

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมด้านการตลาดของเกษตรกร โดยจะศึกษาถึงการทำกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ความแตกต่างของโอกาสในการได้รับข่าวสารและความสนใจในข่าวสารการตลาดของเกษตรกร ตลอดจนวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้อันเนื่องมาจากการทำกิจกรรมการตลาดบางประการ โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่างผู้ปลูกข้าวหอมมะลิ ในพื้นที่อำเภอสนักำแพงซึ่งเป็นพื้นที่อยู่ใกล้ตัวเมือง จำนวน 54 ตัวอย่าง และเกษตรกรจากอำเภอพร้าวซึ่งเป็นพื้นที่อยู่ไกลตัวเมือง จำนวน 66 ตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จะขายผลผลิตที่ได้หมดทันทีหลังการเก็บเกี่ยวเนื่องจากต้องการใช้เงินเป็นสำคัญ โดยจะขายให้กับพ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่นที่มารับซื้อถึงแหล่งผลิตมากที่สุด สำหรับการคิดเกรดผลผลิตพบว่ามีน้อยมาก ยกเว้นพืชที่ผลิตตามข้อผูกพันจึงจะมีการคิดเกรด เช่นเดียวกับการเก็บผลผลิตอื่นๆที่มีใช้ข้าวไว้ออกราคา พบว่ามีเพียงผู้ปลูกถั่วเหลืองและผู้ปลูกกระเทียมบางรายเท่านั้นที่เคยเก็บผลผลิตไว้ออกราคา

เกษตรกรทั้ง 2 พื้นที่มีโอกาสได้รับข่าวสารทั้งด้านการเกษตรทั่วไปและด้านการตลาดจากสื่อต่างๆเท่าเทียมกัน แต่ส่วนใหญ่ยังให้ความสนใญ่น้อย แหล่งข่าวสารการตลาดที่สำคัญ คือ จากเพื่อนเกษตรกรด้วยกันมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นการได้รับข่าวสารจากพ่อค้า เกษตรกรทั้ง 2 พื้นที่ต้องการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการผลิตทั่วไปและด้านการตลาดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเกษตรกรในอำเภอสนักำแพงอยากได้รับผ่านหอกระจายข่าวในหมู่บ้านมากที่สุด ส่วนเกษตรกรในอำเภอพร้าวอยากได้รับผ่านทางวิทยุและโทรทัศน์ มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ โดยใช้ข้อมูลระดับฟาร์มเป็นรายเดือน จำนวน 20 ปี ด้วยวิธีอัตราส่วนค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ พบว่า ช่วงที่ดัชนีราคาค่อนข้างต่ำจนถึงต่ำสุด จะอยู่ประมาณเดือนธันวาคม-มกราคม ซึ่งเกษตรกรตัวอย่างกว่าร้อยละ 50 ขายผลผลิตในเดือนนี้ และเมื่อดูโดยรวมพบว่า มีเกษตรกรตัวอย่างประมาณร้อยละ 13.8 เท่านั้นที่ขายผลผลิตข้าวในช่วงที่ดัชนีราคามากกว่าค่าเฉลี่ย ที่เหลือร้อยละ 86.2 จะขายผลผลิตไปในช่วงที่ดัชนีราคาต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อดูการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาพบว่า ถ้าเกษตรกรเก็บผลผลิตตั้งแต่เดือนธันวาคมซึ่งเป็นช่วงการเก็บเกี่ยว แล้วไปขายในเดือนกรกฎาคม เกษตรกรจะได้ผลตอบแทนเฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 1.98 หรือกรณีต้องการซื้อผลผลิตมาเก็บรักษาเพื่อรอเก็งกำไร ถ้าซื้อผลผลิตมาเก็บตั้งแต่เดือนมกราคม ซึ่งเป็นเดือนที่ดัชนีราคาต่ำที่สุด แล้วไปขายในเดือนกรกฎาคมเช่นกันจะได้ผลตอบแทนเฉลี่ยต่อเดือน ร้อยละ 2.34 และจากตัวอย่างที่ศึกษา พบว่ามีเพียง 3 รายเท่านั้นที่ขายผลผลิตในเดือนนี้

ส่วนการวิเคราะห์การขายข้าวหอมมะลิของเกษตรกร ปีการผลิต 2539/40 ที่มีต่อระดับรายได้โดยวิธีงบประมาณบางส่วน พบว่าเกษตรกรในอำเภอพร้าวจะได้ส่วนเพิ่มจากการนำผลผลิตไปขายเองยังแหล่งรับซื้อเมื่อเทียบกับการขายที่ฟาร์ม เท่ากับ -0.01 บาท/กิโลกรัม หรือขาดทุนสุทธิประมาณ 50 บาท/ครัวเรือน ส่วนเกษตรกรในอำเภอสนักำแพงจะได้ส่วนเพิ่มจากการนำผลผลิตไปขายเองยังแหล่งรับซื้อ เท่ากับ 0.17 บาท/กิโลกรัม หรือเฉลี่ยประมาณ 109 บาท/ครัวเรือน ในขณะที่การเก็บผลผลิตไว้ออกราคา จะทำให้เกษตรกรในอำเภอพร้าวและอำเภอสนักำแพงมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 1.24 และ 1.08 บาท/กิโลกรัม ตามลำดับ หรือเฉลี่ยประมาณ 8,000 บาท/ครัวเรือน ในทั้ง 2 พื้นที่ โดยมีระยะเวลาในการเก็บรักษาประมาณ 5 เดือน หรือเฉลี่ยประมาณเดือนละ 1,600 บาท

Abstract

The objective of this study was to study the marketing behavior of rice growing farmers. The study covered activities that involved in marketing, the opportunity to access to information, the interesting in marketing information, and income. Formal interviewing was used to collect data from two groups of Khao Dok Mali rice growing farmers. Fifty-four farmers in San Kamphaeng district and 66 farmers in Phrao district were sampled. The study found that most of interviewed farmers sold all of their rice immediately after harvesting due to the urgent need of money, with the local middlemen who came to buy rice in the area. Most of them sold the products without grading except some of contract farmers. Similarly, it was found that only some of soybean and garlic growing farmers who experienced in storing their products and waiting for higher price.

The farmers in both study areas had equal opportunity to access to agricultural and marketing information, but few of them interested in and made use of these information. The first source of information was from neighborhood and the second was from merchants. The sampled farmers in both two districts revealed the equal need of information about production as well as marketing. They preferred obtaining information through village message speaker in San Kamphaeng, radio and television in Phrao respectively.

The movements of Khao Dok Mali rice price was analyzed by using 20 years monthly time series data with ratio-to-moving average method. It was found that the periods of nearly low and the lowest price index were December to January of which more than 50% of interviewed farmers sold their products. In overall, there were only 13.8% of interviewed farmers who sold rice products during the period that price index higher than average price, whereas the rest (86.2%) of them sold their products during the period that price index lower than average price. The analysis of price index revealed that storing rice product after harvesting in December to sell in July, farmer would get the highest average return per month of about 1.98%. In case of buying products to speculate the price, buying in January which was the lowest price index period and sold in July would yield the return of 2.34% per month. It was found that there were only 3 farmers who sold their products in July.

This study also conduct to analyze the impact of selling Khao Dok Mali rice to income level of farmers during production year 1996/1997 by using partial budget analysis. The result showed that farmers in Phrao would obtain about -0.01 baht/kg or absolute deficit of 50 baht/household from selling products at trade site compared to farm gate price. While as the farmers in San Kamphaeng would gain about 0.17 baht/kg or about average of 109 baht/household. For storing product for higher price strategy, farmers in Phrao and San Kamphaeng had additional income about 1.29 and 1.42 baht/kg, respectively or average of 9,500 baht/household from 5 month product stocking (about 1,600 baht/month).