

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกรในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากเกษตรกร จำนวน 150 คน และแบบสัมภาษณ์พ่อค้าคนกลาง จำนวน 2 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาครั้งนี้ เกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษในอำเภอสารภีส่วนใหญ่จำหน่ายผักปลอดสารพิษมาเป็นระยะเวลา 3 - 5 ปี จำหน่ายผักปลอดสารพิษจำนวน 5 - 10 ชนิด มีรายได้ต่อเดือนจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษมากกว่า 15,000 บาท เลือกใช้การจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 44 ขอดขายต่อเดือนจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษไปยังผู้บริโภค โดยตรงอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท

เกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่ไม่มีแหล่งที่ตั้งจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 70 มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นแบบเกษตรกรไปยังผู้บริโภค โดยมีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 63.6 การจำหน่ายส่วนใหญ่ไม่ผ่านคนกลางคิดเป็นร้อยละ 43.3 เกือบทั้งหมดไม่มีการตั้งชื่อล่วงหน้าและไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาขายผักปลอดสารพิษเมื่อเทียบกับผักทั่วไปมีราคาขายแพงกว่าผักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 80 การเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษขึ้นอยู่กับฤดูกาล ส่วนเงื่อนไขการจ่ายเงินให้เกษตรกรเกือบทั้งหมดใช้การจ่ายสด คิดเป็นร้อยละ 98.7 มีหน่วยงานของราชการที่เข้ามาให้การช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 63.3

กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการใช้บรรจุภัณฑ์ในการบรรจุผักปลอดสารพิษเพื่อจำหน่าย ไม่มีการเก็บรักษา ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อเดือนน้อยกว่า 500 บาท และการขนส่งเพื่อจำหน่ายส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นหลัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มเกษตรกรเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปริมาณผลผลิตผักปลอดสารพิษ ระยะทางการขนส่งความสะดวกรวดเร็ว เงื่อนไขการจ่ายเงิน ราคาขายของผักปลอดสารพิษในแต่ละช่องทาง ต้นทุนที่น้อยกว่าของช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าไรที่ได้รับจากการขายผักปลอดสารพิษ ความเสี่ยงของช่องทาง ความสามารถในการเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่าย และการได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค ตามลำดับ

แนวทางการแก้ไขปัญหากลุ่มเกษตรกรควรเริ่มจากการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มปริมาณผักปลอดสารพิษ ให้มีปริมาณเพียงพอ คุ้มค่าในการขนส่ง ส่วนพ่อค้าคนกลางควรพัฒนาการบรรจุการเก็บรักษา เพื่อรักษาผลผลิตให้นานขึ้น ส่วนหน่วยงานราชการควรขยายกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ ให้ความรู้แก่เกษตรกร และวิธีลดต้นทุนการผลิตของผลผลิต นอกจากนี้ควรมีการแบ่งแยกระดับความปลอดภัยของผักให้มีความชัดเจน ควรมีการจัดตั้งตลาดกลางและตลาดย่อยเพื่อขายผักปลอดสารพิษ และที่สำคัญคือการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผักปลอดสารพิษมากขึ้น

The purpose of this independent study was to investigate the distribution channels of pesticide free vegetables of farmers in Sarapee District, Chiang Mai Province. The data was collected from 150 farmers and 2 middlemen merchants through questionnaires. The descriptive statistics was applied to analyze the data based on frequency, percentage, mean, and standard deviation.

This study showed that the majority of farmers had distributed the pesticide free vegetables for 3 – 5 years with 5 – 10 kinds of the pesticide free vegetables. The average income of farmers from selling pesticide free vegetables was more than 15,000 baht per month. The direct marketing to consumers had accounted for 44 percents of the total sale volume ranging from 10,000 – 15,000 baht per month.

About 70 percents of farmers did not have access to distribution venue; 63.6 percents of farmers had formed groups and sold directly to consumers; 43.3 percents did not market through middlemen. Almost all farmers did not have the preorder and sale contract. About 80 percents of farmers opined that the selling price of pesticide free vegetables was higher than common vegetables. The pesticide free vegetables price might shift depending on the season. The term of payment for almost all of the farmers was cash which accounted for 98.7 percents. This was compared to 63.3 percents of farmers who had the supports from the government sector.

The majority of farmers did not use packaging to pack the pesticide free vegetables for distribution and no storage. The monthly cost of logistics was lower than 500 baht and the motorcycles were mainly used for transportation.

The factors affecting the distribution channels selection by the farmers could be ranked from high to low as the following: quantity of the pesticide free vegetables, the convenience and distance of speedy transportation, term of payment, selling cost of the pesticide free vegetables on each distribution channel, lower investment cost in comparison to other distribution channels, profits from the pesticide free vegetables selling, risk of distribution channels, ability to change the distribution channels, and information obtained from consumers, respectively.

The strategy in rectifying the problems of farmers should begin by joining as a group to increase the pesticide free vegetables so that the sufficient quantity was reached and hence become cost effective for transportation. The middlemen merchants should develop the packing and storage methods to preserve the product at a longer period. The government sector should expand the network of farmers who produced the pesticide free vegetables. These should be accompanied by providing the knowledge and cost reduction strategy of the produces. Moreover, the safety level of vegetables should be classified clearly. The central and sub-markets should be established for distributing the pesticide free vegetables. Most importantly, the advertisement to encourage consumer consumption of the pesticide free vegetables must be increased.