

## บทที่ 2

### การตลาด

ในส่วนของบทนี้จะเป็นการอธิบายถึงขั้นตอนการตลาดต่างๆ ของข้าว ข้าวโพดและถั่วเหลือง เพื่อที่จะพิจารณาว่า หลังจากที่เกษตรกรได้ทำการผลิต ผลผลิตเสร็จแล้ว ผลผลิตทั้งหมดจะถูกทำการ แยกย้ายไปที่ใดบ้าง เช่น เกษตรกรจะเก็บไว้ทำพันธุ์ที่เปอร์เซ็นต์ หรือจะขายผลผลิตที่เปอร์เซ็นต์ เป็น ต้น ซึ่งจะทำให้เห็นว่าราคาที่เกษตรกรขายได้ของพืชทั้ง 3 ชนิด ถูกกำหนดมาจากราคา ณ ที่ใดบ้าง

#### 2.1 การตลาดข้าว

##### 2.1.1 โครงสร้างการตลาดข้าว

ระบบการตลาดข้าวในประเทศประกอบด้วย 2 ระดับใหญ่ๆ ได้แก่ ตลาดรวมข้าวระดับท้องถิ่น และตลาดในระดับภูมิภาค/ปลายทาง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) ตลาดระดับท้องถิ่น เป็นตลาดตั้งแต่ระดับหมู่บ้าน ตำบล จนกระทั่งถึงในเมืองคือเขต อำเภอต่างๆ อยู่กระจายตามเส้นทางคมนาคม เช่น ตลาดกลางข้าว (ท่าข้าว) ผู้ผลิตกับพ่อค้ารวบรวม ท้องถิ่นด้วยกัน คือ พ่อค้าขนาดเล็กจำหน่ายข้าวเปลือกให้แก่พ่อค้าขนาดใหญ่ แล้วจำหน่ายให้แก่โรงสี ในที่สุด สำหรับการรวบรวมกักเก็บหรือกักตุนข้าวจะมีเพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากการขึ้นลงของราคา ข้าวสาร รวมทั้งมีการแปรรูปเป็นข้าวสารก่อนที่จะนำมาจำหน่ายต่อยังตลาดปลายทาง

2) ตลาดภูมิภาคและปลายทาง เป็นตลาดที่รวบรวมข้าวสารในจังหวัดต่างๆ เพื่อส่งออกไปยัง ตลาดปลายทางที่กรุงเทพฯ หรือส่งจากตลาดปลายทางไปยังจังหวัดอื่นๆ

##### 2.1.2 ประเภทของพ่อค้าคนกลางและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจตลาดข้าวในปี 2535/36 ปรากฏว่าพ่อค้าคนกลาง สถาบันเกษตรกรและสถาบัน ของรัฐ จะเป็นผู้ทำการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากเกษตรกรไปยังผู้บริโภคและผู้ส่งออก โดยจะจำแนก พ่อค้าคนกลางและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ทำหน้าที่รับซื้อขายผลผลิตข้าวและให้บริการด้านการตลาด ดังนี้

1) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น หมายถึง พ่อค้าคนกลางที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง หรือ อาจผ่านพ่อค้าหน้าหน้า พ่อค้าประเภทนี้อาจเป็นเกษตรกรในท้องที่เดียวกันของแหล่งผลิต หรือเป็น พ่อค้าทั้งในและนอกท้องที่ อาจมีทั้งค้าข้าวเป็นพืชเดียว หรือเป็นพ่อค้าพืชไร่ซึ่งบางท้องที่เรียกว่า พ่อค้ายุ่งฉาง นอกเหนือจากข้าวได้แก่ ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ถั่วชนิดต่างๆ เป็นต้น มักจะมีรถบรรทุก เช่น 4 ล้อ 6 ล้อ หรือ 10 ล้อ เป็นของตนเอง รวมทั้งมีคนงานเพื่อขนถ่ายสินค้าด้วย แต่บางรายอาจจะไม่มี

รถบรรทุก จำเป็นต้องจ้างรถบรรทุกรับจ้าง อย่างไรก็ตามอาจเป็นพ่อค้าผู้มีร้านค้าขายผลิตภัณฑ์ การเกษตร เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และยาปราบศัตรูพืช หรือขายของเบ็ดเตล็ด ผู้ให้เงินกู้หรือผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวแก่เกษตรกร เมื่อเกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วก็จะรับเงินต้นและดอกเบี้ยคืนในรูปของ ข้าวเปลือก

2) พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า หมายถึง พ่อค้าที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางจัดการซื้อขายระหว่าง บุคคล 2 ฝ่าย แต่ไม่มีกรรมสิทธิในสินค้าในการค้าข้าว จำแนกพ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้าออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

2.1) นายหน้าระดับท้องถิ่น หมายถึง เกษตรกรหรือพ่อค้าที่มีภูมิลำเนาในท้องถิ่นทำหน้าที่เป็น คนกลางซื้อขายและรวบรวมข้าวเปลือกให้กับโรงสีและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โดยรวบรวมข้าวเปลือก ตามปริมาณและคุณภาพที่ผู้รับซื้อต้องการ ทั้งนี้นายหน้าจะไม่มีกรรมสิทธิในสินค้า เงินทุนในการ ดำเนินการรวบรวมข้าวเปลือกของพ่อค้าระดับนี้จะเป็นของผู้รับช่วงสินค้า สำหรับรายได้ของพ่อค้า ระดับนี้ คือค่าขนส่งและค่านายหน้าในรายที่นายหน้ามีรถบรรทุกเป็นของตัวเอง แต่นายหน้าบางราย อาจไม่มีรถบรรทุกมีเพียงรถจักรยานยนต์ เป็นของตัวเองเพื่อใช้วิ่งติดต่อผู้ซื้อและผู้ขาย เมื่อตกลงซื้อ ขายสินค้าเรียบร้อยแล้วนายหน้าจะนำรถของพ่อค้าผู้รับช่วงสินค้าไปรับผลผลิต ในกรณีนี้รายได้ ที่นายหน้าได้รับคือ เปอร์เซ็นต์ค่านายหน้า ซึ่งจะได้รับประมาณร้อยละ

2.2) นายหน้า (หยง) หมายถึง นายหน้าหรือคนกลางในการซื้อขายระหว่างโรงสีกับผู้ส่งออก หรือพ่อค้าขายส่งในประเทศ ทั้งนี้จะเป็นผู้ติดต่อขายข้าวสารให้แก่ โรงสีต่างๆ โดยจะติดต่อขายให้แก่ พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าส่งออก หยงจะไม่มีสิทธิในสินค้าซื้อต่างจากพ่อค้าทั่วไป อีกทั้งมิได้มีส่วนได้ เสียในการเปลี่ยนแปลงราคา เนื่องจากรับค่าบริการ (COMMISSION) เป็นการตอบแทนตามร้อยละของ มูลค่า หรือตามปริมาณสินค้า นอกจากนี้ยังอาจมีรายได้จากค่ารับซื้อช่วงลดตัวเงินต่างๆ เนื่องจาก ตามปกติ หยงจะบริหารจัดการด้านการเงินให้ด้วย ทั้งนี้ หยงบางรายอาจทำหน้าที่เป็นพ่อค้าส่งออกด้วย ร้านหยงทั้งหมดตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่อยู่แถวทรงวาดและราชวงศ์ หยงทำหน้าที่เป็นตัวแทนของ โรงสีในการขายข้าวสารให้แก่ พ่อค้าส่งออกหรือพ่อค้าขายส่งในประเทศ ร้านหยงแต่ละร้านจะเป็นตัว แทนของโรงสีหลายโรง แต่มักจะเป็นโรงสีที่อยู่ในบริเวณพื้นที่แหล่งผลิตใกล้เคียงกัน ในขณะเดียวกัน โรงสีแต่ละโรงก็มักจะติดต่อกับหยงมากกว่าหนึ่งราย กิจกรรมร้านหยงเป็นธุรกิจที่บริหารโดยเจ้าของ คนเดียว โดยใช้เงินหมุนเวียนในการบริหารไม่มาก เมื่อเทียบกับพ่อค้าส่งออกหรือพ่อค้าขายส่ง ใน แต่ละวันหยงจะได้รับตัวอย่างข้าวจากทางโรงสีที่ติดต่อหลายโรง และจะนำตัวอย่างข้าวเหล่านี้มาแยก ตามชนิดและคุณภาพ แล้วจัดแบ่งเป็นห่อเล็กๆ มอบให้ลูกค้าของร้านหยง ทำหน้าที่เป็นพนักงานขาย นำเข้าไปเสนอขายให้กับพ่อค้าขายส่งหรือเสนอให้กับผู้จัดการฝ่ายจัดหาของบริษัทส่งออกหลายแห่ง พิจารณาตามความต้องการที่ลูกค้าสั่งซื้อ

