

การศึกษาเรื่องการผลิตและการตลาดเบญจมาศของเกษตรกรบ้านขุนวาง ตำบลแม่  
 วีน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ ปีการเพาะปลูก 2549/2550 มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการผลิต  
 เบญจมาศของเกษตรกร 2) เพื่อศึกษาดัชนีต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตเบญจมาศ 3) เพื่อศึกษา  
 สมการต้นทุนเฉลี่ยของการผลิตเบญจมาศ 4) เพื่อศึกษาโครงสร้างการตลาด พฤติกรรมการตลาด  
 และผลการดำเนินงานตลาด 5) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการผลิตและการตลาดเบญจมาศ โดยใช้  
 แบบสอบถามสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ผลิตเบญจมาศทั้งหมด 61 ราย แบ่งเป็น 3 รุ่น คือ การผลิต  
 เบญจมาศรุ่นที่ 1 ธันวาคม-มีนาคม รุ่นที่ 2 เมษายน-กรกฎาคมและ รุ่นที่ 3 สิงหาคม-พฤศจิกายน

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 85.2 มีอายุระหว่าง 21-  
 40 ปี ร้อยละ 54.1 ไม่ได้รับการศึกษา ร้อยละ 42.7 สถานภาพสมรส ร้อยละ 91.9 จำนวนสมาชิกใน  
 ครอบครัว 5-6 คน ร้อยละ 36.1 มีรายได้ในการผลิตเบญจมาศ น้อยกว่า 30,001 บาท/ปี ร้อยละ 45.9  
 และมีรายได้นอกภาคเกษตร น้อยกว่า 3,001 บาท/ปี ร้อยละ 95.1

ผลการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตเบญจมาศพบว่า ต้นทุนการผลิต  
 ทั้งหมดของดอกเดี่ยวและดอกช่อรุ่นที่ 1 เท่ากับ 25,109.39 และ 22,503.62 บาท/ไร่ ตามลำดับ รุ่น  
 ที่ 2 เท่ากับ 21,037.83 และ 18,839.95 บาท/ไร่ ตามลำดับ และรุ่นที่ 3 เท่ากับ 20,782.59 และ  
 14,884.35 บาท/ไร่ ตามลำดับ ผลตอบแทนสุทธิของดอกเดี่ยวและดอกช่อรุ่นที่ 1 เท่ากับ  
 152,112.29 และ 92,828.69 บาท/ไร่ตามลำดับ รุ่นที่ 2 เท่ากับ 119,190.17 และ 84,105.69 บาท/ไร่  
 ตามลำดับ และรุ่นที่ 3 เท่ากับ 105,508.79 และ 19,755.65 บาท/ไร่ ตามลำดับ

ผลการศึกษาฟังก์ชันต้นทุนการผลิตเฉลี่ยพบว่า เบญจมาศดอกช่อรุ่นที่ 1, 2 และ 3  
 ถ้าผลผลิตเบญจมาศเฉลี่ยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้ต้นทุนเบญจมาศเฉลี่ยเปลี่ยนแปลง  
 ไปในทิศทางเดียวกันเท่ากับ ร้อยละ 1.001, 1.154 และ 1.258 ตามลำดับ เบญจมาศดอกเดี่ยวรุ่นที่ 1,  
 2 และ 3 พบว่าถ้าผลผลิตเบญจมาศเฉลี่ยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้ต้นทุนเบญจมาศ  
 เฉลี่ยเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันเท่ากับร้อยละ 0.949, 1.106 และ 1.154 ตามลำดับ สำหรับ

ความยืดหยุ่นของต้นทุนเฉลี่ยของเบญจมาศดอกช่อและดอกเดี่ยว รุ่นที่ 1 พบว่าการผลิตอยู่ในช่วงผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ (constant returns to scale) เบญจมาศดอกช่อและดอกเดี่ยว รุ่นที่ 2 และ 3 เกษตรกรไม่ได้ทำการผลิตที่จุดต้นทุนต่ำสุด การผลิตอยู่ในช่วงผลตอบแทนต่อขนาดลดลง (decreasing returns to scale)

ผลการศึกษา โครงสร้างการตลาด พฤติกรรมการตลาดและ ผลการดำเนินงาน ตลาดของเกษตรกรพบว่า การซื้อขายดอกเบญจมาศเป็นแบบกึ่งแข่งขัน-กึ่งผูกขาด เกษตรกรจำหน่ายเบญจมาศดอกเดี่ยวและดอกช่อให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น ร้อยละ 82.4 และ 54.5 ตามลำดับ มีการคัดเกรดดอกเบญจมาศก่อนจำหน่าย ขายดอกเบญจมาศโดยรับเป็นตัวสัญญาใช้เงิน โดยมีกำหนดจ่าย 7-14 วัน หรือเงินเชื่อ ร้อยละ 57.4 ต้นทุนการตลาดดอกเดี่ยวและดอกช่อคือค่าคัดเกรดเท่านั้น การจำหน่ายพบว่าผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาเอง โดยไม่ให้เกษตรกรต่อรอง ร้อยละ 63.9 และผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาเองโดยเปิดโอกาสให้มีการต่อรอง ร้อยละ 36.1

