

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

สตรอบเออรี่จัดเป็นไม้ผลเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มีการปลูกกระจายมากในโลก สามารถพบได้แทบทุกประเทศตั้งแต่แถบขั้วโลกลงมาถึงพื้นที่ในเขตร้อน ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งสภาพภูมิอากาศและชนิดดินที่ใช้ปลูก บางพันธุ์จะพบว่าสามารถปลูกในทางเหนือของโลก เช่น รัฐ Alaska ได้ดีเท่ากับปลูกในทางใต้ลงมาเช่นแถบ เส้นศูนย์สูตร สตรอบเออรี่เป็นผลไม้ที่มีรสชาติอร่อยและเป็นที่ยูจกกันโดยทั่วไปมาหลายร้อยปีมาแล้ว ในช่วงสิบปีที่ผ่านมาพบว่าผลผลิตที่ใช้สำหรับบริโภคเป็นผลสด และใช้ในเชิงอุตสาหกรรมแปรรูปตามประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ได้เพิ่มปริมาณมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เป็นสาเหตุมาจากการผสมพันธุ์ใหม่ที่ทำให้ผลผลิตยาวนานขึ้น การนำระบบปลูกแบบดูแลอย่างใกล้ชิดมาใช้ ตลอดจนการเลือกพื้นที่ปลูก ที่มีความเหมาะสมมากกว่าแต่ก่อน ในปัจจุบันนี้ก็ยังมีการทดลองวิจัยที่จะหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อที่จะทำให้การปลูก สตรอบเออรี่นั้นง่ายขึ้น โดยเน้นการให้ผลผลิตสูงและสามารถทำรายได้ตอบแทนเป็นที่พอใจแก่เกษตรกรผู้ปลูกในประเทศไทย

การปลูกสตรอบเออรี่นั้นจำเป็นต้องปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสมคือบริเวณที่มีอุณหภูมิหนาวเย็น จึงมีการเพาะปลูกในเขตจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนใหญ่ แหล่งการปลูกสตรอบเออรี่ที่สำคัญในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ที่อำเภอสะเมิง พันธุ์สตรอบเออรี่ที่ปลูกในปัจจุบันนี้มีหลากหลายชนิด โดยพันธุ์ที่กรมส่งเสริมการเกษตร ได้แนะนำให้เกษตรกรปลูกประกอบด้วยพันธุ์พระราชทาน 16, 20, 50, 70 และพันธุ์ 329 ซึ่งเป็นพันธุ์ที่เกษตรกรนิยมปลูก เนื่องจากผลผลิตมีรสหวาน ให้ผลผลิตสูง ประมาณ 3,500 กก./ไร่ ผลมีขนาดใหญ่ ผิวเนื้อแข็ง ถูกใจผู้บริโภค มีความทนทานต่อการขนส่ง ซึ่งจากคุณสมบัติของพันธุ์ 329 จะมีความแตกต่างจากพันธุ์พระราชทาน 16 และ 20 ที่เด่นชัดคือพันธุ์ และพันธุ์พระราชทาน 20 จะมีรสเปรี้ยวกว่า เหมาะสำหรับส่งเข้าโรงงานแปรรูปและไม่ทนทานต่อการขนส่งระยะทางไกล ดังนั้นเกษตรกรในปัจจุบันจึงนิยมปลูกพันธุ์ 329 มากกว่า เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ (2549) ได้รายงานว่าเป็นพื้นที่เพาะปลูกในปีการเพาะปลูก 2550/51 มีพื้นที่ปลูกสตรอบเออรี่ทั้งหมด 3,147 ไร่ ปัจจุบันยังมีความต้องการทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อใช้ผลของ สตรอบเออรี่ ในด้านการบริโภคผลสดและด้านอุตสาหกรรม เป็นปริมาณมากต่อปี และมีแนวโน้ม

เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามจำนวนประชากร ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดนำเข้าใหญ่ของไทยในการนำผล
สตอเบอร์รี่เพื่อใช้ในการแปรรูปมากที่สุด (ที่ผ่านมาประมาณ 1,000 – 3,000 ตันต่อปี) นอกจากนี้ยัง
เคยปรากฏว่ามูลนิธิ โครงการหลวงได้ส่งผลสตอเบอร์รี่ สดไปจำหน่ายยังประเทศฮ่องกง
สิงคโปร์และบางประเทศในแถบยุโรปบ้างเล็กน้อย (ณรงค์ชัย, 2543)

ลักษณะการค้าสตอเบอร์รี่ในอำเภอสะเมิงซึ่งเป็นแหล่งผลิตใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่
จะมีตัวแทนของบริษัท โรงงาน และพ่อค้ากรุงเทพฯ นำรถไปรับซื้อและขนส่งจากแหล่งผลิตของ
เกษตรกรที่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกไร่ของแต่ละบริษัทหรือโรงงานอยู่แล้ว ผลผลิตจะมีการคัดเกรดเพื่อ
ส่งตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะนำเข้าโรงงานแปรรูปและโรงงานแช่แข็งทั้งใน
จังหวัดและกรุงเทพฯ ทั้งในช่วงที่สตอเบอร์รี่เริ่มออกสู่ตลาด สตอเบอร์รี่ในอำเภอสะเมิงสามารถ
ออกสู่ตลาดได้เร็วกว่าแหล่งอื่น (พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2537) โดยที่การขายผลผลิตสตอเบอร์รี่
ของเกษตรกรนั้นพบว่า เมื่อเกษตรกรเริ่มทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้ว เกษตรกรจะต้องรีบนำ
ออกจำหน่ายเนื่องจากผลผลิตช้าและเน่าเสียง่าย โดยการขายนั้นจะขายให้กับพ่อค้าคนกลางมาก
ที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ปลูกสตอเบอร์รี่ และผู้บริโภคนในจังหวัดตามลำดับ (กอบปริญญา, 2542)
เนื่องจากปัจจุบัน ได้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกสตอเบอร์รี่มากขึ้น ซึ่งทำให้มีผลผลิตออกมามาก
ทำให้เกษตรกรประสบปัญหาด้านราคาอยู่บ้าง ซึ่งเกิดจากความผันผวนตามอุปสงค์และอุปทาน
ของตลาด เช่นปี 2547 เกษตรกรสามารถขาย สตอเบอร์รี่ได้ 90-150 บาท/กก แต่ในปี 2548 ได้มี
การเพิ่มพื้นที่การปลูกสตอเบอร์รี่มากขึ้นทำให้ราคาที่เกษตรกรได้รับอยู่ที่ระดับ 70-130 บาท/กก.
(เกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่, 2549)

ในด้านคุณภาพของสตอเบอร์รี่สด (ซึ่งเรียกว่า สตอเบอร์รี่ต่อไป) ที่ส่งผลต่อราคานั้น ไม่ได้
พิจารณาเพียงแต่ขนาดของผลเท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงสีผิว ความหวาน ลักษณะความแน่นเนื้ออีก
ด้วย ซึ่งตัวแปรคุณภาพของสตอเบอร์รี่เหล่านี้จะมีผลกระทบต่อราคารับซื้อในตลาดระดับท้องถิ่น
ดังนั้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพและราคาที่รับซื้อของพ่อค้าท้องถิ่นที่ได้รับใน
จังหวัดเชียงใหม่จะสะท้อนให้เห็นถึงการตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพสตอเบอร์รี่ในรูปแบบ
ต่างๆ ในตลาดระดับท้องถิ่นซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรและกรมวิชาการเกษตรให้ผลิตและ
ปรับปรุงพันธุ์สตอเบอร์รี่ให้ตรงความต้องการของตลาดได้ อีกทั้งยังจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนา
คุณภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าของสตอเบอร์รี่และสามารถกำหนดทิศทางการผลิตของเกษตรกรได้อีก
ด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบตลาดและการจัดชั้นมาตรฐานสตรอเบอร์รี่ของพ่อค้าท้องถิ่น
2. เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปัจจัยด้านคุณภาพของสตรอเบอร์รี่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบสถานการณ์ตลาดในปัจจุบันซึ่งประกอบด้วยหลักเกณฑ์การรับซื้อและการกำหนดราคาขายส่งในตลาดระดับท้องถิ่นของพ่อค้า คุณลักษณะของผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่ทำให้ราคาขายส่งมีความแตกต่างกัน รวมถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับราคาขายส่งในตลาดระดับท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรสามารถใช้เป็นข้อมูลในการปรับทิศทางการผลิตและกิจกรรมการตลาดให้สอดคล้องกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาตลาดสตรอเบอร์รี่ที่เหมาะสม นอกจากนี้หน่วยงานวิจัยด้านการผลิต เช่น กรมวิชาการเกษตร ก็จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการวิจัยปรับปรุงการผลิตสตรอเบอร์รี่ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเกษตรกรผู้ผลิตสตรอเบอร์รี่ต่อไปได้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตครอบคลุมเฉพาะสตรอเบอร์รี่พันธุ์ 329 เพราะเป็นพันธุ์ที่ปลูกมากที่สุดของอำเภอสะเมิง (เกษตรกรอำเภอสะเมิง, 2548) และครอบคลุมการเก็บข้อมูลจากการรับซื้อผลผลิตสตรอเบอร์รี่สด และราคาขายส่งในปีการผลิต 2550/2551