### 3) สถาบันของรัฐ จำแนกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

#### 3.1) ระดับท้องถิ่น สถาบันของรัฐในระดับท้องถิ่นประกอบด้วย

ก. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ทำหน้าที่รับจำหน่ายเปลือกจากเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร โดยมีอัตรารับจำหน่ายถึงร้อยละ 90 ของราคาเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ในฤดูเพาะปลูก 2535/36 ธ.ก.ส. จะรับซื้อไว้ได้ 755,674 ตัน ในราคาร้อยละ 90 ของราคาเป้าหมายนำของข้าวเปลือกแต่ละชนิด และนำส่งโรงสีเพื่อแลกเปลี่ยนสีแปรสภาพเป็นข้าวขาวหรือหนึ่งตามอัตราที่ ธ.ก.ส. กำหนด แล้วจำหน่ายให้แก่องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร(อ.ต.ก.) เพื่อ อ.ต.ก. จัดจำหน่ายแก่พ่อค้าส่งออกหรือส่งออกต่างประเทศต่อไป

ข. กองทัพอากาศ กระทรวงกลาโหม เมื่อโครงการพุงราคาข้าวเปลือกในฤดูการผลิต ปี 2535/36 ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรแล้วกองทัพอากาศได้ขอยืมเงินหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ยจากกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร จำนวน 15 ล้านบาทเพื่อดำเนินการรับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดนครราชสีมา ลพบุรี ชัยนาท นครสวรรค์ อุบลราชธานี ปทุมธานีและฉะเชิงเทรา โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง จำหน่ายให้แก่โรงสีของกองทัพอากาศและโรงสีของเอกชน แปรสภาพเป็นข้าวสารเพื่อจำหน่ายให้แก่ ผู้มีรายได้น้อย ข้าราชการทหารและครอบครัว รวมทั้งทหารกองประจำการสำหรับบริโภคในราคาถูกกว่าท้องตลาด โดยพุงราคาข้าวเปลือกให้อยู่ในระดับเป้าหมายคือ เกวียนละประมาณ 4,000 บาท จำนวน 2,709 ตัน

ค. กองทัพเรือ กระทรวงกลาโหม ได้ร่วมโครงการพุงราคาข้าวเปลือกในฤดูการผลิต ปี 2535/36 โดยขอยืมเงินหมุนเวียนปลอดดอกเบี้ย จากกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร เพื่อจะไปทำการรับซื้อข้าวเปลือก จำนวน 3,075 ตัน จากเกษตรกรรายย่อยในเขตติดต่อกับศูนย์เกษตรกรรวมทหารเรือโยทะกา ซึ่งอยู่ในบริเวณจังหวัดฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรีและปทุมธานี แล้วนำข้าวเปลือกไปทำการสีแปรสภาพที่โรงสีข้าวสารสวัสดิการทหารเรือ ซึ่งตั้งอยู่ ณ ศูนย์เกษตรกรรวมทหารเรือโยทะกา อ.บางน้ำเปรี้ยว จ.ฉะเชิงเทรา เพื่อแปรสภาพเป็นข้าวสาร หลังจากนั้นจะนำไปจำหน่ายให้แก่หน่วยทหาร ร้านค้า สวัสดิการของหน่วยต่างๆ ในกองทัพเรือ ตลอดจนข้าราชการและลูกจ้างสังกัดกองทัพเรือ

#### 3.2) ระดับภูมิภาค/ปลายทาง

สถาบันของรัฐในระดับภูมิภาค/ปลายทาง ประกอบด้วย

ก. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร(อ.ต.ก.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้เข้าร่วมแก้ปัญหาการค้าข้าวเปลือกตกต่ำ โดยการมีมาตรการในการช่วยเหลือเกษตรกรตามแผนงาน ดังนี้

- โครงการระบายข้าวเปลือกนาปี ที่ ธ.ก.ส. รับจำหน่ายในปีการผลิต 2535/36 รับซื้อ ข้าวสารนาปีได้จำนวน 402,810 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,250 ล้านบาท

- โครงการซื้อสาร ปี 2536 ได้รับซื้อข้าวสารนาปีประเภทข้าวหนึ่งหรือข้าวขาว จากโรงสีในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 44,002 ตัน คิดเป็นมูลค่า 754 ล้านบาท โดยมีเงื่อนไขให้โรงสีรับซื้อข้าวเปลือกนาปีจากเกษตรกรผู้มีทะเบียน และมีหนังสือซึ่งรับรองจากจังหวัดในปริมาณ ราคาและคุณภาพ ตามที่ อ.ต.ก. กำหนด

ทั้งนี้ ผลิตผลดังกล่าว อ.ต.ก. ได้ทำการส่งออกแก่ต่างประเทศหรือจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกภายในประเทศทั่วไป

ข. องค์การคลังสินค้า กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมโดยการรับซื้อข้าวสารคุณภาพต่ำ ชนิด 25% จากชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย ในราคาที่คำนวณจากราคาข้าวเปลือกร้อยละ 90 ของเป้าหมายนำ ทั้งนี้จะรับซื้อข้าวสารจากสต็อกเก่าที่มีอยู่ และหรือข้าวรับชำระหนี้เป็นลำดับแรก ในปี 2535/36 อ.ต.ก. ได้รับซื้อข้าวสารจาก ข.ส.ท. จำนวน 80,000 ตัน เพื่อทำการส่งออก นอกจากนี้ยังรับซื้อข้าวหอมมะลิ 800 ตัน และข้าวเจ้า 100% จำนวน 1,500 ตัน จากโรงสีเอกชนทั่วไปเพื่อจำหน่ายแก่พ่อค้าขายส่ง ขายเป็นปลีก และผู้บริโภคทั่วไป

ค. กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมโครงการแทรกแซงตลาด โดยรับซื้อข้าวสารจากผู้ส่งออกและโรงสีทั่วไป โดยดูตามสภาวะตลาดและส่งออกต่างประเทศรวมทั้งเร่งรัดการส่งออกในรูปสินเชื่อบริหารยาว 700,000 ตัน โดยเฉพาะที่ผลผลิตออกสู่ตลาด

4) โรงสี โรงสีทำหน้าที่เป็นผู้แปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเพื่อขายไปยังตลาดผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ รายได้ส่วนหนึ่งของโรงสีจึงมาจากค่าบริการในการสีข้าวในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งผลพลอยได้จากการสีข้าว เช่น รำข้าว แต่เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าผู้ประกอบการโรงสีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในหลายๆ ด้าน เช่น แปรรูปสินค้า ซื้อ ขายและขนส่งสินค้า ในที่นี้จะจำแนกโรงสีออกเป็น 3 ประเภท ตามขนาดกำลังการผลิต คือ