ปัญหาด้านการผลิตพบว่า มีปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตราคาแพง ปัญหาด้านการตลาดพบว่า มีปัญหาเรื่องดอกเบญจมาศในตลาดมีปริมาณมาก ราคาเปลี่ยนแปลงไม่มีการแจ้งให้เกษตรกรทราบล่วงหน้า ไม่มีการประกันความเสียหายแก่เกษตรกร ราคาที่ขายไม่ตรงกับราคาในห้องตลาดและไม่มีระยะเวลาในการให้เครดิต การจำหน่ายไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการและไม่มีตลาดกลางรองรับผลผลิต

ข้อเสนอแนะด้านการผลิต กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรให้การช่วยเหลือในเรื่องที่ดินทำกินให้กับเกษตรกร เช่น การให้เอกสารสิทธิ์ สปก 4-01 จัดส่งเจ้าหน้าที่เพื่อส่งเสริมให้ความรู้ในเรื่องการบำรุงปรับปรุงดิน การผลิตให้มีต้นทุนลดลง การใช้ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมักทดแทนการใช้ปุ๋ยเคมี ด้านการตลาดส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีการรวมกลุ่มเพื่อมีอำนาจในการกำหนดราคา การประกันราคา การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเพิ่มปริมาณรับซื้อของโครงการหลวง และการสนับสนุนส่งเสริมจัดตลาดกลางให้กับเกษตรกร

The objectives of this study were to investigate : 1) the production of chrysanthemum by farmers at Khunwang village, Maewin sub-district, Maewang district, Chiangmai province; 2) production cost and returns gained from the chrysanthemum production; 3) average production cost function of the chrysanthemum production; 4) marketing structure, behaviors and marketing operation outcome; and 5) problems encountered in the chrysanthemum production and marketing. A set of questionnaires and interview were used for data collection administered with 61 chrysanthemum growers in the crop year of 2006/2007. The crop periods investigated were the first cropping (December – March), the second cropping (April – July), and the third cropping (August – November).

Findings showed that most of the respondents (85.2 percent) were male. More than one-half of the respondents (54.1 percent) were 21-40 years old. Less than one-half of them (42.7 percent) were uneducated. Most of them (91.9 percent) were married. Less than one-half of the respondents (36.1 percent) had 5-6 family members and 45.9 percent gained an income from the chrysanthemum production for less than 30,001 baht per year. However, most of the respondents (95.1 percent) had an annual income from non-agricultural sector for less than 3,001 baht.

Regarding the production cost and profits, it was found that total cost of the 1<sup>st</sup> period was 25,109.39 baht per rai for the single flower and 22,503.62 baht per rai for the cluster flower. Meanwhile, the total cost of the 2<sup>nd</sup> period was 21,073.83 baht per rai for the single flower and 18,839.95 baht per rai for the cluster flower. The total production cost of the single and cluster flowers in 3<sup>rd</sup> period were 20,782.59 baht and 14,884.35 baht, respectively. Findings of

the study also indicated that the net profits gained from the production of 1<sup>st</sup> period were 152,112.29 baht per rai for the single flower and 92,828.69 baht per rai for the cluster flower. The net profits of 2<sup>nd</sup> period were 119,190.17 baht per rai for the single flower and 84,105.69 baht per rai for the cluster flower. On the other hand, the farmers could gain 105,508.79 baht per rai for single flower and 19,755.65 baht per rai for the cluster flower production.

In terms of the average cost function, it was found that the chrysanthemum production cost varied in corresponding to the change of products. At every 1 percent increase in chrysanthemum average product of the 1<sup>st</sup>, 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> crop periods, average production costs would increase by 1.001, 1.154 and 1.258 percent, respectively for the cluster flower and by 0.949, 1.106 and 1.154 percent for the single flower. In terms of an average cost – production elasticity, chrysanthemum production of the crop of both single and cluster flower was found to be at constant returns to scale, while the 2<sup>nd</sup> and the 3<sup>rd</sup> crop periods were at decreasing cost returns to scale.

Regarding the market structure, marketing behaviors and marketing performance of chrysanthemum farmers, the marketing structure was monopolistic competition. Farmers distributed single flower and cluster flower of chrysanthemum to local traders for 82.4 and 54.5 percent, respectively. The chrysanthemum flowers were graded before the distribution. More than one-half of the respondents (57.4 percent) accepted either promissory notes with 7-14 days of due payment or credit payment. Product pricing was fixed by traders without farmers' negotiation (63.9 percent), while only 36.1 percent could negotiate.

The study also found that the farmers confronted high cost of production. Main problems of marketing included oversupply of chrysanthemum flowers in the market, no notification of price changing in advance, no damage insurance, distorted price, and the lack of market for the products.

It could be advisable that the Ministry of Agriculture and Cooperatives should allocate farming lands to farmers. Examples of possible government supports are issuance of the 4-01 official notification of land owners, assigning authorized officers to provide knowledge of soil improvement, production cost reduction, the use of organic fertilizer and manure in place of chemical fertilizer. In terms of marketing, cooperation of producers should be promoted for negotiation power. Moreover, the pricing insurance, expansion of marketing channels, extension of purchasing volumes of the Royal projects, and promotion of the central market for farmers should be also taken into consideration.