



กล้วยหอมทองบ้านลาด : ต้นทุนการผลิตกับความคุ้มค่าในการลงทุน*

อริสิทธิ์ นุชเนตร** และ สุภาพร เพชรรัตน์กุล**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิต อัตราผลตอบแทน และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ และความคุ้มค่าในการลงทุนปลูกกล้วยหอมทองบ้านลาดของเกษตรกร 4 ตำบล คือ ถ้ำรงค์ ไระสะท้อน ตำบูลำ และหนองกระเจ็ด ของอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งมีความเที่ยงตรง 0.8 โดยรวบรวมจากประชากร จำนวน 81 ครัวเรือน คำนวณต้นทุนและผลตอบแทนเพื่อหาระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน ใช้อัตราคิดลดร้อยละ 3 เทียบเท่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด กำหนดอายุโครงการ 3 ปี ผลการวิจัยพบว่า อำเภอบ้านลาด การผลิตและตลาดกล้วยหอมทองของตำบลถ้ำรงค์ให้ผลตอบแทนสูงสุดทั้งปริมาณและมูลค่า มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 6 เดือน 19 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,431,845.62 บาท อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 42.78 ตำบลหนองกระเจ็ด ระยะคืนทุน 1 ปี 9 เดือน 18 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 734,872.21 บาท อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 31.42 ตำบลตำบูลำ ระยะคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 3 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 294,775.16 บาท อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 18.79 ส่วนตำบลไระสะท้อนมีระยะคืนทุนมากกว่า 3 ปี ประสิทธิภาพกล้วยหอมทองอยู่ที่การใช้ปุ๋ยชีวภาพในการผลิตและขายกล้วยหอมทองผ่านสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด

คำสำคัญ: ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนในการลงทุน กล้วยหอมทองบ้านลาด

* บทความนี้ได้จากงานวิจัยเรื่อง ระบบตลาดสินค้าเกษตรจังหวัดเพชรบุรี ศึกษากรณี ต้นทุนการผลิตและอัตราผลตอบแทน ตลาดกล้วยหอมทอง อำเภอบ้านลาด สนับสนุนเงินทุนโดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ปีงบประมาณ 2553

** อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

** อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



Kloyhomthongbanlad : Production Cost and Return on Investment*

Adhisiddhi Nujnetra** and Supaporn Pheratkul**

Abstract

The purpose of this research was to study the production cost, rate of return, feasibility and the investment's worth for Kloyhomthongbanlad of farmers in the sub-district of Tamrong, Raisathon Talu and Nongkrached, Banlad district, Phetchaburi. Eighty one households was surveyed using quantitative data collection with questionnaires that generated from the reviewed relevant literature, which was 0.80 of accuracy. Cost and return were calculated in order to find out the pay back periods, net present value (NPV) and an internal rate of return (IRR) using discount rate which was equivalent to 3 percent interest rate for the loan of the Banlad Agricultural Cooperatives. The project period was 3 years. The results found that, in Banlad district, the highest yield in both quantity and value was Tamrong with the payback period 1 year 6 months 19 days, 1,431, 845.62 Baht of net present value, and internal rate of return 42.78 %. The payback period 1 year 9 months 18 days, 734,872.21 Baht of net present value and internal rate of return 31.42% were Nongkrached. And also, Tamlu got payback period 2 years 2 months 3 days, 294,775.16 Baht net present value and internal rate of return 18.79 %. However, Raisathon returned more than 3 years. The research suggested that efficiency in production was on organic fertilization in the soil maintenance and sale the product through Banlad Agricultural Cooperatives.

Key words: Production Cost; Return on Investment; Kloyhomthongbanlad

* A Research Project Titled “The Agricultural Marketing System in Phetchaburi: A Case Study on Cost and Benefit of Marketing of Yellow Banana in Banlad District” Granted by Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Fiscal Year 2010

** Faculty Member, Department of Industrial Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Huahin, Prachuapkirikhan Province

** อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



บทนำ

“กล้วยหอมทอง” เป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มีศักยภาพในการส่งออกโดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นที่มีความต้องการสูง ด้วยคุณลักษณะของกล้วยหอมทองพันธุ์แท้ที่มีน้ำหนักมาก และลักษณะของกล้วยแต่ละลูกที่เรียงตัวกันอยู่ในหวีอย่างสวยงาม สีสวย ผลมีความสมบูรณ์ รสชาติดี มีกลิ่นหอม นำรับประทาน อีกทั้งผลผลิตมีความปลอดภัยไร้สารเคมีและสารพิษตกค้าง และปนเปื้อนทำให้กล้วยหอมทองของไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มต้องการกล้วยหอมทองเพิ่มสูงขึ้น

การผลิตกล้วยหอมทองเชิงเศรษฐกิจในจังหวัดเพชรบุรีเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ดำเนินการโดย สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมทองร่วมกับสหกรณ์กับชุมชนสหกรณ์ผู้บริโภคชูโตเคน ปัจจุบันมีการส่งกล้วยหอมทองให้ประเทศญี่ปุ่นสัปดาห์ละ 12 ตัน โดยในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าการค้า 5.15 ล้านบาท ในปีการผลิต พ.ศ.2551/2552 สหกรณ์ผู้บริโภคนชูโตเคน มีความต้องการกล้วยหอมทองสัปดาห์ละ 13-16 ตันโดยสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดมีการเตรียมแผนขยายกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นโดยมีการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นพร้อมกับขยายพื้นที่เพาะปลูกอีกประมาณ 15 ไร่ต่อเดือน (ศิริชัย จันทน์นาม, 2552)

ผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจของกล้วยหอมทองที่เกษตรกรได้รับสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจและความต้องการของตลาดภายในและต่างประเทศ จึงทำให้มีแนวโน้มความต้องการปลูกและนำผลผลิตสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรีพบว่า พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองเพิ่มขึ้นจากจำนวน 2,149 ไร่ และผลผลิต 480 ตัน ในปี พ.ศ. 2544 เป็น 3,490 ไร่ และ 3,450 ตัน ในปี พ.ศ. 2550 โดยกล้วยหอมทองที่ปลูกในอำเภอบ้านลาดได้รับการยอมรับจากตลาดต่างประเทศเป็น

อย่างมากเฉพาะตลาดในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรไทยอย่างมาก

โดยเหตุที่กล้วยหอมทองบ้านลาดเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้เร็ว จึงทำให้เกษตรกรขยายพื้นที่การปลูกจำนวนมาก จากข้อมูลการผลิตกล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด พบว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นในการปลูกกล้วยหอมทองของเกษตรกรมีอัตราสูงขึ้น เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่สามารถทราบแนวโน้มต้นทุนการผลิตที่ใช้ในการปลูกกล้วยหอมทองซึ่งได้เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จึงทำให้พวกเขาไม่สามารถต่อรองผลตอบแทนที่ควรจะได้รับ หรือสามารถตั้งราคาขายกล้วยหอมทองได้คุ้มค่าต่อเงินลงทุน ถ้าหากเกษตรกรทราบต้นทุนการผลิตอย่างถ่องแท้ ก็สามารถควบคุมการใช้ต้นทุนในการปลูกกล้วยหอมทองได้ สุดท้ายแล้วก็จะสามารถกำหนดราคาขายกล้วยหอมทองและกำไรที่ต้องการ การที่เกษตรกรไม่ทราบต้นทุนการผลิตจะทำให้เสียโอกาสในการกำหนดราคาขายเพราะเมื่อไม่ทราบต้นทุนการผลิต จะตั้งราคาขายที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดได้อย่างไร จึงมีคำถามว่า ทำอย่างไรจะให้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองได้ทราบและนำความรู้เกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนมาใช้ประโยชน์ในการบริหารและจัดการสำหรับประกอบอาชีพปลูกกล้วยหอมทองให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และศึกษาต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนเพื่อหาความคุ้มค่าในการลงทุนและช่องทางการตลาดกล้วยหอมทองที่มีประสิทธิภาพเสนอต่อเกษตรกร โดยมุ่งเน้นที่เสถียรภาพด้านราคาและตลาดสินค้าเกษตรสำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภค อันนำไปสู่การกินดีอยู่ดีของเกษตรกรและชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนการผลิต และตลาดกล้วยหอมทองอำเภอบ้านลาด
2. เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองอำเภอบ้านลาด



ขอบเขตการวิจัย

จำนวนประชากรที่ศึกษาคือเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 81 ครัวเรือน เกษตรจากตำบลถ้ำรงค์ ไร่สะท้อน ตำหารุ และหนองกระเจ็ด

เนื้อหาที่ศึกษาได้แก่ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการผลิตกล้วยหอมทองในปีการเพาะปลูก 2551-2552 ซึ่งเป็นปีที่ลงทุนเริ่มแรก และกำหนดวิเคราะห์คำนวณความเป็นไปได้ในการลงทุนอีก 2 ปี

จำนวนพื้นที่ศึกษา คือพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองในตำบลถ้ำรงค์ 122 ไร่ สะท้อน 53.20 ไร่ ตำหารุ 46 ไร่ และหนองกระเจ็ด 76 ไร่ รวม 297.20 ไร่ ซึ่งเป็นแหล่งปลูกกล้วยหอมทองที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรี

วิธีการวิจัย

จำนวนประชากรที่เป็นเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองเพื่อการค้าในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ทั้งหมด 81 ครัวเรือน เกษตรจากตำบลถ้ำรงค์ จำนวน 27 ครัวเรือน ไร่สะท้อนจำนวน 18 ครัวเรือน ตำหารุ จำนวน 17 ครัวเรือน และหนองกระเจ็ด จำนวน 19 ครัวเรือน โดยกำหนดเงื่อนไขว่าเกษตรกรมีการปลูกกล้วยหอมทองต่อเนื่อง 3 ปี และมีผลผลิตกล้วยหอมทองออกขายไม่ต่ำกว่าครั้งละ 100 กิโลกรัมต่อเดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามแบบปลายปิดและเปิด ซึ่งมีการทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ศึกษาจำนวน 30 ชุด โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8 แล้วจึงนำไปใช้สำรวจกับประชากรจริง ทั้งนี้ได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน คือ

1) ข้อมูลเบื้องต้นของครัวเรือนเกษตรกร ได้แก่ เศรษฐฐานะของเกษตรกรเพื่อนำไปใช้ศึกษาและวิเคราะห์สถานภาพด้านเศรษฐกิจและสังคม

2) ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ปีการเพาะปลูก 2551-2552 เพื่อนำไปวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและความคุ้มค่าในการลงทุน

3) ข้อมูลอื่น ๆ ที่มีผลต่อการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมจากประชากร 81 ครัวเรือนในพื้นที่ศึกษา ซึ่งจะนำไปใช้วิเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลวิชาการหนังสืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสารและรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี เกษตรจังหวัดเพชรบุรี สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ซึ่งนำไปประกอบการวิเคราะห์ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้ค่าร้อยละและค่ามัชฌิมเลขคณิต ($\bar{X}$) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของเกษตรกรเพื่อนำไปประกอบการอธิบายปรากฏการณ์ด้านเศรษฐกิจและสังคมเกษตรกร ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ใช้แนวคิดและสูตรคำนวณ 3 วิธี ดังนี้

1. วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) คือ ระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการกลับคืนมา หรือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดสะสมของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์

2. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value Method) มีสมการดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Rt}{(1+k)^t} - C$$

3. วิธีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return Method) ได้จากสมการดังนี้

$$\sum_{t=1}^n \frac{Rt}{(1+r)^t} - C = 0$$

**ผลการวิจัย**

การศึกษาต้นทุนการผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอบ้านลาด เพชรบุรี พบว่า เงินลงทุนเริ่มแรกของเกษตรกรตำบลถ้ำรงค์ ไร่สะท้อน ตำหารุ และหนองกระเจ็ด เท่ากับ 1,635,726 บาท 748,933

บาท 900,622 บาท และ 1,114,758 บาท ตามลำดับ ต้นทุนคงที่ส่วนมากเป็นค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์และค่าเสียโอกาสในการใช้ที่ดิน ส่วนต้นทุนผันแปรเป็นลักษณะต้นทุนที่ผันแปรตามผลผลิตที่ต้องการผลิต ต้นทุนมีรายละเอียด (ตารางที่ 1) ดังนี้

ตารางที่ 1 ต้นทุนการปลูกกล้วยหอมทอง ปีการเพาะปลูก 2551/2552

รายการต้นทุนการผลิต (บาท)										
ตำบล	ต้นทุนคงที่		ต้นทุนผันแปร							รวม
	ที่ดิน	ค่าเสื่อม	หน่อพันธุ์	ค่าปุ๋ย	ไฟฟ้า	เชื้อเพลิง	ปรับพื้นที่	ถุงพลาสติก	แรงงาน	
	ราคา									
ถ้ำรงค์	107,500	313,308	146,400	297,572	77,380	85,100	132,100	70,700	405,666	1,635,726
ไร่สะท้อน	53,000	156,374	63,840	118,020	28,640	82,228	41,300	32,175	173,356	748,933
ตำหารุ	42,750	277,563	55,200	161,208	11,000	80,562	58,400	28,585	185,354	900,622
หนองกระเจ็ด	74,000	186,042	88,800	167,247	49,050	118,880	120,500	25,805	284,434	1,114,758
รวม	277,250	933,287	354,240	744,047	166,070	366,770	352,300	157,265	1,048,811	4,400,040
ร้อยละ	06.30	21.21	08.05	16.91	03.77	08.33	08.00	03.57	23.83	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงถึง ต้นทุนคงที่และ ต้นทุนผันแปร บรรดาต้นทุนผันแปรทั้งหมด ค่าแรงงานและค่าปุ๋ย มีมูลค่าสูงที่ 1,048,811 บาท และ 744,047 บาท ตามลำดับ สำหรับรายได้จาก

การขายกล้วยหอมทองนั้น เกษตรกรขายกล้วยหอมทองผ่านสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดและพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่น (ตารางที่ 2) ดังนี้

ตารางที่ 2 มูลค่าการขายกล้วยหอมทองจำแนกตามผู้ซื้อในปีเพาะปลูก 2551/2552

พื้นที่ศึกษา	ประเภทผู้ซื้อ		รวม
	สหกรณ์การเกษตร(บาท)	ผู้ค้าท้องถิ่น(บาท)	
ถ้ำรงค์	2,386,725.00 (42.07)	3,250.00 (08.13)	2,389,975.00 (41.34)
ไร่สะท้อน	766,350.00 (12.47)	29,400.00 (73.59)	795,750.00 (13.76)
ตำหารุ	1,040,195.00 (18.31)	0.00 (00.00)	1,040,195.00 (17.99)
หนองกระเจ็ด	1,547,495.00 (27.24)	7,300.00 (18.27)	1,554,795.00 (26.89)
รวม	5,740,765.00	39,950.00	5,780,715.00
(ร้อยละ)	(99.30)	(00.70)	(100.00)



จากตารางที่ 2 พบว่า เกษตรกรขายกล้วยหอมทองผ่านสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดร้อยละ 99.30 แต่ขายผ่านพ่อค้าท้องถิ่นแค่ร้อยละ 0.70 เกษตรกรในตำบลตำบลดำหุขายผลผลิตให้กับสหกรณ์การเกษตรทางเดียวเท่านั้นขณะที่เกษตรกรตำบลไร่สะท้อนขายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นมากที่สุด จากการศึกษาไม่พบว่าเกิดค่าการตลาดในการขายกล้วยหอมทองกับผู้ผลิต เนื่องจากผู้ซื้อทุกประเภทเป็นผู้รับค่าการตลาดไปเอง ส่วนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการผลิตและตลาดกล้วยหอมทองในระยะเวลา 3 ปีนั้น พบว่า เกษตรกรตำบลถ้ำรงค์ มีกระแสเงินสดสุทธิ (กระแส

เงินสดรับลบจ่าย) เท่ากับ 2,936,406 บาท (7,337,173 - 4,400,767 บาท) ตำบลดำหุขาย เท่ากับ 1,011,762.74 บาท (3,215,138.8 - 2,203,376.06 บาท) หนองกระเจ็ดเท่ากับ 1,750,547.30 บาท (4,807,157.8 - 3,056,610 บาท) และไร่สะท้อนเท่ากับ 471,675 บาท (2,459,593 - 1,987,918 บาท) ส่วนมูลค่าปัจจุบันกระแสเงินสดสุทธิตำบลถ้ำรงค์ เท่ากับ 1,431,845.62 บาท ตำบลดำหุขายเท่ากับ 294,775.16 บาท หนองกระเจ็ด เท่ากับ 734,872.21 บาท และไร่สะท้อนเท่ากับ -178,498.03 บาท การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการผลิตกล้วยหอมทองบ้านลาด (ตารางที่3) ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงความคุ้มค่าในการผลิตและตลาดกล้วยหอมทองบ้านลาด (พ.ศ. 2522 - 2554)

พื้นที่ศึกษา	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	ระยะเวลาการคืนทุน	อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ
(ตำบล)		(ปี-เดือน-วัน)	(ร้อยละ)
ถ้ำรงค์	1,431,845.62	1-6-19	42.78
ไร่สะท้อน	-178,498.03	3-7-15	-00.92
ตำบลดำหุขาย	294,775.16	2-2-3	18.79
หนองกระเจ็ด	734,872.21	1-9-18	31.42

จากตารางที่ 3 พบว่า ระยะเวลาการคืนทุนและอัตราผลตอบแทนภายใน ในการปลูกกล้วยหอมทองถ้ำรงค์ มีความเป็นไปได้สูงสุด ขณะที่ตำบลไร่สะท้อนมีผลตอบแทนเกินกว่าระยะเวลาที่กำหนดไว้ที่ 3 ปี

อภิปรายผลการวิจัย

การผลิตกล้วยหอมทองตำบลถ้ำรงค์มีความเป็นไปได้มากที่สุด เพราะพบว่า มีมูลค่า 2,389,975 บาท หรือ 19,589.95 บาทต่อไร่ โดยมีกระแสเงินสดสุทธิ เท่ากับ 2,936,406 บาท ให้ผลตอบแทนเร็วที่สุด คือ 1 ปี 6 เดือน 19 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

3 ปี เท่ากับ 1,431,845.62 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ร้อยละ 42.78 ซึ่งมีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่เกษตรกรกู้ยืมจากสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ที่ร้อยละ 3 (ศิริชัย จันทรรณาค, 2552)

การผลิตกล้วยหอมทองตำบลไร่สะท้อนมีความคุ้มค่าน้อยที่สุด เพราะคืนทุน 3 ปี 7 เดือน 15 วัน มากกว่าเวลาที่กำหนดไว้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ติดลบ 178,498.03 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ติดลบร้อยละ 0.92 การลงทุนผลิตกล้วยหอมทองตำบลไร่สะท้อนจึงไม่มีความคุ้มค่า เกษตรกรจะลงทุนได้ก็ต่อเมื่อได้มีการปรับเปลี่ยน



เป็นส่วนใหญ่ ตลาดกล้วยหอมทองของตำบลถ้ำรงค์
ได้รับอัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 42.78
รองลงมา คือ ตำบลหนองกระเจ็ดร้อยละ 31.42
และ ตำบลห้วยไร่ร้อยละ 18.79 ส่วนตำบลไร่สะทอนมีค่า
- 00.92



บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การผลิตกล้วยหอมทองแม่ให้อัตราตอบแทนคุ้มค่าแก่เกษตรกร ตำบลถ้ำรงค์ รongมาคือหนองกระเจ็ด และตำหรุ ส่วนไร้สะท้อนต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตและการตลาด แต่อย่างไรก็ตามต้นทุนการผลิตมีมูลค่าเพิ่มขึ้นซึ่งเกิดจากการจ้างแรงงานและการซื้อปุ๋ยมากมาใช้ในการผลิต วิธีการที่ทำให้เกิดผลตอบแทนที่น่าพอใจแก่เกษตรกรมีข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยนี้คือ ความสามารถและความชำนาญในการดูแลรักษาและการบำรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยการใส่ปุ๋ยหมักหรือปุ๋ยชีวภาพ และการเลือกตลาดขายผลผลิตผ่านสหกรณ์การเกษตร

เอกสารอ้างอิง

- นงนุช อังยุรีกุล และ สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์. (2546). *โครงการวิจัยเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดมะละกอ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย.
- ศิริชัย จันทรนาค. (2552). *เอกสารสำนักงานสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด*. เพชรบุรี : เอกสารเผยแพร่.
- สุธัญย์ วงศ์สินอุดม. (2549). *การตลาดของผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทอง ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มเกษตรกรทำยางจังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.