

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง “เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดส้มโอในภาคกลาง” มีวัตถุประสงค์เพื่อหาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต ศึกษาภาพในการผลิตและการแข่งขัน ความคุ้มค่าและอัตราความเสี่ยงของการลงทุนของผู้ปลูกส้มโอ ด้านการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบวิธีการตลาด และส่วนเหลือการตลาด การวิจัยจำแนกตามพันธุ์ส้มโอหลักของ 6 จังหวัด คือ ชัยนาท สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี นครปฐม และสมุทรสงคราม และกำหนดเลือกเฉพาะพันธุ์ที่มีความสำคัญในเชิงการค้าของภาคกลาง คือ พันธุ์ทองดี ขาวน้ำผึ้ง ขาวแตงกวา และขาวใหญ่ มีจำนวนตัวอย่างที่เป็นเกษตรกรทั้งหมด 244 ราย และเป็นคนกลางทางการตลาดทั้งหมด 28 ราย

ผลการวิจัยด้านเศรษฐกิจการผลิต พบว่า ในจังหวัดนครปฐม ส้มโอพันธุ์ทองดีมีรายได้สุทธิเหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ยปีละ 40,572.97 บาท/ไร่ มีความคุ้มค่าในการลงทุนและมีความเสี่ยงต่ำมาก และส้มโอพันธุ์ขาวน้ำผึ้งมีรายได้สุทธิเหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ยปีละ 24,691.49 บาท/ไร่ ไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุน แต่มีความคุ้มค่าเมื่อพิจารณาเฉพาะรายจ่ายเงินสดตามพฤติกรรมของผู้ปลูกและมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ในจังหวัดสระบุรี ส้มโอพันธุ์ทองดีมีรายได้สุทธิเหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ยขาดทุนปีละ -1,045.18 บาท/ไร่ ไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุน แม้ว่าจะพิจารณาเฉพาะรายจ่ายเงินสดตามพฤติกรรมของผู้ปลูกแล้วก็ตาม ในจังหวัดนครนายก ส้มโอพันธุ์ทองดีมีรายได้สุทธิเหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ยปีละ 8,326.36 บาท/ไร่ มีความคุ้มค่าในการลงทุนและมีความเสี่ยงต่ำมาก ในจังหวัดปราจีนบุรี ส้มโอพันธุ์ทองดีมีรายได้สุทธิเหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ยปีละ 17,817.76 บาท/ไร่ มีความคุ้มค่าในการลงทุนและมีความเสี่ยงต่ำ ในจังหวัดชัยนาท ส้มโอพันธุ์ขาวแตงกวามีรายได้สุทธิเหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ยปีละ 7,241.25 บาท/ไร่ ไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุน แต่มีความคุ้มค่าเมื่อพิจารณาเฉพาะรายจ่ายเงินสดตามพฤติกรรมของผู้ปลูกและมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง และในจังหวัดสมุทรสงคราม ส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่มีรายได้สุทธิเหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ยปีละ 29,452.49 บาท/ไร่ มีความคุ้มค่าในการลงทุนและมีความเสี่ยงต่ำมาก ศึกษาภาพด้านการผลิตของผู้ปลูกส้มโอก่อนข้างต่ำ และด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง การรวมกลุ่มกันในระดับต่ำ ความสามารถในการพึ่งพาตนเองโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีความเข้มแข็ง โอกาสในการและความสามารถในการแข่งขันในการประกอบอาชีพอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยด้านเศรษฐกิจการตลาด พบว่า ผลผลิตส้มโอที่เก็บเกี่ยวได้ในภาคกลาง(รวมพิจิตร) สามารถอุปทานส้มโอได้ตลอดทั้งปี ผู้ปลูกขายส้มโอให้กับผู้รวบรวมร้อยละ 47.02 ของปริมาณทั้งหมด รองลงไปได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ส่งออก ผู้บริโภคและตัวแทนของผู้ค้าส่งร้อยละ 25.85, 10.85, 10.56, 5.69 และ 0.31 ตามลำดับ โดยผู้รวบรวมมีส่วนเหลือการตลาดร้อยละ 22.22 ผู้ค้าส่งมีร้อยละ 50 ผู้ค้าส่งมือ 2 มีร้อยละ 18.16 ตัวแทนของผู้ส่งออกมีร้อยละ 25.21 ส่วนผู้ส่งออกกรณีฝากขายมีความเสี่ยงกับราคาที่ได้รับปลายทางเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะต่อผู้ปลูกส้มโอ คือ ผู้ปลูกส้มโอในจังหวัดชัยนาทต้องรู้จักเลือกกิจกรรมที่ควรจะดำเนินการโดยเน้นการเพิ่มรายได้จากการเพิ่มผลผลิตการผลิตให้สูงขึ้น และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้น ผู้ปลูกส้มโอในจังหวัดปราจีนบุรียังมีโอกาสที่จะขยายตัวได้ต่อไป แต่ต้องพยายามเสริมสร้างจุดแข็งในการดำเนินงานให้มากขึ้น และควรลงทุนในกิจกรรมที่มีผลต่อการสร้างผลตอบแทนให้สูงขึ้น ซึ่งพื้นที่ที่มีความสามารถที่จะก้าวขึ้นสู่ความเป็นผู้นำในการผลิตส้มโอต่อไปได้ ส่วนผู้ปลูกส้มโอในจังหวัดนครปฐม สมุทรสงคราม นครนายก และ สระบุรี จะต้องรู้จักเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีผลต่อทำให้ได้ผลตอบแทนที่ดี และมีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำไว้ โดยจะต้องพยายามจำกัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนหรือค่าใช้จ่ายให้เพิ่มขึ้น ข้อเสนอแนะต่อการตลาด คือจะต้องสร้างความร่วมมือกันทุกฝ่าย โดยภาครัฐต้องช่วยให้การผลิตสามารถให้ผลผลิตที่มีคุณภาพเพื่อการส่งออก และขยายตลาดส่งออก

