

**ชื่องานวิจัย** : การวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของมังคุดและการขาดเสถียรภาพทางด้านมูลค่า  
**ผู้วิจัย** : นางสาวถิตวราภรณ์ ยั่งยืน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรียพร พานิชอัครา นายธงชัย ศรีเบญจโชติ  
**หน่วยงาน** : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
**ปีงบประมาณ** : 2556

### บทคัดย่อ

มังคุดเป็นผลไม้ที่นิยมนำมาบริโภคกันอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ และยังเป็นหนึ่งในผลไม้เศรษฐกิจหลักที่ประเทศไทยเป็นผู้นำในด้านการผลิต ทำให้มังคุดเป็นหนึ่งในผลไม้ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกและมีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก แต่เนื่องจากผลผลิตมังคุดต้องอาศัยธรรมชาติเป็นปัจจัยหลักในการผลิต ปริมาณผลผลิตจึงเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพภูมิอากาศ จึงส่งผลให้ปริมาณผลผลิตมังคุดไม่มีเสถียรภาพ และราคามังคุดจะเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์และอุปทานของตลาด ราคาจึงเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาด ราคามังคุดจึงไม่มีเสถียรภาพ เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดจึงต้องเผชิญกับปัญหาการขาดเสถียรภาพของมูลค่าผลผลิตซึ่งสะท้อนถึงทางด้านรายได้จากการผลิตมังคุดรวมไปถึงพ่อค้าในตลาดแต่ละระดับ ไม่ว่าจะเป็นตลาดขายส่ง ตลาดขายปลีก หรือตลาดส่งออก ยังต้องเผชิญกับปัญหานี้เช่นเดียวกัน ดังนั้นในการศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ 1) ศึกษาช่องทางการตลาดของมังคุด จากการสัมภาษณ์เกษตรกร และผู้ประกอบการ 2) ตรวจสอบระดับของการขาดเสถียรภาพของมูลค่าผลผลิตมังคุดในตลาดระดับต่างๆ และ 3) วิเคราะห์สาเหตุของการขาดเสถียรภาพของมูลค่ามังคุดในตลาดระดับต่างๆ ว่าเกิดขึ้นจากการผันแปรทางด้านอุปสงค์ หรือทางด้านอุปทาน โดยคำนวณหาดัชนีการขาดเสถียรภาพ(Instability index) จากวิธี Normalized Standard Deviation of Residual from Trend และหาค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด( $R^2$ ) ที่ได้จากการประมาณค่าสมการความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากับราคา และมูลค่ากับปริมาณผลผลิต ในตลาดระดับต่างๆ เพื่อวิเคราะห์สาเหตุการขาดเสถียรภาพของมังคุดในตลาดระดับต่างๆ

ผลการศึกษา ช่องทางการตลาดพบว่า การจำหน่ายผลผลิตจากเกษตรกรไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายมีช่องทางหลัก ได้แก่ เกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายผลผลิตไปยังผู้บริโภคโดยตรง และเกษตรกรจำหน่ายผลผลิตผ่านคนกลางเพื่อส่งไปยังผู้บริโภค โดยมีตลาดปลายทางทั้งที่อยู่ในประเทศ และต่างประเทศ และจากการศึกษาระดับการขาดเสถียรภาพของมังคุดพบว่า การขาดเสถียรภาพของมูลค่ามังคุด ตลาดส่งออกมีระดับการขาดเสถียรภาพมากที่สุด รองลงมาคือตลาดแหล่งผลิต ตลาดขายปลีก และตลาดขายส่ง ตามลำดับ ด้านการขาดเสถียรภาพของราคามังคุด ตลาดแหล่งผลิตมีการขาดเสถียรภาพมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ตลาดขายส่ง ตลาดขายปลีก และตลาดส่งออกตามลำดับ ส่วนการขาดเสถียรภาพของปริมาณมังคุด พบว่า ตลาดส่งออกมีการขาดเสถียรภาพมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ตลาดขายปลีก ตลาดขายส่งและตลาดแหล่งผลิต ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์สาเหตุของการขาดเสถียรภาพของมูลค่ามังคุดในตลาดระดับต่างๆ พบว่า ระดับตลาดแหล่งผลิต มีสาเหตุของการขาดเสถียรภาพของมูลค่ามังคุดจากการเปลี่ยนแปลงของอุปทาน โดยที่อุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่ำ ส่วนในตลาดระดับอื่นๆ มีสาเหตุของการขาดเสถียรภาพของมูลค่ามังคุดจากการเปลี่ยนแปลงของอุปทาน โดยที่อุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูง

**คำสำคัญ** : ช่องทางการตลาด การขาดเสถียรภาพ มังคุด

**Title** : Analysis of the Mangosteen's Marketing Channels and the Instability of the Mangosteen's Value.

**Researcher** : Miss Rudeewan Yingyong, Asst. Prof. Sureeporn Phanichatra,  
Mr. Thongchai Sribenjachot

**Organization** : The Faculty of Management Science , Rambhai Barni Rajabhat University

**Year** : 2010

### ABSTRACT

Mangosteen is widely consumed by both domestic and international markets. It is one of the major economic fruits which Thailand is the leader of the production. Hence, Thailand is able to export this fruit and is recognized as the leader of mangosteen exporting of the world. However, mangosteen production is mainly relied on natural climate which influences the stability of the fruit quantity. Together, mangosteen's price varies related to demand and supply of the market. Since, the fruit price is related to the product quantity in the market, the price is thus instability. The phenomena influence the instability of mangosteen's value. The situation causes negative effects of income stability for mangosteen farmers and every level of markets such as wholesalers, retailers, and exporters. Therefore, this research aims to (1) study marketing channels of mangosteen by interviewing farmers and marketing intermediaries. (2) determine the level of instability of mangosteen's value in each market level and (3) analysis cause of instability of mangosteen's value in each market level that whether it is related to demand or supply. The calculation for instability index from Normalized Standard Deviation of Residual from Trend is applied. Coefficient determination ( $R^2$ ) from the estimation of equation between value and price along with value and product quantity in each market level is adopted for the cause analysis of mangosteen instability in each market level.

The study of marketing channels finds that the farmers sell product to the major channels which are 1) the farmers directly sell to the consumers and 2) the farmers sell product to the middle mans whom distribute to the consumers in the country and oversea markets. The study of the mangosteen's value instability finds that the most instability of mangosteen's value in found to be export market following by local market, retail market, and wholesale market. The market that yields the most instability of mangosteen's price is local market following by wholesale market, retail market, and export market. Export market is found to be the most instability of mangosteen's quantity following by retail market, wholesale market, and local market. The analysis for cause of mangosteen's value instability in every market level shows that the instability of mangosteen's value of local market is influenced by the supply shift and inelasticity demand. The instability of mangosteen's value of other market levels is influenced by the supply shift and elasticity demand.

**Keywords** : Marketing channels, Instability, Mangosteen