1.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.5.1 งานวิจัยด้านพันธุ์ของสตรอเบอร์รี่และการปรับปรุงพันธุ์สตรอเบอร์รี่

ทองใหม่ (2541) ได้ทำการศึกษาถึงคุณภาพทางกายภาพและส่วนประกอบทางเคมีของผลสตรอเบอร์รี่ 4 พันธุ์คือ Dover, Nyoho, พันธุ์พระราชทาน 16 และพันธุ์พระราชทาน 20 ของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเรา อำเภอสะเมิงและศูนย์พัฒนาโครงการหลวงอินทนนท์ อำเภอจอมทอง พบว่าพันธุ์ที่มีค่าความแน่นเนื้อสูงที่สุดคือพันธุ์ Dover ซึ่งมีค่าสูงสุด 0.80 ขณะที่พันธุ์พระราชทาน 16, Nyoho และพันธุ์พระราชทาน 20 มีค่า 0.67 0.64 และ 0.51 ตามลำดับ และสตรอเบอร์รี่พันธุ์ที่มีค่าปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำได้มากที่สุดคือพันธุ์ Nyoho และพันธุ์ที่มีค่าต่ำที่สุดคือพันธุ์พระราชทาน 16 นอกจากนี้การยอมรับของผู้บริโภคระยะผลสตรอเบอร์รี่สุกแดง พบว่าพันธุ์พระราชทาน 20 ได้รับการยอมรับมากที่สุด และกอบปริญา (2542) พบว่าพันธุ์ที่นิยมปลูกมากที่สุดคือพันธุ์พระราชทาน 16 โดยซื้อต้นกล้าพันธุ์ (ไหล) มาจากแหล่งอื่นและใช้ปุ๋ยเคมีในการปลูกร้อยละ 59 แต่เนื่องจากปัจจุบันนี้ กรมส่งเสริมการเกษตรได้แนะนำพันธุ์ 329 ให้เกษตรกรปลูกแทนพันธุ์

พระราชทาน 16 เนื่องจากว่าผลผลิตมีรสหวาน ให้ผลตกประมาณ 3,500 กก./ไร่ ผลมีขนาดใหญ่ มีความทนทานต่อการขนส่ง เกษตรกรจึงนิยมปลูกกันมาก (ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 6, 2548)