ประเภทที่ 1 โรงสีขนาดเล็กมีกำลังการผลิตต่ำกว่า 5 ตันข้าวเปลือก/วัน

ประเภทที่ 2 โรงสีขนาดกลางมีกำลังการผลิตตั้งแต่ 5-20 ตันข้าวเปลือก/วัน

ประเภทที่ 3 โรงสีขนาดใหญ่มีกำลังการผลิตมากกว่า 20 ตันข้าวเปลือก/วันขึ้นไป

ประเภทที่ 1 โรงสีขนาดเล็ก

โรงสีประเภทนี้จะตั้งอยู่ตามหมู่บ้านในชนบทที่เป็นแหล่งผลิตข้าวในหมู่บ้านหนึ่งๆ อาจจะมีโรงสีประเภทนี้มากกว่า 1 โรง บางหมู่บ้านอาจมีถึง 4-5 โรง ตามขนาดของหมู่บ้านและผลผลิตของข้าวเปลือกในท้องที่แถบนั้น โรงสีประเภทนี้จะสีข้าวที่เกษตรกรบริโภคเอง โดยที่เกษตรกรจะทยอยนำข้าวเปลือกมาสีที่โรงสีครั้งละไม่มากนัก (ประมาณ 2-3 กระสอบข้าวเปลือก) โรงสีขนาดเล็กนี้มักคิดค่า

บริการรับจ้างสีข้าวจากชาวนาในรูปจำ และปลายข้าวที่เป็นผลพลอยได้ของการสีข้าวที่โรงสี สามารถจำหน่ายต่อไปเป็นอาหารเลี้ยงสัตว์ โรงสีขนาดเล็ก (และขนาดกลาง) หลายโรงมีกิจการเลี้ยงหมูเป็นรายได้หลักของกิจการ

การสร้างโรงสีขนาดเล็กใช้เงินทุนไม่มากนัก เจ้าของโรงสีขนาดเล็กตามหมู่บ้าน อาจเป็นพ่อค้าเจ้าของร้านขายของชำในหมู่บ้านหรืออาจเป็นเกษตรกรฐานะดีที่ทำนาของตนเองด้วย บางรายอาจมีอาชีพเป็นพ่อค้าคนกลางรับซื้อข้าวเปลือกและพืชผลเกษตรอื่นๆ ด้วย อาจจะนำผลิตผลมาเก็บไว้ในยุ้งฉางของตน เพื่อรอจังหวะขายในช่วงที่ราคาข้าวเปลือกสูง ทั้งนี้อาจจำหน่ายให้กับโรงสีขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ในตัวอำเภอหรือจังหวัด

### ประเภทที่ 2 โรงสีขนาดกลาง

โรงสีประเภทนี้มักจะต้องอยู่ในเขตอำเภอหรือตัวจังหวัดทั่วประเทศ บทบาทที่สำคัญของโรงสีประเภทนี้คือ การให้บริการแปรรูปข้าวเปลือกมาเป็นข้าวสารเพื่อสนองการบริโภคของตลาดระดับจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง โดยการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคผ่านพ่อค้าขายปลีกในจังหวัด หรือจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภครายใหญ่ ได้แก่ ภัตตาคาร ร้านอาหารและโรงเรียน เป็นต้น

รายได้ของโรงสีขนาดกลาง ส่วนหนึ่งจะมาจากส่วนต่างของราคาข้าวเปลือกกับราคาข้าวสาร และรายได้จากการขายรำข้าวและปลายข้าวให้กับอุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์ประเภทต่างๆ (หักด้วยต้นทุนของโรงสี) รวมทั้งการเก็บกำไรในการเก็บกักข้าวเปลือกไว้ โดยซื้อข้าวเปลือกมาเก็บในยุ้งฉางหรือโกดังเพื่อนำออกมาสีเป็นข้าวสารจำหน่ายในช่วงเวลาที่ราคาขึ้นสูง ปกติโรงสีขนาดกลางจะมีโกดังเป็นสัดส่วนสำหรับการเก็บข้าวเปลือกที่จะทยอยนำมาสีต่างจากโรงสีขนาดเล็ก

### ประเภทที่ 3 โรงสีขนาดใหญ่

โรงสีขนาดใหญ่จะรับซื้อข้าวเปลือกจากพ่อค้าคนกลางและเกษตรกร แล้วนำมาสีเป็นข้าวสารจำหน่ายให้แก่พ่อค้าขายส่งหรือผู้ส่งออกเท่านั้น โดยจะไม่รับจ้างให้เกษตรกรดังเช่น โรงสีขนาดเล็กและขนาดกลาง

5) พ่อค้าส่งออก หมายถึง พ่อค้าที่มีการรวบรวมข้าวสารเพื่อการส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ ผู้ส่งออกส่วนใหญ่เป็นบริษัทจะรับซื้อข้าวสารจากโรงสี โดยผ่านนายหน้าค้าข้าว (หยง) และข้าวบางส่วนอาจมาจากโรงสีของผู้ส่งออกเองด้วย มีการรวมตัวกันเป็นรูปสมาคม ผู้ส่งออกเป็นผู้มีเงินทุนสูง สามารถรับซื้อข้าวในขณะที่ราคาต่ำและเก็บเข้าสต็อกไว้อย่างเพียงพอ เพื่อการส่งมอบในระดับปกติ ฉะนั้นอำนาจการกำหนดราคาหรือการต่อรอง จึงมีเฉพาะพ่อค้าส่งออกเท่านั้น ทั้งนี้ บริษัทส่งออกของไทยขายข้าวให้ต่างประเทศใน 3 รูปแบบ คือ

- 5.1) ขายข้าวให้ผู้ซื้อที่เป็นเอกชนในต่างประเทศ
- 5.2) ขายข้าวให้รัฐบาลของประเทศผู้ซื้อ

5.3) บริษัทส่งออกเป็นผู้จัดหาข้าวส่งในนามรัฐบาลไทย เพื่อขายให้กับรัฐบาลประเทศผู้ซื้อ

6) พ่อค้าขายส่ง เป็นผู้รับซื้อข้าวสาร ปลายข้าวและรำจากโรงสีเพื่อจำหน่ายแก่พ่อค้าขายปลีก และผู้บริโภคด้วย

ในอดีตพ่อค้าขายส่งจะมีความสำคัญมาก เนื่องจากจะเป็นผู้รวบรวมข้าวสารหรือซื้อข้าวสารจากโรงสี เข้าเก็บในสต็อก แล้วค่อยระบายข้าวเข้าสู่ตลาดเป็นช่วงๆ หรือกล่าวได้ว่า พ่อค้าขายส่งมีตลาดเป็นของตัวเอง แต่ปัจจุบันโรงสีได้เข้ามามีบทบาทแทนที่หรือทำหน้าที่ส่วนนี้มากขึ้นและคาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้จำนวนพ่อค้าขายส่งลดลง ตามลำดับเช่นกัน

พ่อค้าขายส่งอาจแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ ตามปริมาณการขาย พ่อค้าขายส่งที่ซื้อข้าวสารจากโรงสีโดยตรงหรือผ่านร้านหยง มักจะเป็นพ่อค้าขายส่งขนาดใหญ่และขนาดกลางที่มีเงินทุนมากพอที่จะซื้อข้าวสารด้วยการชำระเงินสดได้ ทั้งนี้ เมื่อโรงสีส่งข้าวสารมาถึงโกดังของพ่อค้าขายส่ง โรงสีจะเรียกเก็บเงินจากพ่อค้าขายส่งทันที พ่อค้าขายส่งแต่ละรายจะไม่ซื้อทั้งจากโรงสีหรือร้านหยง รายหนึ่งรายใดเป็นประจำ แต่จะซื้อข้าว โดยพิจารณาจากชนิด คุณภาพและราคาเป็นสำคัญ ส่วนพ่อค้าขายส่งที่มีเงินทุนไม่มากนัก หรืออาจเรียกว่าพ่อค้าขายส่งขนาดเล็กก็จะซื้อข้าวสารจากพ่อค้าขายส่งขนาดใหญ่อีกทอดหนึ่ง

