆ่าสุกรมีชีวิต

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

#### 1) เกษตรกร

##### 1.1) ด้านการผลิต

1.1.1) พัฒนาโรงเรือนเลี้ยงสุกร โดยการส่งเสริม สร้างแรงจูงใจ ให้มีการพัฒนาโรงเรือน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการเลี้ยงสุกร ลดต้นทุน ลดปริมาณแรงงานในฟาร์ม ตลอดจนสามารถป้องกันโรคระบาดในสุกรได้ดีขึ้น เนื่องจากการบริหารจัดการในฟาร์มที่มีมาตรฐานจะเป็นส่วนที่สามารถลดความเสี่ยงจากการเกิดโรคระบาด ส่งผลให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนในการผลิตสุกรได้

1.1.2) ส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ โดยส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรอิสระ ทั้งเกษตรกรรายย่อย รายเล็ก และรายกลาง มีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ เพื่อให้มีอำนาจต่อรองในการจัดหาปัจจัยการผลิต โดยให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเป็นการลดต้นทุน ทั้งค่าอาหารสุกร ค่ายาและวัคซีน รวมทั้งให้

สหกรณ์ที่มีศักยภาพทำการสร้างและพัฒนาโรงผลิตอาหารสุกรเอง เนื่องจากต้นทุนค่าอาหารสุกรเป็นต้นทุนสำคัญที่สุดในการผลิตสุกร อย่างไรก็ตาม เพื่อให้มีเกษตรกรมีการรวมกลุ่มอย่างยั่งยืน ภาครัฐควรหาระบบการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการบริหารจัดการสินค้าสุกรนั้น ค่อนข้างมีรายละเอียดปลีกย่อยค่อนข้างมาก ดังนั้น ควรมีการพัฒนาทั้งในด้านการผลิตและการตลาดให้แก่กลุ่มสหกรณ์ควบคู่กันไป

1.1.3) ส่งเสริมให้แรงงานท้องถิ่น มีทัศนคติที่ดีในการทำปศุสัตว์ เนื่องจากแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญ เพื่อให้สามารถหาแรงงานในท้องถิ่นได้มากขึ้น และลดต้นทุนแฝงในการเลี้ยงดูแรงงานลงได้

1.1.4) วิจัยและพัฒนาการการจัดการบริหารจัดการเกี่ยวกับอาหารสุกร ตลอดจนหาวัตถุดิบที่มีราคาไม่สูงนักมาใช้เป็นส่วนประกอบในการผสมอาหารสุกร

## 1.2) ด้านการตลาด

1.2.1) พัฒนาการตลาดในรูปแบบสหกรณ์ ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรแบบอิสระมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์เพื่อหาช่องทางจัดจำหน่าย และเพิ่มอำนาจการต่อรองในการจำหน่ายสุกร

1.2.2) ส่งเสริมให้สหกรณ์ที่มีศักยภาพทำธุรกิจสุกรแบบครบวงจร เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรแบบอิสระ โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย และรายเล็ก มีโอกาสที่จะได้รับรายได้เพิ่มขึ้น

1.2.3) สร้างและพัฒนาช่องทาง เครือข่าย ระบบฐานข้อมูล ในการเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้รับซื้อสุกร เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรแบบอิสระ โดยเฉพาะเกษตรกรอิสระรายย่อย และรายเล็ก

1.2.4) ส่งเสริมการตลาดให้กับฟาร์มสุกรมาตรฐาน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรหันมาทำฟาร์มสุกรให้ได้มาตรฐาน เนื่องจากในปัจจุบันราคาสุกรของฟาร์มที่ได้มาตรฐานและไม่ได้มาตรฐานไม่มีความแตกต่างกัน รวมทั้งเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้เกษตรกรที่ทำฟาร์มมาตรฐาน ซึ่งจะส่งผลในการสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรหันมาทำฟาร์มสุกรที่มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น เช่น การสร้างตรามาตรฐานสินค้าสุกรจากฟาร์มสุกรที่ได้รับมาตรฐานการผลิต

1.2.5) สร้างเสริมการร่วมลงทุนระหว่างสหกรณ์และภาคเอกชน เนื่องจากสหกรณ์เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรรายย่อยและรายเล็กเป็นส่วนใหญ่ซึ่งมีเงินลงทุนไม่มากนัก หากมีการลงทุนจากทางเอกชน จะทำให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 2) ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต

2.1) ในช่วงที่เกิดภาวะราคาสุกรตกต่ำ ภาครัฐควรขอความร่วมมือกับผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตให้รับซื้อสุกรมี่ชีวิตจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม

2.2) สร้างและพัฒนาช่องทางให้ผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิตที่มีศักยภาพสามารถส่งออกสุกรมี่ชีวิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากเนื้อสุกรส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการบริโภคในประเทศ ซึ่งยังมีการส่งออกเป็นจำนวนน้อย โดยหากสามารถส่งออกเนื้อสุกรได้เพิ่มขึ้น จะเป็นการลดปริมาณการผลิตส่วนเกินออกจากตลาดได้ ซึ่งผู้รวบรวมสุกรมี่ชีวิต เป็นผู้ที่มีเครือข่าย และมีความชำนาญในการส่งออกสุกรมี่ชีวิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

3) ผู้ค้าปลีกชำแหละ ในช่วงที่เกิดภาวะราคาสุกรตกต่ำ ภาครัฐควรขอความร่วมมือกับผู้ค้าปลีกสุกรชำแหละให้จำหน่ายสุกรชำแหละในราคาที่เหมาะสมกับราคาสุกรมีชีวิตหน้าฟาร์ม

4) โรงฆ่าสุกร ควรมีการสร้างแรงจูงใจให้โรงฆ่าสุกรพัฒนาโรงฆ่าสุกรให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนมีการส่งเสริมสหกรณ์ที่มีศักยภาพให้มีการสร้างและพัฒนาธุรกิจโรงฆ่าสุกร

5) หน่วยงานภาครัฐ

5.1) การทำสัญญาระหว่างผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคากับบริษัทคู่สัญญา ภาครัฐควรเข้ามาดูแลเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย

5.2) การกำหนดมาตรการด้านราคา และแนวทางการช่วยเหลือด้านราคา ควรให้ความสำคัญผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรอิสระเป็นอันดับแรก เนื่องจากผู้เลี้ยงสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคาจะได้รับราคาจากบริษัทคู่สัญญาที่แน่นอน

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ศักยภาพและข้อจำกัดของการรวมกลุ่ม สหกรณ์ของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร

2) แนวทางการบริหารจัดการในการลดต้นทุนค่าอาหารสุกร

3) พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเกี่ยวกับเนื้อสุกร เนื่องจากเป็นตลาดที่มีความสำคัญ ตลอดจนในปัจจุบันปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านเศรษฐกิจ

4) โลจิสติกส์ในการจำหน่ายสุกรไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

5) แนวทางเกี่ยวกับการร่วมลงทุนระหว่างสหกรณ์ผู้เลี้ยงสุกรและบริษัทเอกชน

6) ต้นทุนการตลาดสุกรชำแหละของสุกรรับจ้างเลี้ยงและประกันราคา และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)