1.5.2 งานวิจัยด้านการผลิตและต้นทุนการผลิต

ในด้านการผลิตนั้นมีการศึกษาของ วิสิฐ (2541) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกสตรอเบอร์รี่ของเกษตรกรในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่างในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่ในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกสตรอเบอร์รี่มากที่สุดในเรื่องการเก็บเกี่ยวผลผลิต และมีการยอมรับเทคโนโลยีเรื่องการปลูก การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว และการดูแลรักษาซื้อขายตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ารายได้ทั้งหมดของครอบครัว และการได้รับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกสตรอเบอร์รี่ สำหรับอายุ ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่ถือครองทำการเกษตร จำนวนแรงงานในครัวเรือน การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ความพึงพอใจในราคา และประสบการณ์ในการปลูกสตรอเบอร์รี่ ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกสตรอเบอร์รี่แต่อย่างใด ส่วนในเรื่องของต้นทุนการผลิตนั้น สุรวิษา (2546) ได้ทำการวิเคราะห์การเงินของการลงทุนผลิตสตรอเบอร์รี่ ในอ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ เพื่อทราบต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนผลิตสตรอเบอร์รี่และศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนผลิตสตรอเบอร์รี่ พบว่าต้นทุนการปลูกสตรอเบอร์รี่ของสวนขนาดเล็กพื้นที่ปลูกไม่เกิน 5 ไร่ลงทุนเฉลี่ยไร่ละ 95,027.13 บาท สวนขนาดกลางพื้นที่ปลูก 5-10 ไร่ลงทุนเฉลี่ยไร่ละ 100,667.69 บาท สวนขนาดใหญ่พื้นที่ปลูก 10 ไร่ขึ้นไป ลงทุนเฉลี่ยไร่ละ 103,658.25 บาท เกษตรกรมีรายได้จากการขายผลผลิตสตรอเบอร์รี่เฉลี่ยต่อไร่ของสวนขนาดเล็ก สวนขนาดกลาง และสวนขนาดใหญ่เท่ากับ 103,696.34 115,812.01 และ 121,978.09 บาทตามลำดับและส่วนในเรื่องของการวิเคราะห์ทางการเงินของการลงทุนผลิตนั้น พบว่า ณ อัตราคิดลดร้อยละ 17.29 ต่อปี พบว่า การลงทุนผลิตสตรอเบอร์รี่ของเกษตรกรทุกขนาดสวนมีความเป็นไปได้ในการลงทุนในเชิงธุรกิจ แต่เมื่อวิเคราะห์ผลกระทบการลงทุน โดยให้ราคาผลผลิตลดลงเหลือ 20.61 บาท/กิโลกรัม ซึ่งเป็นราคาผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่เกษตรกรได้รับต่ำที่สุด ปรากฏว่าการลงทุนผลิตสตรอเบอร์รี่ทุกขนาดสวนสามารถยอมรับ หลังจากนั้นทำการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางการเงินเพื่อพิจารณาว่าราคาผลผลิตสตรอเบอร์รี่ลดลงต่ำสุด หรือปริมาณผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่เกษตรกรได้รับต่ำสุดเท่าใด จึงจะทำให้แต่ละขนาดสวนสามารถยอมรับได้ สรุปได้ว่าราคาผลผลิตสตรอเบอร์รี่สวนขนาดเล็ก สวนขนาด

กลาง และสวนขนาดใหญ่ ต้องไม่ต่ำกว่า 19.78, 20.31 และ 20.73 บาท/กิโลกรัม และประภา (2546) ศึกษาภาวะการลงทุนและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่ในตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงฤดูการผลิตปี 2545 พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกส่วนใหญ่ปลูก สตอเบอร์รี่ในพื้นที่ของตนเอง โดยใช้แรงงานในครัวเรือน แต่ก็มีจ้างแรงงานจากภายนอกในการเก็บเกี่ยว การคัดแยกผลผลิตและการบรรจุผลผลิต สำหรับเงินลงทุนเกษตรกรส่วนใหญ่กู้เงิน มาจากแหล่งการเงินต่าง ๆ ผลผลิตที่ผลิตได้ 3,800 กิโลกรัมต่อไร่ โดยมีราคาขายเฉลี่ยที่กิโลกรัม ละ 49.75 บาท โดยมีต้นทุนคงที่ 26,832 บาทต่อไร่ ต้นทุนผันแปร 67,010 บาทต่อไร่ โดยมี ผลตอบแทนสุทธิหักค่าเสื่อมราคาเท่ากับ 108,584.25 บาทต่อไร่

1.5.3 การวิจัยด้านปัญหาการผลิต

โกมินทร์ (2543) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการแปรรูปสตอเบอร์รี่ของกลุ่มแม่บ้านในเขต อำเภอแม่ริม ต้นทุนและผลตอบแทนของการแปรรูปสตอเบอร์รี่ ปัญหา อุปสรรคและ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการแปรรูปสตอเบอร์รี่ โดยศึกษากลุ่มแม่บ้านม่วงคำ กลุ่มแม่บ้านโป่งแยง นอก ตำบลโป่งแยง กลุ่มแม่บ้านทุ่งหัวช้าง ตำบลริมใต้ พบว่าการรวมกลุ่มนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ ผลผลิตที่เหลือจากการจำหน่ายสดมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิต เพื่อให้สมาชิกมีรายได้เสริม และผลิตภัณฑ์ที่ทำการแปรรูป ได้แก่ น้ำสตอเบอร์รี่ สตอเบอร์รี่อบแห้ง แยมสตอเบอร์รี่ ลูกอมสตอเบอร์รี่ ด้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านจะจำหน่ายที่โรงแปรรูปบริเวณพื้นที่ปลูก งานเทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแต่ละกลุ่มใช้สูตรแปรรูป ส่วนผสม ขั้นตอนวิธีการทำที่คล้ายคลึงกัน แต่มีต้นทุนและผลตอบแทนที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับราคาวัตถุดิบในการแปรรูป ค่าแรง ราคาภาชนะบรรจุ ปัญหาในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกิดจากการขาดแคลนแรงงาน ตลาดสินค้า เงินทุนหมุนเวียน ส่วนปัญหาในด้านการแปรรูป เกิดจากผลผลิตไม่เพียงพอ ผลผลิตไม่มีคุณภาพ ส่วนปัญหาที่พบได้มี วิสิฐ (2541), กอบปริญญา (2542) และประภา (2546) ได้พบปัญหาเช่นเดียวกันคือ 1. ผลผลิตมีมากในปลายฤดู 2. อากาศแปรปรวน 3. ภัย ยาม่าแมลง และสารเคมีมีราคาแพงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น 4. ขาดเงินลงทุน

1.5.4 การวิจัยด้านการตลาด

พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ (2540) ได้ศึกษาการตลาดสตอเบอร์รี่ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจตลาด พบว่าสตอเบอร์รี่เป็นที่ต้องการของตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะโรงงานแปรรูปทำแยม ไอศกรีม และทอฟฟี่ ซึ่งสินค้าเหล่านี้ตลาดภายในประเทศมีความต้องการสูงขึ้นทุกปี ทำให้โรงงานแปรรูปต้องการผลผลิตสตอเบอร์รี่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยตัวแทนของบริษัทหรือโรงงานแปรรูปเข้าไปทำสัญญาการรับซื้อจากเกษตรกร การปลูกสตอเบอร์รี่ใน 4 อำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น จะมีเป้าหมายของการตลาดต่างกัน คือสตอเบอร์รี่ที่ปลูกในเขตดอยอินทนนท์ (โครงการหลวงฯ) เนื่องจากการขนส่งยังไม่สะดวก ผลผลิตบางส่วนจะเสียหายต้องนำเข้าโรงงานแปรรูปซึ่งอยู่ในบริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อทำแยมและสตอเบอร์รี่ลอยแก้ว สำหรับสตอเบอร์รี่ที่ปลูกในอำเภอฝาง ผลผลิตจะถูกนำเข้าโรงงานแช่แข็ง (โครงการหลวงฯ) ที่อยู่ใกล้แล้วส่งออกขายไปยังต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ยุโรป ส่วนผลผลิตจากพื้นที่เพาะปลูกในเขตอำเภอแมริม การขนส่งสะดวกอยู่ใกล้ตัวเมือง ตลาดสตอเบอร์รี่จึงเป็นขายผลสดให้พ่อค้าท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ สตอเบอร์รี่ที่ปลูกในเขตอำเภอสะเมิงซึ่งเป็นแหล่งผลิตที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีตัวแทนของบริษัท โรงงาน และพ่อค้าจากกรุงเทพฯ นำรถไปรับซื้อและขนส่งจากแหล่งผลิตของเกษตรกรที่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกไร่ของแต่ละบริษัทหรือโรงงานอยู่แล้ว และส่วนในเรื่องวิธีการตลาดนั้น ได้มีการศึกษาของ กอบปริญา (2542) พบว่าเมื่อเริ่มทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตสตอเบอร์รี่เกษตรกรจะต้องรับนำออกจำหน่าย เนื่องจากผลผลิตซ้ำและเน่าเสียง่าย ช่องทางจึงมีดังนี้ 1. จำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภคภายในจังหวัดและนักท่องเที่ยวที่ไร่โดยสร้างร้านชั่วคราวริมถนน 2. จำหน่ายโดยตรงกับพ่อค้าต่างจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง 3. จำหน่ายให้กับพ่อค้าในเมืองหรือนายทุน ซึ่งพ่อค้าจะเป็นผู้ให้เงินกู้แก่เกษตรกร หรือปุ๋ย พันธุ์สตอเบอร์รี่ 4. จำหน่ายให้พ่อค้าท้องถิ่นที่เป็นตัวแทนของโรงงานที่เกษตรกรเป็นลูกไร่อยู่เพื่อนำไปแปรรูปหรือแช่แข็งเพื่อส่งออก 5. รวบรวมผลผลิตส่งกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่เพื่อนำไปจำหน่ายให้โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปในจังหวัด และพ่อค้าคนกลางซึ่งมีประโยชน์ต่อการต่อราคา