พ่อค้าขายส่งขนาดกลางและขนาดใหญ่มักจะเป็นผู้ขายข้าวสารให้แก่ พ่อค้าขายส่งข้าวสารทางภาคใต้และโรงงานทำแป้งในกรุงเทพฯ หรือจังหวัดใกล้เคียงเป็นปริมาณมาก (โรงงานเหล่านี้มักใช้ข้าวคุณภาพปานกลาง) และขายให้แก่พ่อค้าขายส่งขนาดเล็กที่มีปริมาณการสั่งซื้อคราวละไม่มากนัก พ่อค้าขายส่งขนาดใหญ่มักจะไม่ขายข้าวสารให้แก่ผู้บริโภคทั่วไป แต่บางครั้งพ่อค้าขายส่งขนาดกลางและขนาดเล็กอาจจะขายให้แก่ผู้บริโภครายใหญ่โดยตรง ถ้าเปรียบเทียบในด้านเงินทุนแล้ว พ่อค้าขายส่งรายใหญ่จะได้เปรียบพ่อค้าขายส่งขนาดกลาง เนื่องจากสามารถให้เครดิตแก่ลูกค้าที่ซื้อเป็นปริมาณมากได้

### 2.1.3 วิถีการตลาดข้าว

ในการสำรวจตลาดข้าวพบว่า ในปี 2535/36 การซื้อขายผลผลิตจากการเกษตรกรรมผ่านมือพ่อค้าระดับต่างๆ โดยมีวิถีการตลาดจำแนกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

#### 1) วิถีการตลาดข้าวเปลือก

ปริมาณผลผลิตข้าวเพื่อการจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 100 เกษตรกรผู้ปลูกข้าวจะจำหน่ายผลผลิตให้แก่พ่อค้าท้องถิ่นมากที่สุด เท่ากับร้อยละ 55.91 รองลงไปได้แก่ โรงสีพ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า สถาบันของรัฐฯและสถาบันเกษตรกรร้อยละ 18.97 , 18.83 , 3.95 และ 2.34 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 2.1)

พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้ารวบรวมข้าวเปลือกจากเกษตรกรโดยตรง หรือบางส่วนจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยแล้วนำส่งให้แก่โรงสีร้อยละ 12.29 และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นร้อยละ 6.54

สถาบันเกษตรกรรวบรวมข้าวเปลือกจากเกษตรกรโดยตรง แล้วนำส่งโรงสีและสถาบันของรัฐ ร้อยละ 1.89 และ 0.45 ตามลำดับ

สถาบันของรัฐรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร แล้วนำส่งโรงสีร้อยละ 4.40 ตามลำดับ

## 2) วิถีการตลาดข้าวสาร

หลังจากโรงสีแปรสภาพข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร ซึ่งทั้งหมดมีประมาณร้อยละ 100 แล้วโรงสีจะจำหน่ายข้าวสารผ่านหียงมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 65.59 รองลงไปจะนำส่งหรือจำหน่ายให้แก่สถาบันของรัฐ พ่อค้าส่งออก พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีกและผู้บริโภค ร้อยละ 13.60 , 9.60 , 9.36 , 1.43 และ 0.40 ตามลำดับ

หียง รวบรวมข้าวสารจากโรงสีโดยตรง แล้วทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้แก่ พ่อค้าส่งออกและพ่อค้าขายส่ง

สำหรับปริมาณข้าวสารที่ผ่านนายหน้า (หียง) นั้น เป็นข้าวสารที่ติดต่อจำหน่ายไปยังพ่อค้าขายส่งร้อยละ 40.62 จำหน่ายไปยังพ่อค้าส่งออกร้อยละ 24.97

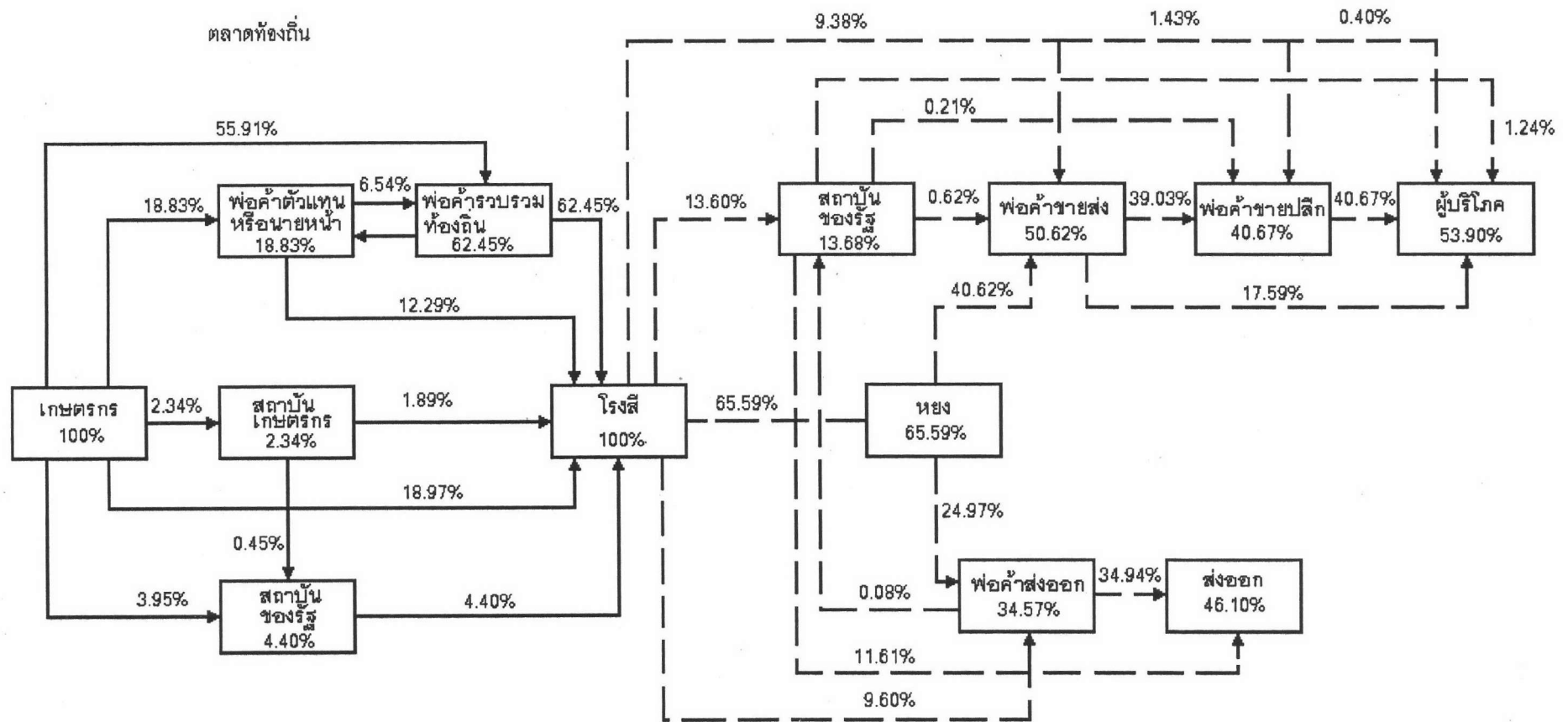
สถาบันของรัฐ รวบรวมข้าวสารจากโรงสีและพ่อค้าส่งออกแล้ว จะทำการส่งออกแก่ต่างประเทศมากที่สุด เท่ากับร้อยละ 11.61 รองลงไปจำหน่ายให้แก่ ผู้บริโภค พ่อค้าขายส่งและพ่อค้าขายปลีกร้อยละ 1.24 , 0.62 และ 0.21 ตามลำดับ

พ่อค้าส่งออก หลังจากรวบรวมข้าวสารจากหียงและโรงสีแล้ว จะทำการส่งออกแก่ต่างประเทศทั้งหมดร้อยละ 34.49

พ่อค้าขายส่ง เมื่อรวบรวมข้าวสารจากโรงสี (ทั้งโดยตรงและผ่านหียง) และสถาบันของรัฐ แล้วจำหน่ายให้แก่ พ่อค้าขายปลีกและผู้บริโภคร้อยละ 39.03 และ 1.59 ตามลำดับ

พ่อค้าขายปลีกจะซื้อข้าวผ่านพ่อค้าขายส่ง หียง โรงสี สถาบันของรัฐ แล้วจะจำหน่ายปริมาณทั้งหมดแก่ผู้บริโภคคือ เท่ากับร้อยละ 42.69

ตลาดภูมิภาคปลายทาง



แผนภาพที่ 2.1 แสดงวิธีการตลาดข้าว ปี 2535/36 (ข้อมูลเบื้องต้น)

หมายเหตุ : ————— วิธีการตลาดข้าวเปลือก

----- วิธีการตลาดข้าวสาร



## 2.2 การตลาดข้าวโพด

### 2.2.1 ลักษณะการซื้อและการจำหน่ายทั่วไป

การซื้อและการจำหน่ายข้าวโพดจะเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - มิถุนายน ของทุกปี เกษตรกรจะขายผลผลิตมากที่สุดในเดือนพฤศจิกายนและกันยายนคือ ขายถึงร้อยละ 23.61 และ 18.09 ตามลำดับ เนื่องจากผลผลิตจะออกมามากในช่วงเวลาดังกล่าวและขายน้อยที่สุดในเดือนมีนาคม เท่ากับร้อยละ 0.40

### 2.2.2 ประเภทของพ่อค้าคนกลาง

หลังจากชาวไร่ข้าวโพดได้เก็บเกี่ยวและรวบรวม ผลผลิตข้าวโพดที่ผลิตขึ้นไว้ในยุ้งฉาง ทั้งที่อยู่ในไร่นาและบ้านเรือนเรียบร้อยแล้ว ขบวนการตลาดจะได้เริ่มขึ้น พ่อค้าระดับต่างๆจะทำหน้าที่การตลาดเพื่อนำผลผลิตเหล่านี้ไปสู่ปลายทาง พ่อค้าคนกลางทำหน้าที่ในการซื้อขายและให้บริการต่างๆที่จำแนกได้ ดังนี้

1) **พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น** หมายถึง พ่อค้าคนกลางที่มีแหล่งที่ตั้งร้านค้าอยู่ในหมู่บ้าน ตำบล หรืออำเภอ จะซื้อขายพืชไร่ที่ผลิตได้ในแหล่งนั้นเป็นหลัก เช่น ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ฝ้ายและถั่วชนิดต่างๆ ฯลฯ บางรายยังประกอบธุรกิจการค้าอื่นด้วย เมื่อซื้อขายข้าวโพดแล้วจะเก็บไว้ที่บ้านและเก็บไว้ในระยะสั้น เนื่องจากไม่มีสถานที่เก็บ เมื่อมีปริมาณมากพอสมควรแล้วก็จะส่งต่อไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นส่งไปให้แก่โรงงานแปรรูป พ่อค้ากรุงเทพฯ (หยง) พ่อค้า อ.ท่าเรือ จ.อยุธยา และสถาบันของรัฐ แต่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นบางรายอาจจะเข้ามารับซื้อถึงที่

2) **พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น** หมายถึง พ่อค้าที่มีแหล่งที่ตั้งร้านค้าอยู่ในอำเภอ หรือจังหวัด รับซื้อข้าวโพดจากเกษตรกร พ่อค้ารวบรวมและสถาบันของรัฐในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง โดยมีสถานที่ดำเนินการที่แน่นอนมีทุนดำเนินการมากพอสมควรจึงมีปริมาณการซื้อขายมาก พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นส่วนใหญ่จะมีโกดังโรงสีลานตาก และรถยนต์เป็นของตนเองบางรายจะมีไซโลด้วย พ่อค้าประเภทนี้ยังมีการซื้อ ผลผลิตการเกษตรชนิดอื่นๆ อีกด้วยตามฤดูกาล ในการซื้อไม่มีการแบ่งชั้นคุณภาพที่เป็นลักษณะ แต่การขายผลผลิตจะขายตามชั้นคุณภาพ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตลาด เนื่องจากเป็นผู้ให้บริการข่าวสารการตลาดแก่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้าและเกษตรกร รวมทั้งบางรายให้สินเชื่อแก่เกษตรกรอาจให้นายหน้าไปปล่อยเงินกู้แทนก็ได้ ซึ่งเรียกว่า "ลูกไร่" ในรูปเงินสด เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เครื่องอุปโภคและบริโภคต่างๆ นอกจากนี้หลายรายยังมีบริการนำเครื่องสีข้าวโพดเข้าไปบริการสีถึงไร่ให้เกษตรกรโดยคิดเป็นค่าจ้างถึงละ 0.10 บาท

3) พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า หมายถึงพ่อค้าที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางจัดการซื้อขายระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย แต่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าในการค้าข้าวโพด แบ่งพ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้าออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

3.1) นายหน้าระดับท้องถิ่น หมายถึง เกษตรกรหรือพ่อค้าที่มีภูมิลำเนาในท้องถิ่น ทำหน้าที่เป็นคนกลางซื้อขายและรวบรวมข้าวโพดระหว่างเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โดยรับค่าตอบแทนกิโลกรัมละ 0.10 - 0.20 บาท

3.2) พ่อค้าตัวแทนหรือสาขาจัดซื้อตลาดปลายทางได้แก่ พ่อค้า อ.ท่าเรือ ผู้ส่งออกและโรงงานแปรรูป เป็นหน่วยงานหนึ่งของตลาดปลายทางที่ออกไปรับซื้อสินค้าในแหล่งผลิตแล้วทยอยเข้ามาเก็บรักษา พ่อค้าตัวแทนในรายที่มีไซโลจะปรับปรุงคุณภาพด้วย ตัวแทนหรือสาขาจะทำงานตามที่สำนักงานใหญ่สั่งการ ซึ่งสำนักงานใหญ่ส่วนมากอยู่ในกรุงเทพฯ และอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา การซื้อส่วนมากจะซื้อจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นเกษตรกรและสถาบันของรัฐ พ่อค้าตัวแทนจะได้รับค่าตอบแทนเฉลี่ยตันละ 14 บาท

3.3) หยาง คือ ผู้ทำหน้าที่ติดต่อซื้อข้าวโพดจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและสถาบันของรัฐให้แก่พ่อค้าส่งออกตามต้องการ ส่วนใหญ่เป็นการติดต่อขายมากกว่าการติดต่อซื้อเป็นการทำหน้าที่ตัวแทนตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การดำเนินงานของหยางเสมือนการดำเนินงานของผู้ซื้อที่ได้สั่งการกับหยาง หยางจะไม่มีสิทธิในสินค้าซึ่งต่างจากพ่อค้าทั่วไป อีกทั้งมิได้มีส่วนได้เสียในการเปลี่ยนแปลงของราคา เนื่องจากรับค่าบริการ (Commission) เป็นการตอบแทนตามร้อยละของมูลค่าหรือตามปริมาณสินค้า นอกจากนี้ยังมีรายได้จากค่ารับซื้อช่วงลดต้นทุนต่างๆ เพราะตามปกติหยางจะบริหารจัดการด้านการเงินให้ด้วย ทั้งนี้พ่อค้ากรุงเทพฯ (หยาง) บางรายอาจทำหน้าที่เป็นพ่อค้าส่งออกด้วย

ปัจจุบันในกรุงเทพฯ มีหยางประมาณ 50 - 60 ราย มีสำนักงานอยู่แถวถนนทรงวาด ส่วนใหญ่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะจัดส่งให้แก่พ่อค้าส่งออกโดยตรงทั้งนี้หยางจะได้รับผลตอบแทนร้อยละ 1

#### 4) สถาบันเกษตรกร

4.1) สหกรณ์การเกษตร และสหกรณ์นิคม มีที่ทำการตั้งอยู่ในแต่ละจังหวัด สหกรณ์จะรวบรวมรับซื้อข้าวโพดจากเกษตรกรทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก โดยให้ความสำคัญกับสมาชิกก่อน บางครั้งสหกรณ์ยังได้ผลผลิตไม่ครบตามจำนวนก็จะรับซื้อข้าวโพดจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นด้วย

#### 5) สถาบันของรัฐ

5.1) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) ซึ่งเป็นสาขาตั้งอยู่ในแต่ละจังหวัด ธกส. จะช่วยเป็นแกนกลางในการจัดหาตลาดให้เกษตรกรผู้กู้เงินตามโครงการส่งเสริมการปลูกข้าวโพดเป็นระบบครบวงจร และช่วยติดต่อประสานงานหารถบรรทุกขนผลผลิตข้าวโพดส่งพ่อค้าในท้องถิ่นหรือส่ง

พ่อค้าอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา โดย ธกส. ไม่ได้คิดค่าตอบแทนและ ธกส. จะคืนเงินที่เหลือจากการหักหนี้สินให้แก่เกษตรกร

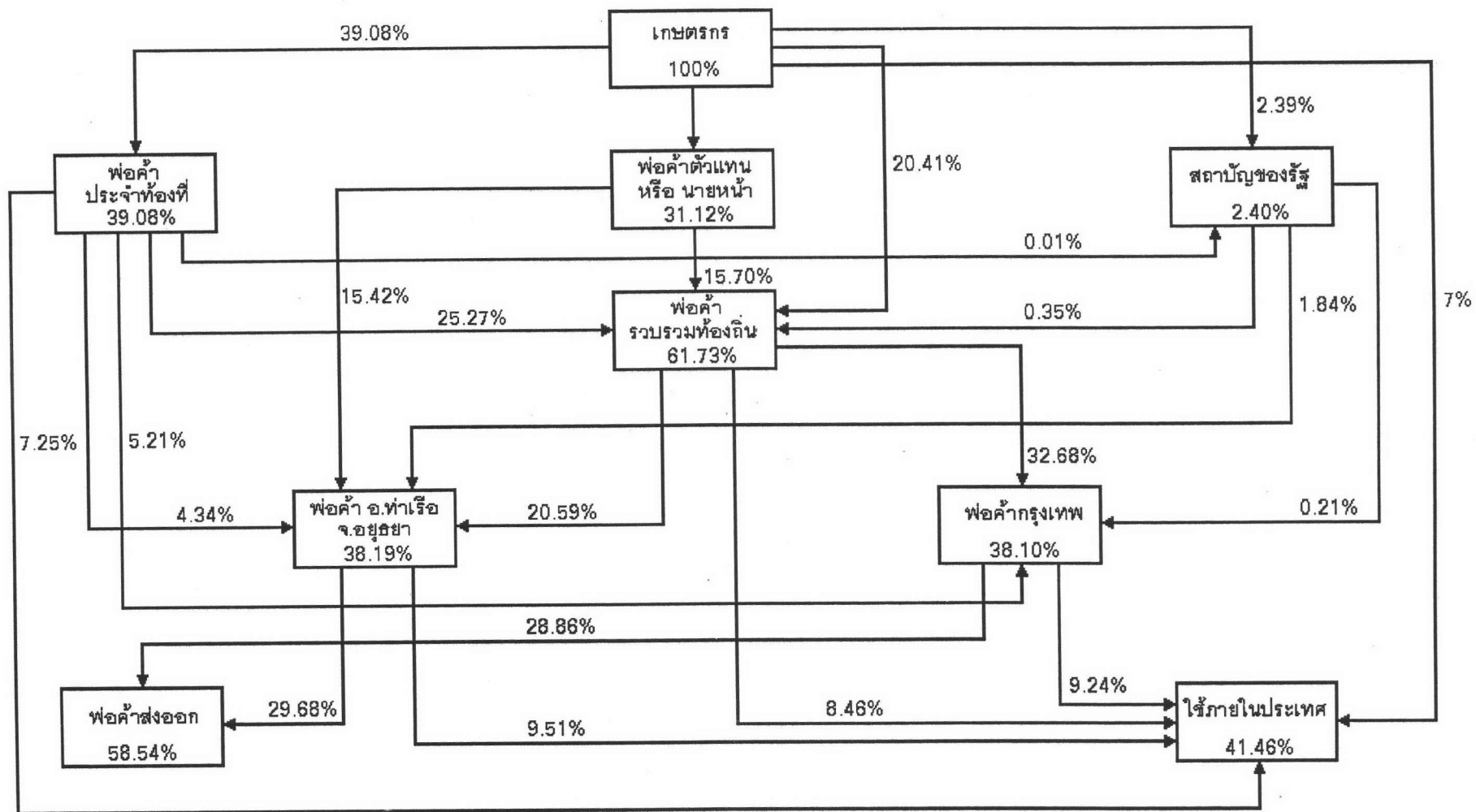
5.2) องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้เคยเข้ารับซื้อข้าวโพดพุงราคาตามนโยบายของรัฐบาล และมีการจัดหาอุปกรณ์การตลาด การเก็บรักษาเป็นของตนเอง เช่น ไซโลที่อำเภอตากฟ้า จังหวัดนครสวรรค์ และไซโลที่ตำบลโคกตูม อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เป็นต้น ปกติจะไม่ได้ทำการรับซื้อข้าวโพดเป็นการประจำทุกปีเหมือนพ่อค้าทั่วไป เพราะชาวไร่ข้าวโพด ส่วนใหญ่มีความผูกพันในการจำหน่ายกับพ่อค้าประจำที่ติดพันด้วยเรื่องหนี้สิน บทบาทด้านการตลาดข้าวโพดของ อตก. จึงเกือบจะไม่มีผลกระทบต่อพ่อค้าเอกชนแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามบางปีแม้จะไม่มีนโยบายรับซื้อเพื่อพุงราคา อตก. ก็มีการซื้อข้าวโพดจากเกษตรกรโดยตรงเพื่อรวบรวมส่งต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายแบบแลกเปลี่ยนสินค้าต่อสินค้า เช่น กรีนการแลกปุ๋ยกับสหภาพโซเวียต แต่ในปี 2530/31 ราคาข้าวโพดอยู่ในระดับสูงอยู่แล้ว รัฐจึงมิได้มีนโยบายในการพุงราคา อตก. ได้รับซื้อข้าวโพดจากเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตร จำนวนน้อยเพียงร้อยละ 0.1 ของผลผลิตทั้งหมด และขายให้แก่พ่อค้า อำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยาและพ่อค้าส่งออก

6) พ่อค้าส่งออก คือ ผู้ส่งออกจดทะเบียนที่ซื้อข้าวโพดจากพ่อค้าผู้รวบรวมระดับต่างๆ โดยผ่านหยงประมาณร้อยละ 90 แล้วเก็บรักษาไว้ในไซโล หรือโกดังเก็บสินค้าธรรมดาเพื่อส่งออกปริมาณ จึงค่อนข้างมากการอบลดความชื้นและการรมยาฆ่าแมลงต้องอาศัยบริการของไซโล ฉะนั้นผู้ส่งออกที่มีไซโลเองจะได้เปรียบผู้ที่มีแต่โกดังเก็บธรรมดา เนื่องจากขาดอุปกรณ์รักษาและปรับปรุงคุณภาพ

7) โรงงานแปรรูป เป็นผู้ซื้อข้าวโพดจากพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่หรือไซโลผ่านหยง เพื่อมาเก็บรักษาไว้ใช้เป็นวัตถุดิบแปรรูปต่างๆ ปัจจุบันใช้แปรรูปเป็นอาหารสัตว์ร้อยละ 98 โดยผสมวัตถุดิบอย่างอื่น และใช้ในการแปรรูปเป็นแป้งข้าวโพดและข้าวโพดบดร้อยละ 2 โรงงานอาหารสัตว์จะเลือกซื้อเฉพาะข้าวโพดคุณภาพดีเพื่อเก็บรักษาได้นาน ต้นทุนเก็บรักษาต่ำเพื่อป้องกันการขาดแคลนผลผลิตหรือผลผลิตมีราคาสูงขึ้นมากตอนปลายฤดูหลังการเก็บเกี่ยวแล้ว โรงงานอาหารสัตว์จะพยายามซื้อข้าวโพดตอนต้นฤดูให้เพียงพอแก่การใช้ตลอดฤดูจนถึงช่วงที่ผลผลิตฤดูใหม่ออกตลาด

### 2.2.3 วิธีการตลาด

จากการศึกษาพบว่าในปี 2530/31 เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดจะขายผลผลิตให้แก่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมากที่สุด คือร้อยละ 39.08 รองลงไปจะขายให้แก่พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และสถาบันของรัฐร้อยละ 31.12 , 15.70 และ 2.39 ตามลำดับ นอกจากนั้นเป็นการใช้ภายในประเทศได้แก่เลี้ยงสัตว์ และทำพันธุ์ร้อยละ 7.00 ( แผนภาพที่ 2.2 )



แผนภาพที่ 2.2 แสดงวิธีการตลาดข้าวโพด ปี 2530/81

พ่อค้ารวบรวมทองที่ รวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกรโดยตรงแล้วจำหน่ายให้แก่พ่อค้ารวบรวมถิน โรงงานแปรรูป พ่อค้ากรุงเทพฯ (หยง) พ่อค้าอำเภอท่าเรือ และสถาบันของรัฐร้อยละ 25.27 , 7.25 , 5.21 , 1.34 และ 0.01 ตามลำดับ

พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร แล้วส่งให้แก่พ่อค้าทองถินและพ่อค้าอำเภอท่าเรือร้อยละ 15.70 และ 15.42 ตามลำดับ

สถาบันของรัฐ รวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมทองที่แล้วส่งขายให้แก่ พ่อค้าอำเภอท่าเรือ พ่อค้ากรุงเทพฯ และพ่อค้าทองถินร้อยละ 1.84 , 0.21 และ 0.35 ตามลำดับ

พ่อค้ารวบรวมทองถิน รวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกร พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า พ่อค้ารวบรวมทองที่และสถาบันของรัฐ แล้วส่งไปขายให้แก่พ่อค้าอำเภอท่าเรือ พ่อค้ากรุงเทพฯและโรงงานแปรรูป ร้อยละ 20.59 , 32.68 และ 8.46 ตามลำดับ

พ่อค้าอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา รับซื้อข้าวโพดจากพ่อค้ารวบรวมทองที่ พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า พ่อค้ารวบรวมทองถินและสถาบันของรัฐแล้วจำหน่ายให้แก่โรงงานแปรรูปร้อยละ 9.51 นอกจากนั้นทำหน้าที่เป็นพ่อค้าส่งออกส่งจำหน่ายแก่ต่างประเทศร้อยละ 29.68

ส่วนพ่อค้ากรุงเทพฯ หรือหยงเมื่อรวบรวมข้าวโพดจากพ่อค้ารวบรวมทองถิน พ่อค้ารวบรวมทองที่และสถาบันของรัฐ แล้วจะส่งเข้าโรงงานแปรรูปร้อยละ 9.24 ที่เหลือส่งให้แก่พ่อค้าส่งออก ร้อยละ 28.86

#### 2.2.4 วิธีการปฏิบัติของตลาดในการค้าข้าวโพด

1) สถานที่และวิธีการซื้อขาย การรับซื้อข้าวโพดตามปกติพ่อค้ารวบรวมทองที่ พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้าและพ่อค้ารวบรวมทองถินจะรับซื้อข้าวโพดทั้งจากไร่และสำนักงาน พ่อค้ารวบรวมทองถินจะรับซื้อจากเกษตรกรจากไร่ร้อยละน้อยมากส่วนใหญ่จะรับซื้อทั้งจากพ่อค้าและเกษตรกรที่สำนักงาน ส่วนสถาบันของรัฐ พ่อค้าตัวแทน หยง และพ่อค้าส่งออกจะรับซื้อผลผลิตที่สำนักงานในการจัดซื้อ พ่อค้ารวบรวมทองที่และทองถินจะบริการสีข้าวโพดให้แก่เกษตรกรโดยคิดค่าสีกระสอบละ 10 บาท และจัดหากระสอบมาบรรจุผลผลิตให้ด้วย

ในด้านการขายข้าวโพดที่พ่อค้ารวบรวมไว้นั้น พ่อค้ารวบรวมทองที่ จะขายทั้งที่ต้นทางหรือสำนักงานและปลายทาง พ่อค้ารวบรวมทองถินจะขายข้าวโพดต้นทางเพียงเล็กน้อยส่วนใหญ่จะขายปลายทาง แสดงว่าพ่อค้ารวบรวมทองถินจะใกล้ชิดกับพ่อค้าตัวแทน หยงและพ่อค้าส่งออกมาก ส่วนพ่อค้า นายหน้า หยง และพ่อค้าส่งออกในการขายจะขายเฉพาะที่ต้นทางเท่านั้นผู้ซื้อจะขนส่งสินค้าไปเอง สำหรับสถาบันของรัฐมีทั้งขายที่สำนักงานและตลาดปลายทาง

2) การกำหนดราคาซื้อขายข้าวโพด เดิมผู้ส่งออกเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดราคาข้าวโพดในประเทศเพียงฝ่ายเดียว เนื่องจากข้าวโพดเป็นพืชที่ผลิตเพื่อการส่งออกมากกว่าใช้ในประเทศแต่ในปี 2530/31 โรงงานอาหารสัตว์มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาภายในประเทศมากขึ้นเนื่องจากผลิตผลภายในประเทศมีน้อยลง โรงงานอาหารสัตว์จึงกว้านซื้อจากนายหน้าหรือตัวแทนในตลาดกลางที่สำคัญ และจากพ่อค้าส่งออกโดยตรงมากกว่าจะซื้อจากเกษตรกรโดยตรงส่งผลกระทบต่อราคาที่เกษตรกรได้รับทางอ้อมด้วย เนื่องจากราคาที่เกษตรกรได้รับส่วนมากเป็นราคาที่พ่อค้าในท้องถิ่นเป็นผู้กำหนดโดยดูราคาขายส่งในกรุงเทพฯ เป็นเกณฑ์