Abstract

The objectives of this research, “Pummelo’s Production Economics and Marketing in Central Region”, were to analyzed the production cost and return, production and competitive potential, project appraisal and investment risk, marketing channels and marketing margin. The research areas covered 6 Provinces; Chai Nat, Saraburi, Na Khon Nayok, Prachinburi, Na Khon Pathom and Samut Songkhram, and 4 varieties: Thong Dee, Khao Nam Poeng, Khao Tang Gua and Khao Yai. The data collected from 244 growers and 28 middlemen, by interviewing.

The production economics result, in Na Khon Pathom Province, found that Thong Dee had net return over cash cost 40,572.97 ฿/rai/yr., the project was desirable for investment and very low risk, and Khao Nam Poeng had net return over cash cost 24,691.49 ฿/rai/yr., the project was undesirable for investment but it would desirable if considered only on cash cost. In Saraburi, Thong Dee had net return over cash cost (loss) 1,045.18 ฿/rai/yr., the project was undesirable for investment although the project was considered only on cash cost. In Na Khon Nayok, Thong Dee had net return over cash cost 8,326.36 ฿/rai/yr., the project was desirable for investment and very low risk. In Prachinburi, Thong Dee had net return over cash cost 17,817.76 ฿/rai/yr., the project was desirable for investment and low risk. In Chai Nat, Khao Tang Gua had net return over cash cost 7,241.25 ฿/rai/yr., the project was undesirable for investment but it would desirable if considered only on cash cost. In Samut Songkhram, Khao Yai had net return over cash cost 29,452.49 ฿/rai/yr., the project was desirable for investment and very low risk. The growers in Central Region had relatively low in production potential, fair in marketing potential, low cooperation, high self-reliance and fair strengths, opportunities and competitiveness.

The Pummelo marketing in Central Region found that the output could supply for the whole year. The growers distributed 47.02% to the assemblers, 25.85% to the wholesalers, 10.85% to the retailers, 10.56% to the exporters, 5.69% directed to the consumer and 0.31% to the agents. The assemblers got 22.22 % of marketing margin. The wholesalers got 50% and the second wholesalers got 18.16%. The agent got 25.21%. The exporters who sell on consignment took very high risk to get the price at the terminal market.

The recommendations to the growers in Chai Nat, who should emphasize profitability by raising productivity, build up ability to counter competition and invest heavily in most attractive segments. The growers in Prachinburi should challenge for leadership, build selectively on strengths and reinforce vulnerable areas. The others provinces should selectivity; manage for earnings and concentrate in investments in segment where profitability is good and risks are relatively low. The recommendations in marketing are to enhance the cooperation among the stakeholders. Especially, the government agents should support the growers to increase the proportion of export’s grade and expanding export market of Thai Pummelo.