ผลผลิตให้สูงขึ้น

1.5.5 งานวิจัยที่เกี่ยวกับ Hedonic Price Method และการประยุกต์ใช้

hedonic price method คือวิธีการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณภาพของสินค้าที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายตามคุณภาพของสินค้านั้น ๆ ซึ่งการศึกษาของ Waugh (1928) เป็นการศึกษาถึงปัจจัยคุณภาพที่เป็นตัวกำหนดราคาผักได้แก่ หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือเทศ และแตงกวา โดยมีตัวแปรคุณภาพให้ออกมาเชิงปริมาณ เช่น การวัดความยาว เป็นต้นแล้ววิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคากับตัวแปรด้านคุณภาพด้วยสมการถดถอย

ต่อมา Lancaster (1966) ได้พัฒนาทฤษฎีผู้บริโภคใหม่ โดยมีการศึกษาทางด้านผู้บริโภคที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับความพอใจที่จะได้จากคุณลักษณะของสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยหาความพอใจสูงสุดของผู้บริโภคที่ได้จากสินค้าคุณภาพต่างๆ ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือรายได้ของผู้บริโภค Lancaster กล่าวว่าความพอใจขึ้นอยู่กับผลรวมของคุณลักษณะที่แฝงอยู่ในสินค้าเหล่านั้นและมีความพอใจส่วนเพิ่มของทุกคุณลักษณะไม่เป็นลบ (nonnegative)

Ladd and Suvannunt (1976) ได้พัฒนาแบบจำลอง hedonic price ด้วยข้อสมมติฐานที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สินค้าอาหารในแบบจำลองนี้จำนวนคุณลักษณะ (attribute) ชนิดหนึ่งที่ได้รับจากสินค้าชนิดหนึ่งนั้นมีค่าคงที่ (แต่คุณลักษณะเปลี่ยนแปลงได้แล้วแต่ผู้ผลิต) ซึ่งเป็นผู้กำหนดปริมาณสินค้าที่จะบริโภค ที่กล่าวมานี้สมเหตุสำหรับอาหารเพราะว่า จำนวนของสารอาหาร (nutrients) หรือคุณลักษณะทางรสชาติที่อยู่ในสินค้าอาหารไม่สามารถที่จะกำหนดโดยผู้บริโภคได้ ยิ่งกว่านั้น hedonic price ในแบบจำลองนี้ไม่ได้มีข้อบังคับว่าความพอใจส่วนเพิ่มของคุณลักษณะจะต้องไม่มีค่าเป็นลบ (non-negative)

ซึ่งต่อมาในปี 1985 Unnevehr ได้ประยุกต์ใช้แนวความคิดของ Ladd and Suvannunt (1976) ในสินค้าข้าวโดยกำหนดว่าราคาของสินค้าที่ผู้บริโภคจ่ายจะเท่ากับผลรวมของมูลค่าส่วนเพิ่มของคุณลักษณะนั้น โดยที่มูลค่าแต่ละมูลค่าของคุณลักษณะจะเท่ากับปริมาณของคุณลักษณะที่ได้รับจาก 1 หน่วยส่วนเพิ่ม (marginal unit) ของสินค้าคูณด้วยราคาโดยนัยส่วนเพิ่ม (marginal implicit price) ของคุณลักษณะนั้น

สำหรับการศึกษา hedonic price ในตลาดระดับขายส่ง ได้มีการพัฒนาขึ้นโดย Umali and Duff (1990) เป็นแบบจำลอง hedonic price ของตลาดผู้บริโภคสู่ตลาดระดับขายส่งโดยทำการศึกษาระบบตลาดข้าวของประเทศฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตซึ่งทำหน้าที่ของระบบตลาดสามารถส่งสัญญาณถ่ายทอดความต้องการของผู้บริโภคมาสู่พ่อค้าส่งที่เกี่ยวกับรูปลักษณ์ พื้นที่ และเวลา รวมถึงการแปรรูปตลอดจนการเก็บรักษาข้าวในโกดัง โรงสีข้าว และการขนส่งเพื่อการกระจายไปสู่ความต้องการของผู้บริโภค

จากการศึกษาที่ผ่านมา เช่น การศึกษาของ พัชรินทร์ (2546) และอารีและคณะ (2547) ได้มีการประยุกต์ใช้แนวคิดของ Ladd and Suvanunt (1976) เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาโดยการศึกษารายของพัชรินทร์ (2546) ได้ประยุกต์ใช้ในการศึกษา hedonic price สำหรับลำไยเพื่อทราบการตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพของลำไยข้อสด ในขณะที่อารีและคณะ (2547) นำมาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณลักษณะของผักเมืองหนาวโดยสุ่มซื้อผักเมืองหนาวที่วางขายในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved