

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์

ผลตอบแทนและการแบ่งผลประโยชน์ในระบบการผลิตและการตลาดผักอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นายเจนกิจ รังษิ์จรัส

ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์)  
เกษตรศาสตร์เชิงระบบ

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร. กมล งามสมสุข

ประธานกรรมการ

อาจารย์พฤกษ์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

นางสาวประทานทิพย์ กระทบ

กรรมการ

### บทคัดย่อ

ปัญหาการผลิตและการตลาดยังคงเป็นปัญหาสำคัญในระบบการผลิตผักอินทรีย์ ราคาและการแบ่งผลประโยชน์ในระบบยังคงเป็นที่ถกเถียงกันว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ การผลิตผักอินทรีย์ถึงแม้จะยังคงมีการผลิตในกลุ่มเล็กๆ แต่ในอนาคตมีแนวโน้มที่การผลิตจะขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากกระแสความต้องการของผู้บริโภคผักอินทรีย์ที่เพิ่มสูงขึ้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนและการแบ่งผลประโยชน์ในการผลิตผักอินทรีย์ของเกษตรกร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรที่จัดการตลาดด้วยตนเองจำนวน 20 รายและเกษตรกรที่จัดการตลาดแบบมีพันธมิตรสัญญา กับบริษัทจำนวน 12 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนเหนือการลงทุนและสัดส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) และได้ศึกษาการแบ่งผลประโยชน์ในระบบโดยใช้หลักการที่ว่า สัดส่วนผลตอบแทนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบจะต้องเท่ากับสัดส่วนของการลงทุน

ผลจากการศึกษาพบว่าในช่องทางที่เกษตรกรผู้ผลิตผักอินทรีย์จัดการตลาดด้วยตนเองมีต้นทุนการตลาดที่สูงกว่าในช่องทางที่มีการจัดการตลาดแบบมีพันธมิตรสัญญา แต่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายพืชพบว่าผักชบาโยเด่เป็นผักที่ให้ผลตอบแทนจากการผลิตสูง ส่วนกะหล่ำปลีเป็นผักที่ให้ผลตอบแทนจากการตลาดต่ำที่สุด จากการทดสอบค่าทางสถิติพบว่า ต้นทุนการผลิตกะหล่ำปลีและสลัดของเกษตรกรที่จัดการตลาดด้วยตนเองต่ำกว่าเกษตรกรที่จัดการตลาด

แบบมีทำพันธะสัญญาและต้นทุนการตลาดของคะน้ำและผักซาโยเต้ของเกษตรกรที่จัดการตลาดด้วยตนเองสูงกว่าเกษตรกรที่จัดการตลาดแบบมีทำพันธะสัญญาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และจากการวิเคราะห์สัดส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) และอัตราผลตอบแทนเหนือการลงทุนพบว่าไม่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายใดในระบบขาดทุนจากการดำเนินการผลิตและการตลาดผักอินทรีย์ทุกชนิด

เนื่องจากข้อจำกัดในลักษณะเฉพาะของระบบการผลิตและการตลาดผักอินทรีย์ การศึกษาการแบ่งผลประโยชน์จึงกระทำเฉพาะในระบบย่อยที่เกษตรกรที่จัดการตลาดแบบมีพันธะสัญญาเท่านั้น ซึ่งผลการเปรียบเทียบการแบ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์จริงและการแบ่งผลประโยชน์ที่ควรจะเป็นพบว่า พ่อค้าคนกลางจะได้รับการแบ่งผลประโยชน์มากกว่าเกษตรกรในผักอินทรีย์ตัวอย่างที่ศึกษาเกือบทุกชนิดและแตกต่างไปจากการแบ่งผลประโยชน์ที่ควรจะเป็นถึงแม้ว่าในผักบุงและผักกาดกวาดสูงจะพบว่าพ่อค้าคนกลางได้รับการแบ่งผลประโยชน์มากกว่าเกษตรกรเกินกว่าที่ควรจะเป็นเพียงเล็กน้อย เนื่องจากผักทั้งชนิดนี้มีการแข่งขันในเรื่องของราคาในตลาดที่ค่อนข้างสูง

หากพ่อค้าคนกลางต้องการขายที่ราคาเดิมและเพื่อให้ระบบการแบ่งผลประโยชน์สอดคล้องกับการแบ่งผลประโยชน์ที่ควรจะเป็น พ่อค้าคนกลางจะต้องเพิ่มราคาซื้อที่ฟาร์มให้แก่เกษตรกรกล่าวคือ พ่อค้าคนกลางควรปรับเพิ่มราคาของผักคะน้ำ ผักบุง ผักกาดกวาดสูง กะหล่ำปลี ผักสลัด และผักซาโยเต้ ให้กับเกษตรกรร้อยละ 18, 8, 7, 3, 14 และ 18 ของราคาที่ได้รับอยู่ในขณะนี้ ตามลำดับ และหากกำหนดให้เกษตรกรได้รับราคาซื้อที่ฟาร์มเท่าเดิม พ่อค้าคนกลางก็ควรจะต้องลดราคาขายผักคะน้ำ ผักบุง ผักกาดกวาดสูง กะหล่ำปลี ผักสลัด และผักซาโยเต้ที่ตลาดลงร้อยละ 15, 8, 7, 3, 13 และ 15 ของราคาขายจริงในตลาดขณะนี้ ซึ่งจะทำให้พ่อค้าคนกลางยังได้รับกำไรปกติอยู่แต่จะมีการแบ่งผลประโยชน์ที่เป็นธรรมและจะทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อผักอินทรีย์ได้ในราคาที่ถูกลงและตลาดผักอินทรีย์ขยายตัวได้มากขึ้น

<b>Thesis Title</b>	Return and Benefit Sharing of Organic Vegetable Production and Marketing Systems in Chiang Mai Province	
<b>Author</b>	Mr. Jenkit Rangsichamras	
<b>Degree</b>	M.S. (Agriculture) Agricultural Systems	
<b>Thesis Advisory Committee</b>	Dr. Kamol Ngamsomsuke	Chairperson
	Mr. Phrek Gipmantisiri	Member
	Mrs. Prathanthip Kramol	Member

### **ABSTRACT**

The production and marketing problems are still the main issue to study organic vegetable systems. Price and benefit sharing was argued among academic. Nevertheless, organic vegetable production was popular among small group of farmer. It trends to expand in the future due to higher demand from consumers. This research aimed at investigated investigating cost-return and benefit sharing among stakeholders in the organic vegetable production and marketing systems. Primary data on production practices, cost, and revenue were obtained from 20 self-marketing farmers and 12 contracted farmers of organic vegetables. Data analysis was mainly descriptive analysis. Return on investment rate and benefit cost ratio (B/C Ratio) were used to analyze cost and return. The benefit sharing analysis was primarily based on proportionate return to investment. The ideal benefit sharing proportion of stakeholder must be equal the investment proportion.

The result of this study found that the self-marketing farmers had higher marketing cost than contracted farmers, but they had lower production cost. According to this study, it was showed that chayote had high return, but cabbage had low marketing return. The statistic test found that production costs of cabbage and salad the self-marketing farmers were lower than those of contracted farmers. On the other hand, marketing costs of cabbage and chayote of self-marketing farmers were higher than those of contracted farmers at 5% level of significance. The result of cost and return analysis found that no stakeholders were loss from the production and marketing management.

Due to the nature of organic vegetable production and marketing system, the study on benefit sharing was done only within the contracted farmers' subsystem. The comparison of real benefit sharing and ideal benefit sharing in this subsystem found that the middlemen had higher benefit sharing than farmers in all types of the organic vegetables under the study. Although the middlemen received higher benefit sharing on water spinach and mustard than ideal benefit sharing but the gap was very small due to high competition in the marketing system of these vegetables.

If the middlemen wanted to sell organic vegetables at the current prices, they should increase the farm prices of kale, water spinach, mustard, cabbage, salad and chayote by about 18, 8, 7, 3, 14 and 18 percent respectively in order to ensure a fair

benefit sharing system. On the other hand, if the farmers were assumed to receive their current farm prices, the middlemen should reduce the market prices of kale, water spinach, mustard, cabbage, salad and chayote should be down by about 15, 8, 7, 3, 13 and 15 percent respectively. By doing so, the middlemen still receive the normal profit and the systems would have a fair benefit sharing. At the same time, he consumers would be able to buy the organic vegetables at cheaper prices. Ultimately, the market of organic vegetables will be expanded.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved