

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์

การตลาดข้าวสหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด ปีการเงิน 2541 - 2544

โดย

นายจรรณ หาญเจริญกุล

ตุลาคม 2546

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ประยงค์ สายประเสริฐ

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร

คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษารั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตลาดข้าวเปลือกและตลาดข้าวสาร ลักษณะโครงสร้าง วิธีการตลาด ต้นทุนการตลาด ส่วนเหลือการตลาดและประสิทธิภาพการตลาดข้าวของสหกรณ์ 2) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานตลาดข้าวของสหกรณ์ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานตลาดข้าวของสหกรณ์ ในการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสอบถามสมาชิกสหกรณ์ ผู้ซื้อข้าวบริโภค พ่อค้าขายปลีก และพ่อค้าขายส่ง และข้อมูลทุติยภูมิจากสถิติผลการดำเนินงาน และรายงานการสอบบัญชี การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต ผลการศึกษามีดังนี้

ในปีการเงิน 2541 - 2544 สหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด ให้สินเชื่อเกษตรกรสมาชิกเพื่อเพาะปลูกข้าวและรวบรวมรับซื้อข้าวเปลือกหอมมะลิและข้าวเหนียวจากเกษตรกรสมาชิก 1,818,190 1,683,467 3,157,330 และ 1,337,152 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 79.90 62.08 66.50 และ 79.91 ของข้าวเปลือกทั้งหมด ตามลำดับ สหกรณ์จ่ายเงินค่าข้าวเปลือกที่ซื้อจากเกษตรกรสมาชิก โดยวิธีหักชำระหนี้ รับฝากเงิน ถือนั่นเพิ่ม และจ่ายเงินสด สหกรณ์ซื้อข้าวเปลือกในราคาสูงกว่าราคาตลาดท้องถิ่นเล็กน้อย เพื่อจูงใจและสร้างความพอใจให้กับสมาชิกขายข้าวเปลือกชำระหนี้เงินกู้ ในช่วงปี 2541-2544 ราคาข้าวเปลือกเฉลี่ย 8.11, 7.44, 7.53 และ 6.10 บาท/กิโลกรัม ตามลำดับ ส่วนการดำเนินงานด้านการตลาดข้าวสารนั้น สหกรณ์

จำหน่ายข้าวสารด้วยเงินสดและเงินเชื่อให้แก่ผู้บริโภค พ่อค้าขายปลีก พ่อค้าขายส่งในอำเภอ สันป่าตอง อำเภอและจังหวัดใกล้เคียง ตลอดจนตลาดในกรุงเทพฯ โครงสร้างตลาดข้าวสหกรณ์ มีลักษณะแบบรวมเข้าสู่ส่วนกลาง ตั้งแต่ระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และปลายทางในกรุงเทพฯ

สหกรณ์มีต้นทุนการตลาดค่อนข้างสูงโดย เฉลี่ย 2,271.20 ถึง 3,305.48 บาท/ตัน เนื่องจากค่าสูญเสียน้ำหนักข้าวเปลือก ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน ค่าซ่อมแซมวัสดุอุปกรณ์การตลาด ค่าแรงงาน ส่วนเหลือจากการตลาดในช่วงปีการศึกษา 2541-2544 มีค่าเท่ากับ 1,942.63 518.97 443.38 และ -636.11 บาท ตามลำดับ

ประสิทธิภาพการตลาดข้าวของสหกรณ์ช่วงปี 2541-2544 มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับวิธีการตรวจวัด เช่น ตรวจวัดโดยอัตราส่วนราคาจำหน่ายปลีกกับต้นทุนการตลาด มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 327.15 และตรวจวัดโดยข้าวเปลือกที่แปรสภาพสีเปรียบเทียบกับข้าวเปลือกดิบซื้อ มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 63.78 ถึง 89.08

โรงสีสหกรณ์มีชั่วโมงการผลิต แปรสภาพสีข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร เฉลี่ยเพียง 4.97 ชั่วโมง/วัน/โรงสีเท่านั้น จึงทำให้เกิดข้าวเปลือกคงเหลือข้ามปี และโรงสีสหกรณ์มีประสิทธิภาพ อัตราการแปรสภาพสีโดยเฉลี่ย 625.64 กิโลกรัมต่อข้าวเปลือก 1 ตัน ดังนั้นสหกรณ์ควรเพิ่มจำนวนชั่วโมงการผลิตต่อวันให้มากขึ้น เพื่อสามารถลดจำนวนข้าวเปลือกคงเหลือและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดข้าวสารของสหกรณ์ให้มากขึ้น

การดำเนินงานการตลาดมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพข้าวเปลือกมีความชื้นสูงเกินร้อยละ 14 มีสิ่งเจือปนมากในขั้นตอนการซื้อข้าวเปลือก เพราะเกษตรกรยังขาดความรู้ในเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวและกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว ดังนั้นสหกรณ์ควรมีเจ้าหน้าที่เกษตรของสหกรณ์เอง เพื่อให้คำแนะนำในระดับไร่นา สหกรณ์ควรมีการปรับปรุงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จัดทำแผนการจัดหาและใช้เงินทุนเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนและจัดทำแผนยุทธศาสตร์ข้าวสหกรณ์ สหกรณ์ควรสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการตลาดข้าวกับสหกรณ์ระดับเดียวกัน ชุมชนสหกรณ์ระดับจังหวัด (ชสจ.) ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด (ชสท.) ในระดับชาติหรือร่วมค้ากับพ่อค้าผู้ส่งออกเพื่อเพิ่มศักยภาพตลาดข้าวสหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด

## ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Cooperative Economics

### **RICE MARKETING IN SANPATONG AGRICULTURAL COOPERATIVE LTD.**

**FISCAL YEAR 1998 - 2001**

By

CHAROON HANCHAROENKUL

OCTOBER 2003

Chairman: Associate Professor Prayong Saiprasert

Department/Faculty: Department of Agricultural Economics and Cooperatives,  
Faculty of Agricultural Business

The purpose of this study were 1) to study paddy rice and rice marketing, market structure, market channel, marketing costs, marketing margins, and marketing efficiency, 2) to find out problems and obstacles to marketing of the agricultural cooperative, and 3) to recommend guidelines of marketing solution.

Primary data were collected by means of interview schedules from Sanpatong Agricultural cooperative's members, consumers, retail and wholesale traders as well as secondary data were searched from the statistic agricultural cooperative operation and audit reports. Descriptive analysis had used to analyze by means of percentage and arithmetic mean.

The results of this study were revealed that in the fiscal year 1998-2001 Sanpatong Agricultural Cooperative Ltd. provided loans to members for rice growing and bought paddy rice from members 1,818,190 1,683,467 3,157,330 and 1,337,152 kg. which were 79.90, 62.08, 66.50 and 79.91% of the whole paddy rice in

each year, respectively. Paddy rice value was paid by debt payment, cash payment, share capital holding and deposit in the agricultural cooperative. Paddy rice price which bought from farmers was higher than local price and intensive members' debt payment. Paddy rice price satisfied the cooperative members. The average of paddy rice prices, year 1998-2001 were 8.11 7.44 7.50 and 6.10 baht/kg, respectively. Rice was sold to consumers, retail and wholesale traders by cash and credit in the areas of Sanpatong district, local market in the north province and Bangkok market. The market structure was centralization of marketing where Bangkok was the terminal rice market .

The average marketing cost of the agricultural cooperative was rather high 2,271.20 to 3,305.48 baht/ton which correlated to paddy rice weighty loss, asset deperciation, maintenance and labour cost. The marketing margin, in each year 1998-2001 was 1,942.63 518.97 443.38 and -636.11 baht, respectively.

Paddy rice marketing efficiency was different which based on the method of the study, such as the average was 327.15% based on the ratio between retail price and marketing cost, and the average was 63.78 to 89.08% based on processed paddy rice and purchased paddy rice.

The processing capacity of the cooperative rice mill had an average of 4.97 hour/day/mill which caused paddy rice stored over the volume through the fiscal year. The rate of rice processing was 625.64 kg. in average, per 1 ton paddy rice.

The agricultural cooperative's problems were the high grain moisture content 14 %, the high contamination percentage of paddy rice in the early harvesting crop, the lacks of harvestion processing and post harvesting technology, inefficiency of management. Farm management should be recommended to the cooperative members and cooperative operation must be improved such as the solution of insufficient fund, fund usage, fund providing plan. The Sanpatong Agricultural Cooperative Ltd. should have a rice strategy plan and create an intregration network with another cooperatives through Provincial Agricultural Cooperatives and National Agricultural Cooperative Federation, and also with rice exporter traders to increase rice marketing potential.