## บรรณานุกรม

- กรมปศุสัตว์. (2560). จำนวนเกษตรกรและสุกร รายจังหวัด ปี 2560[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: [http://ict.dld.go.th/th2/images/stories/stat\\_web/monthly/2560/T5-1.pdf](http://ict.dld.go.th/th2/images/stories/stat_web/monthly/2560/T5-1.pdf) (วันที่สืบค้นข้อมูล: 12 ตุลาคม 2560).
- ธนิต โสรรัตน์. (2550). *การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนวัฒน์ ไชยพรหม. (2554). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของฟาร์มสุกรแม่พันธุ์ขนาดเล็กของผู้เลี้ยงอิสระ ในจังหวัดนครราชสีมา. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย มหาวิทยาลัยพายัพ 2554 ณ ศูนย์ทรัพยากรการเรียนรู้สิรินธร มหาวิทยาลัยพายัพ* (หน้า 814-816). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยพายัพร่วมกับเครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน (สกอ.).
- นรินทร์ เซวงนรินทร์, จิรวัฒน์ เจริญสถาพรกุล และอ้อทิพย์ ราชภูรินิยม. (2552). ประสิทธิภาพการใช้จ่ายการผลิตและต้นทุนการทำฟาร์มสุกร ในจังหวัดนครปฐม. *วารสารเศรษฐศาสตร์ศรีนครินทรวิโรฒ*. ค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560, จาก ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นวลจันทร์ พารักษา, เอมอร อังสุรัตน์, หนูจันทร์ มาตา และจุฬารัตน์ วัฒนชะ. (2551). *งานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการ “การศึกษาโครงการระบบตลาดข้อตกลงสินค้าปศุสัตว์ (สุกร) ในประเทศไทย”*. กรุงเทพฯ : ชุดโครงการ การพัฒนาธุรกิจสินค้าเกษตรและตลาดต่างประเทศ สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ปิติพีร์ รวมเมฆ. (2557). รูปแบบและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ Contract Farming ในประเทศไทย: กรณีศึกษา Contract Farming สุกร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 141, 48-71.
- รัตนพล ทวะชาลี. (2548). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนฟาร์มสุกรขนาดเล็กของเกษตรกรอิสระและรับจ้างเลี้ยง ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม*.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วนิดา สืบสายพรหม, เอมอร อังสุรัตน์, รพี ดอกไม้เทศ และประหยัด ทิราวงศ์. (2556). *รายงานฉบับสมบูรณ์ มาตรฐานความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่การผลิต เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความปลอดภัยอาหาร*. นครปฐม: ชุดโครงการความมั่นคงทางอาหาร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ศิริวัฒน์ ทรงชนศักดิ์. (2552). *การศึกษาพฤติกรรมการส่งผ่านราคาข้าวไทย ปี 2546-2550*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- ศุภกร พรหมดวงดี และนงลักษณ์ สุพรรณไขมาตย์. (2558). *การจัดการธุรกิจการเลี้ยงสุกรรายย่อย กรณีศึกษาในพื้นที่ตำบลดินดำ อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น*. แกนเกษตร, 43 ฉบับพิเศษ 1, 149-154.
- สมคิด ทักชิณาวิสุทธิ. (2546). *หลักการตลาดสินค้าเกษตรเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



- สมคิด ทักษิณาวิสูทธิ์. (2548). *หลักการตลาดสินค้าเกษตร*. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมพร อิศวิลานนท์. (2553). *ข้าวไทย: การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตและช่องทางการกระจาย*. นนทบุรี: เลิศชัยการพิมพ์ 2 ปากเกร็ด.
- สมพร อิศวิลานนท์. (2546). *การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของราคา: กรณีผลไม้ลำไย*. กรุงเทพฯ: เอกสารงานวิจัย.
- สมศักดิ์ เพียบพร้อม. (2531). *การจัดการฟาร์มประยุกต์*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมอนงค์ ตั้งกิตตพงษ์. (2550). *การวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพของการลงทุนทำฟาร์มเลี้ยงสุกรขุน ในโรงเรือนแบบปิดและแบบเปิด กรณีศึกษาจังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุเมธ เดชรักษา. 2547. *การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนเลี้ยงสุกรแบบ ผูกพันกับแบบอิสระในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2552). *การศึกษาเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดสุกร*. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564)*. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). *สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). *เอกสารประกอบการฝึกอบรม การวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ปศุสัตว์และประมง ระหว่างวันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ 2561*. กรุงเทพฯ: ส่วนสารสนเทศการผลิต ปศุสัตว์และประมง ศูนย์สารสนเทศการเกษตร.
- Ajala, M.K., and Adesehinwa, A.O.K. (2008). Analysis of Pig Marketing in ZangoKataf Local Government Area of Kaduna State, Nigeria. *Tropicultura*, 26, 4, 229-239.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determinining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. v. 30, 607-610.

ภาคผนวก



**ภาคผนวกที่ 1**  
**แบบสอบถาม**  
**การศึกษาไข่อุปทานสุกร**

วันที่สำรวจ.....

ผู้สำรวจ.....

ชื่อฟาร์ม/เจ้าของฟาร์ม.....

บ้านเลขที่..... หมู่ที่..... ตำบล.....

อำเภอ..... จังหวัด.....

โทรศัพท์.....

**1. ข้อมูลทั่วไปด้านการเกษตร**

1.1 เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

1.2 อายุ ..... ปี

1.3 ระดับการศึกษา ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  
( ) อนุปริญญา/ปวส. ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 การประกอบอาชีพ/สัดส่วนของรายได้ของสุกรและอาชีพอื่นของคนในครัวเรือน

(นอกจากการเลี้ยงสุกร)

	อาชีพ	สัดส่วนของรายได้ (ร้อยละ)
( )	เลี้ยงสุกร	
( )	เลี้ยงสัตว์อื่นๆ (ระบุ) .....	
( )	ปลูกพืช (ระบุ) .....	
( )	ค้าขาย (ระบุ) .....	
( )	อื่นๆ (ระบุ) .....	
( )	อื่นๆ (ระบุ) .....	

1.5 รายได้รวมทั้งหมดของครัวเรือนต่อปี

( ) ต่ำกว่า 50,000 บาท ( ) 50,001-100,000 บาท ( ) 100,001-200,000 บาท

( ) 200,001-300,000 บาท ( ) 300,001-400,000 บาท ( ) 400,001-500,000 บาท

( ) มากกว่า 500,000-1,000,000 บาท ( ) มากกว่า 1,000,000 บาท

1.6 แรงงานในครัวเรือน

ประเภท	ชาย (คน)	หญิง (คน)	รวม (คน)
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน			
สมาชิกที่เลี้ยง/ดูแลสุกร			

1.7 ประสบการณ์การเลี้ยงสุกร.....ปี

จำนวนสุกรเมื่อเริ่มเลี้ยง.....ตัว

ประเภทการเลี้ยง (ตอบได้มากกว่า 1)

( ) สุกรพันธุ์ ( ) ลูกสุกร ( ) สุกรขุน

## 1.8 ลักษณะการเลี้ยงสุกร

( ) อีสระ

( ) แบบมีพันธะสัญญา บริษัท..... สัตส่วนของสุกรที่ทำสัญญา (ร้อยละ) .....

## 1.9 ลักษณะโรงเรือน ( ) โรงเรือนแบบเปิด ( ) โรงเรือนแบบปิด

## 1.10 การรับรองมาตรฐานฟาร์มจากกรมปศุสัตว์

( ) ได้รับการรับรอง ( ) ไม่ได้รับการรับรอง

## 1.11 จำนวนโรงเรือน จำนวน ..... หลัง

## 1.12 เป็นสมาชิกสถาบันทางการเกษตร

( ) ไม่ได้เป็นสมาชิก

( ) สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ

( ) สหกรณ์ผู้เลี้ยงสุกร (ระบุ) .....

( ) อื่น ๆ .....

## 1.13 เงินลงทุนแรกเริ่ม

( ) ของตนเอง ( ) ธนาคารพาณิชย์ ( ) ธ.ก.ส. ( ) อื่น ๆ (ระบุ) .....

เงินลงทุนปัจจุบัน อัตราดอกเบี้ย .....%

( ) ของตนเอง ( ) ธนาคารพาณิชย์ ( ) ธ.ก.ส.

( ) อื่น ๆ (ระบุ).....

## 2. ข้อมูลการเลี้ยงสุกร

## 2.1 ประเภทการเลี้ยง

( ) เลี้ยงสุกรพันธุ์ เพื่อจำหน่ายสุกรพ่อแม่พันธุ์

( ) เลี้ยงสุกรพ่อแม่พันธุ์ เพื่อจำหน่ายลูกสุกรขุน

( ) สุกรขุน ( ) มีพ่อแม่พันธุ์ของตนเอง

( ) ซื้อลูกสุกร

## 2.2 จำนวนสุกรในฟาร์ม

จำนวนสุกรในฟาร์ม	พ่อพันธุ์	แม่พันธุ์	สุกรยังไม่หย่านม	สุกรขุน
จำนวนที่มีในปัจจุบัน (ตัว)				
จำนวนสุกรที่ซื้อ (ตัว/เดือน/ปี)				
ราคาที่ซื้อ (บาท/ตัว)				
ขนาดน้ำหนักที่ซื้อ (กก.)				
อายุการใช้งาน/อายุการเลี้ยง (เดือน/ปี)				
ระยะเวลาการเลี้ยงก่อนขาย (เดือน/ปี)				
จำนวนที่จำหน่ายต่อเดือน (ตัว)				
ขนาดน้ำหนักที่ขาย/ปลดขาย (กก.)				
ราคาขาย/ปลดขาย (บาท/ตัว)				

## 2.3 อัตราการเกิดของลูกสุกร

อัตราการเกิด-หย่านม	จำนวน/น้ำหนัก
จำนวนครอก/ตัว/ปี (ครอก)	
จำนวนลูกสุกรต่อครอก (ตัว)	
จำนวนลูกสุกรหย่านม (ตัว/ครอก)	
อายุหย่านม (วัน)	
น้ำหนักหย่านม (กก.)	
อัตราการสูญเสีย	
อัตราสูญเสีย คลอด-หย่านม (ร้อยละ)	
อัตราสูญเสีย หย่านม-ก่อนขุน (ร้อยละ)	
อัตราสูญเสีย ช่วงขุนสุกร (ร้อยละ)	
ระยะเวลาเลี้ยงสุกรขุน (เดือน)	

## 2.4 แรงงานเลี้ยงสุกร

ประเภทแรงงาน	จำนวน (คน)	ระยะเวลาที่ใช้เลี้ยงสุกร (ชั่วโมง/วัน/คน)	ค่าจ้าง (บาท/ชม./วัน/เดือน)
แรงงานครัวเรือน			
แรงงานจ้างประจำ			
แรงงานจ้างชั่วคราว			

## 2.5 อาหารสุกร

ที่	ประเภทอาหาร	แหล่งที่ซื้อ (บริษัท/ ร้านค้า/ เกษตรกร/ สหกรณ์)	ระยะทาง (กม.)	ค่าใช้จ่ายใน การซื้อ อาหาร (บาท)	ค่าใช้จ่ายใน การผสม อาหาร (บาท)	ระยะเวลาใน การเก็บรักษา (วัน/เดือน)	ค่าใช้จ่าย ในการเก็บ รักษา (บาท/ เดือน)
( )	ใช้อาหารสำเร็จรูป						
( )	ใช้หัวอาหาร ผสมกับ วัตถุดิบอาหารสัตว์						
( )	ใช้วัตถุดิบผสมอาหาร เอง						

## 2.7.1 ปริมาณอาหารที่ใช้เลี้ยงสุกร

รายการ	ปริมาณ (กก./ตัว/วัน)	ระยะเวลา เลี้ยง (วัน)	FCR	ราคาอาหารสำเร็จรูป (บาท/ถุง.....กก.)	ราคาหัวอาหาร (บาท/ถุง...กก.)
พ่อพันธุ์					
แม่พันธุ์					
แม่พันธุ์อุ้มท้อง					
แม่พันธุ์เลี้ยงลูก					
สุกรยังไม่หย่านม (เลียราง)					
สุกรเล็ก นน. .... กก.					
สุกรรุ่น นน. .... กก.					
สุกรขุน นน. .... กก.					
สุกรใหญ่ นน. .... กก.					

## 2.7.2 วัตถุประสงค์ ราคาอาหารสุกรตามประเภทของสุกร

ส่วนผสม	ราคา (บาท/กก.)	แหล่งที่ ซื้อ	พ่อพันธุ์	แม่พันธุ์	แม่พันธุ์อุ้ม ท้อง	แม่พันธุ์ เลี้ยงลูก	สุกรยังไม่ หย่านม (เลี้ยงรวม)	สุกรขุน นน. ..... กก.
หัวอาหาร								
รำละเอียด								
รำสกัด								
รำข้าวสาลี								
มันเส้น								
ปลายข้าว								
ข้าวโพด								
กากถั่วเหลือง								
ถั่วอบ								
ปลาป่น								
พรีมิกซ์								
โดแคลเซียม								
เกลือ								
ไลซีน								
น้ำมันถั่ว								
ทรีโอไนล								
หินฟูน								
ไขมันผง								
อะม็อกซิ								
ยาช่วยย่อย								
ยาจับเชื้อรา								
เซอร์แมก								
ออริโอ								
เบตาพิน								
เมทโทโอนิล								
P-21								
เอนไซด์								

หมายเหตุ: แหล่งที่ซื้อ (1) บริษัท (2) ร้านค้า (3) เกษตรกร (4) สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร



## 2.8 ค่ายาป้องกันและรักษาโรค

(บาท/ตัว)

รายการ	ลูกสุกร แรกคลอด - ก่อนขุน	สุกรขุน เริ่มขุน - ขาย	พ่อพันธุ์	แม่พันธุ์
วัคซีน (บาท/ตัว)				
- อหิวาต์สุกร				
- ปากและเท้าเปื่อย				
- พิษสุนัขบ้าเทียม				
- พาโวไวรัส				
- ไมโครพลาสมา				
- อื่น ๆ (ระบุ)				
ยาถ่ายพยาธิ				
ธาตุเหล็ก				
วิตามิน				
ยาอื่น ๆ (ระบุ)				
ค่าผ่าตัดต่างๆ				
ค่าทำหมันสุกร				
ค่าแรงในการทำหมัน				
ค่าตัดฟันสุกร				
ค่าแรงในการตัดฟัน				
อื่นๆ				

## 2.9 ค่าสาธารณูปโภคอื่น ๆ

(บาท/เดือน)

รายการ	ค่าใช้จ่าย
ค่าน้ำ	
ค่าไฟฟ้า	
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและหล่อลื่นรวม	
- ค่าเครื่องสูบน้ำ	
- ค่าพัดลม	
- ค่ารถยนต์	
- ค่ารถจักรยานยนต์	
ค่าซื้ออุปกรณ์เพื่อใช้ในฟาร์ม	
ค่าซ่อมแซมเครื่องมือและอุปกรณ์	
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ระบุ)	

## 3. ที่ดิน โรงเรือน เครื่องมือ และอุปกรณ์

## 3.1 พื้นที่โรงเรือน

รายการ	พื้นที่/ราคา
1. พื้นที่ฟาร์มเลี้ยงสุกรทั้งหมด (ตรว./งาน/ไร่)	
1.1 ของตนเอง (ตรว./งาน/ไร่)	
1.2 เช่า (ตรว./งาน/ไร่)	
2. จำนวนโรงเรือน (หลัง)	
3. ราคาเช่าที่ดินในพื้นที่ (บาท/ไร่)	
4. ราคาที่ดินในพื้นที่ (บาท/ไร่)	

## 3.2 รายการสิ่งก่อสร้าง /อุปกรณ์ ในการเลี้ยงสุกร

รายการ	จำนวน หน่วย	วัน เดือน ปี ที่ซื้อหรือสร้าง	มูลค่าแรกซื้อ หรือสร้าง (บาท)	อายุการใช้ งาน(ปี)	%ที่ใช้ ในกิจการ	มูลค่าปัจจุบัน (บาท)
โรงเรือน						
รั้ว						
โรงเก็บและผสมอาหาร						
พัดลม						
เครื่องผสมอาหาร						
เครื่องให้อาหารอัตโนมัติ						
ที่ให้น้ำอัตโนมัติ						
ถังใส่อาหาร						
ถังใส่น้ำ						
เครื่องสูบน้ำ						
บ่อบาดาล						
แท็งค์น้ำ						
สายยาง						
ตาข่าย						
รถเข็น						
รถจักรยานยนต์						
รถยนต์						
อุปกรณ์อื่น ๆ (ระบุ)						
อุปกรณ์อื่น ๆ (ต่อ)						

#### 4. การจำหน่ายสุกร

##### 4.1 ประเภทการจำหน่ายสุกร

<input type="checkbox"/> ขายลูกสุกร	จำนวน ..... ราย	<input type="checkbox"/> พ่อค้า <input type="checkbox"/> บริษัท <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....
<input type="checkbox"/> ขายสุกรมีชีวิต	จำนวน ..... ราย	<input type="checkbox"/> พ่อค้า <input type="checkbox"/> บริษัท <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....
<input type="checkbox"/> ขายสุกรชำแหละ	จำนวน ..... ราย	<input type="checkbox"/> พ่อค้า <input type="checkbox"/> เชียง <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....

##### 4.2 การจำหน่ายลูกสุกร

###### 4.2.1 ลักษณะการจำหน่ายลูกสุกร

รายการ	น้ำหนัก/จำนวน/ราคา
ขนาดน้ำหนักของลูกสุกรที่จำหน่าย (กก.)	
จำนวนลูกสุกรที่จำหน่ายต่อเดือน (ตัว)	
ราคาลูกสุกร (บาท/ตัว)	
การกำหนดราคา	<input type="checkbox"/> ตามตกลงกัน <input type="checkbox"/> มีสัญญาซื้อขาย <input type="checkbox"/> ตามราคาอ้างอิง จาก ....., <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....
การกำหนดชำระเงิน	<input type="checkbox"/> เงินสด <input type="checkbox"/> เงินเชื่อ ..... วัน

ท่านยอมรับราคาที่ได้รับหรือไม่  ยอมรับ  ไม่ยอมรับ

เพราะเหตุใด

.....

###### 4.2.2 การจำหน่าย/ขนส่งลูกสุกร

แหล่งจำหน่ายลูกสุกร*	สัดส่วนการจำหน่าย (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัว)	อำเภอ จังหวัด	ระยะทาง (กม.)	ประเภทการขนส่ง**	จำนวนตัว/เที่ยว	ค่าขนส่ง/เที่ยว (บาท)

หมายเหตุ : \* 1. เกษตรกร, 2. พ่อค้ารวบรวม, 3. พ่อค้าขายส่งชำแหละ, 4. พ่อค้าขายปลีกชำแหละ, 5. บริษัท

\*\* 1. รถ 4 ล้อ, 2. รถ 6 ล้อ, 3. รถ 10 ล้อ

#### 4.2.3 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการค้าลูกสุกร

- ค่าแรงงาน (จำนวน ..... คน) .....
- ค่ากระชु (จำนวน..... กระชุ ราคา..... บาท อายุการใช้งาน.....ปี).....
- ค่าใบอนุญาตเคลื่อนย้าย.....
- ค่าอื่น ๆ (ระบุ) .....
- .....
- ค่าใช้จ่ายในการเก็บไว้ออขายสำหรับลูกสุกร (บาท/วัน สัปดาห์ เดือน)
  - ค่าอาหาร.....
  - ค่าแรงงานเลี้ยง.....
  - ค่าคอกพัก (มูลค่า..... บาท อายุการใช้งาน.....ปี).....

#### 4.3 การจำหน่ายสุกรมี่ชีวิต

##### 4.3.1 ลักษณะการจำหน่ายสุกรมี่ชีวิต

รายการ	น้ำหนัก/จำนวน/ราคา
ขนาดน้ำหนักสุกรขุนที่จำหน่าย (กก.)	
จำนวนสุกรขุนที่จำหน่ายต่อเดือน (ตัว)	
ราคาสุกรขุน (บาท/ตัว)	
การกำหนดราคา	( ) ตามตกลงกัน ( ) มีสัญญาซื้อขาย ( ) ตามราคาอ้างอิง จาก .....
การกำหนดชำระเงิน	( ) เงินสด ( ) เงินเชื่อ ..... วัน

ท่านยอมรับราคาที่ได้รับหรือไม่ ( ) ยอมรับ ( ) ไม่ยอมรับ

เพราะเหตุใด

.....

##### 4.3.2 การจำหน่าย/ขนส่งสุกรมี่ชีวิต

แหล่งจำหน่ายสุกร*	สัดส่วนการจำหน่าย (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัว)	อำเภอ จังหวัด	ระยะทาง (กม.)	ประเภทการขนส่ง**	จำนวนตัว/เที่ยว	ค่าขนส่ง/เที่ยว (บาท)

หมายเหตุ : \* 1. พ่อค้ารวบรวม, 2. พ่อค้าขายส่งชำแหละ, 3. พ่อค้าขายปลีกชำแหละ, 4. บริษัท

\*\* 1. รถ 4 ล้อ, 2. รถ 6 ล้อ, 3. รถ 10 ล้อ

#### 4.3.3 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการค้าสุกร

- ค่าแรงงาน (จำนวน ..... คน) .....
- ค่ากระชु (จำนวน..... กระชุ ราคา..... บาท อายุการใช้งาน.....ปี).....
- ค่าใบอนุญาตเคลื่อนย้าย.....
- ค่าอื่น ๆ (ระบุ) .....
- ค่าใช้จ่ายในการเก็บไวร็อกขายสำหรับสุกรมี่ชีวิต (บาท/วัน สัปดาห์ เดือน)
  - ค่าอาหาร.....
  - ค่าแรงงานเลี้ยง.....
  - ค่าคอกพัก (มูลค่า..... บาท อายุการใช้งาน.....ปี).....

#### 5. การชำแหละและจำหน่ายสุกรชำแหละ (กรณีจำหน่ายสุกรชำแหละ หากไม่มีข้ามไปทำข้อ 6)

##### 5.1 การชำแหละสุกร

##### 5.1.1 ค่าใช้จ่ายในการชำแหละสุกร

( ) ไม่มี แหล่งที่ชำแหละ ..... ค่าใช้จ่ายต่อตัว ..... บาท

- ค่าแรงงาน (จำนวน ..... คน) .....
- ค่าขนส่ง .....
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ระบุ) .....

( ) มีโรงฆ่า/ชำแหละเอง

ค่าใช้จ่ายในการชำแหละ

- ค่าแรงงาน (จำนวน ..... คน) .....
- ค่าอุปกรณ์ (ระบุ) ..... (จำนวน..... ราคา..... บาท อายุการใช้งาน.....ปี)
- ค่าอุปกรณ์ (ระบุ) ..... (จำนวน..... ราคา..... บาท อายุการใช้งาน.....ปี)
- ค่าอุปกรณ์ (ระบุ) ..... (จำนวน..... ราคา..... บาท อายุการใช้งาน.....ปี)
- ค่าใบอนุญาต.....
- ค่าขนส่ง .....
- ค่าอื่น ๆ (ระบุ) .....

##### 5.1.2 การบริหารจัดการสุกรชำแหละ

รายการ	ราคา
ค่าแรงงาน (บาท/เดือน)	
ค่าบรรจุภัณฑ์	
ค่าแรงในการบรรจุภัณฑ์	
ค่า Chilling	
ค่าเช่าห้องเย็นเก็บรักษา (บาท/เดือน)	
ระยะเวลาในการเก็บรักษา (วัน/สัปดาห์/เดือน)	



## 5.2.3 ราคาจำหน่ายสุกรชำแหละ

น้ำหนักสุกร ..... เพอร์เซ็นต์ซากที่ได้ .....

รายการ	น้ำหนักที่ได้จากสุกรขนาด ..... กิโลกรัม (กก./ตัว)	ราคา (บาท/กก.)	ร้อยละของซากที่ได้ จากสุกรขนาดน้ำหนัก ..... กิโลกรัม
เนื้อแดง			
สามชั้น			
ขาหน้า			
ขาหลัง			
สันใน			
สันนอก			
เนื้อแดง/สะโพก			
สันคอ			
ซี่โครง			
มันแข็ง			
มันเปลว			
กระดูกแข็ง			
กระดูกเล้ง			
หัวหมู			
หนัง			
เครื่องใน			
ตับ หัวใจ กระเพาะ			
ไต (เขียงจี่)			
ปอด ไล่ใหญ่			
ไล่เล็ก			
อื่น ๆ			

## 6. ข้อมูลอื่น ๆ

6.1 ปัจจัยที่เกษตรกรพิจารณาในการขยายหรือลดปริมาณการผลิต เช่น ราคา เป็นต้น

.....

.....

.....

6.2 ปริมาณการผลิตในปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560

( ) เพิ่มขึ้น ..... % ( ) ลดลง ..... %

เนื่องจาก .....

.....

.....

.....

6.3 สถานการณ์สุกรในท้องที่/จังหวัด .....

6.3.1 จำนวนส่วนใหญ่มากจากเกษตรกร

ประเภท	ร้อยละการผลิต
เกษตรกรรายย่อย (ขนาดการเลี้ยงสุกรขุน 1-50 ตัว)	
ฟาร์มเลี้ยงสุกรขนาดเล็ก (ขนาดการเลี้ยงสุกรขุน 51-500 ตัว)	
ฟาร์มเลี้ยงสุกรขนาดกลาง (ขนาดการเลี้ยงสุกรขุน 501-5,000 ตัว)	
ฟาร์มเลี้ยงสุกรขนาดใหญ่ (ขนาดการเลี้ยงสุกรขุน 5,000 ตัวขึ้นไป)	
รวม	100%

6.3.2 การบริโภคสุกรภายในจังหวัด

ประเภท	ร้อยละการผลิต
บริโภคจากสุกรที่ผลิตภายในจังหวัด (ร้อยละ)	
นำเข้าสุกรจากจังหวัดอื่น (ระบุ) .....	
นำเข้าสุกรจากจังหวัดอื่น (ระบุ) .....	
รวม	100%

## 6.4 ปัญหา

1) ปัญหาการผลิต (เช่น พันธุ์ อาหารสัตว์ โรค เป็นต้น)

.....

2) ปัญหาการตลาด (เช่น ราคา การขาย เป็นต้น)

.....

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....