3) การขนส่ง การขนส่งจากเกษตรกรมายังพ่อค้าในแหล่งที่ห่างไกลถ้าพื้นที่ปลูกอยู่ตามภูเขาหรือบนเนินเขาเข้าไม่ได้ต้องใช้รถแทรกเตอร์ขนข้าวโพดจากไร่ออกมาสู่ตลาดท้องถิ่น ถ้าไร่อยู่ไม่ห่างไกลจะใช้รถบรรทุก 4 ล้อลำเลียงออกสู่ตลาดโดยใส่กระสอบ ๆ ละประมาณ 100 กิโลกรัมทั้งฝักหรือ 50 กิโลกรัมที่เป็นเมล็ดเกษตรกรบางรายหลังจากหักฝักและเปลือกแล้วใส่เข่งขนาดบรรจุประมาณ 15 กิโลกรัมใช้หาบทยอยขนเก็บในยุ้งถ้าพื้นที่เป็นที่ราบก็ใช้เกวียนหรือ "เลื่อน" ใช้แรงคนหรือควายลาก ส่วนบางรายจะใส่กระสอบแล้วใช้ควายลากหรือบรรทุกขึ้นหลังช้างหรือหลังม้า

ส่วนการขนส่งของพ่อค้ารวบรวมที่พ่อค้านายหน้าและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นในการนำข้าวโพดออกไปขายตลาดกลางนั้นรถยนต์บรรทุกมีทั้ง 6 ล้อ 10 ล้อ และ 18 ล้อ ค่าใช้จ่ายในการขนขึ้น พ่อค้ารวบรวมเป็นผู้จ่ายและในการขนส่งไซโลที่รับซื้อจะเป็นผู้จ่ายเอง นอกจากขนส่งทางรถยนต์แล้วพ่อค้ารวบรวมยังสามารถขนส่งทางรถไฟได้อีกทางหนึ่งด้วย แต่ไม่เป็นที่นิยมเพราะจะต้องติดต่อล่วงหน้าและขนส่งสินค้าหลายช่วง ทำให้สูญเสียน้ำหนัก

การขนส่งจากไซโลผู้ส่งออก ณ ตลาดกลางข้าวโพดต่างๆ มายังกรุงเทพฯ เพื่อทำการส่งออกต่อไป ตามปกติจะขนโดยรถยนต์บรรทุก 10 ล้อ แต่จากตลาดกลางอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา จะขนส่งทางเรือ เพราะประหยัดค่าขนส่งกว่าทางบก

#### 2.2.5 ความเคลื่อนไหวของราคาข้าวโพด

จากตารางที่ 2.1 และรูปภาพที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าราคาทั้ง 4 ชนิดคือราคาที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่ง ราคาส่งออก F.O.B. และราคาตลาดชิคาโกเคลื่อนไหวขึ้นลงไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุด มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 70 - 80 ซึ่งสูงกว่าผู้ส่งออกรายอื่นๆ อยู่มาก จึงมีอิทธิพลในการเป็นผู้นำราคา (Price Leader) มีศูนย์การค้าอยู่ที่ชิคาโก ฉะนั้นผู้ส่งออกรายย่อยๆ รวมทั้งไทยจึงจำหน่ายโดยยึดราคาตลาดชิคาโกเป็นหลัก

แต่ราคาขายส่งและราคาส่งออก F.O.B. ข้าวโพดในประเทศจะสูงกว่าราคาข้าวโพดในตลาดชิคาโก เป็นประจำทั้งนี้เนื่องจากการขยายตัวในการเลี้ยงสัตว์ภายในประเทศมีมากขึ้น เนื่องจากความต้องการเนื้อสัตว์ของต่างประเทศ ซึ่งนำเข้าจากไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้น

#### 1) ความเคลื่อนไหวของราคาข้าวโพดในตลาดชิคาโก

ในปี 2530 ราคาในตลาดชิคาโกเท่ากับกิโลกรัมละ 1.74 บาท ลดลงจากกิโลกรัมละ 2.10 บาท ในปี 2529 ร้อยละ 17.14 เนื่องจากสหรัฐฯได้ให้เงินอุดหนุนการส่งออก ตามพระราชบัญญัติการเกษตร และค่าของเงินดอลลาร์อ่อนตัวลง สำหรับราคาในตลาดชิคาโกในช่วง 2521 - 2530 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในอัตราเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 0.54

#### 2) ความเคลื่อนไหวของราคาข้าวโพดภายในประเทศ

ตามปกติราคาภายในประเทศจะเคลื่อนไหวขึ้นอยู่กับราคาข้าวโพดส่งออกซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามราคาซื้อขายข้าวโพดล่วงหน้าในตลาดชิคาโก แต่บางครั้งในตลาดภายในมีพ่อค้าผู้เก็งกำไรว่าราคาในอนาคตอาจสูงขึ้น จึงกักตุนข้าวโพดไว้ซึ่งจะเป็นช่วงที่มีความต้องการข้าวโพดเพื่อส่งออกสูง พ่อค้าคนกลางจะกว้านซื้อข้าวโพดมากักตุนไว้ เพื่อขายต่อให้ผู้ส่งออก การกักตุนข้าวโพดเก็งกำไรดังกล่าวเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นประจำในวงการข้าวโพดไทย เป็นเหตุให้ผู้ส่งออกประสบปัญหาในการรวบรวมข้าวโพดเพื่อส่งออก

##### 2.1) ราคาที่เกษตรกรได้รับ

ในปี 2530 ราคาที่เกษตรกรขายได้กิโลกรัมละ 2.27 บาท เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 1.63 บาท ในปี 2529 ร้อยละ 39.26 เนื่องจากในปี 2530 ญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยลดภาษีนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากไทย จากปริมาณร้อยละ 14 เหลือร้อยละ 12 และให้นำเข้าอย่างไม่จำกัดจำนวน ทำให้ปริมาณการใช้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ขยายตัวมากขึ้น ประกอบกับผลผลิตข้าวโพดในฤดูการผลิต 2530/31 มีปริมาณลดลงมาก เนื่องจากเกิดภาวะแห้งแล้งอย่างรุนแรงช่วงกลางปี 2530 (ตารางที่ 2.1 รูปภาพที่ 2.1)

ในช่วงปี 2521 - 2530 ราคาข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับมีแนวโน้มสูงขึ้นร้อยละ 0.22 เนื่องจากอุตสาหกรรมเลี้ยงสัตว์เฟื่องฟูขึ้น ทำให้ความต้องการข้าวโพดเพื่อใช้ผสมเป็นอาหารสัตว์มากขึ้นเป็นเงาตามตัว

##### 2.2) ราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ

ราคาขายส่งข้าวโพดในปี 2530 กิโลกรัมละ 2.39 บาท เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 2.13 บาท ในปี 2529 ร้อยละ 12.21 เนื่องจากมีข่าวว่าการเพาะปลูกในสาธารณรัฐประชาชนจีนประสบความแห้งแล้งอย่างรุนแรง สาธารณรัฐประชาชนจีนอาจนำเข้าข้าวโพดเพิ่มขึ้นทำให้ผู้ส่งออกซื้อขายข้าวโพดล่วงหน้ากันมากขึ้น ส่วนราคาจากปี 2521 - 2530 มีอัตราเพิ่มเฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.45

### 2.3) ราคาส่งออก F.O.B.

ในปี 2530 ราคาข้าวโพดส่งออก F.O.B. กิโลกรัมละ 2.63 บาท เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 2.34 บาท ในปี 2529 ร้อยละ 12.39 เนื่องจากผลผลิตข้าวโพดในปี 2530/31 ลดลงอย่างมากเพราะเกิดภาวะแห้งแล้งและฝนทิ้งช่วงติดต่อกันเป็นระยะเวลานานในระยะกลางปี 2530 ประกอบกับโรงงานอาหารสัตว์สั่งซื้อข้าวโพดเก็บสต็อกปริมาณสูงขึ้นในช่วงปี 2521 - 2530 ราคาลดลงอัตราร้อยละ 0.28 (ตามตารางที่ 2.1)

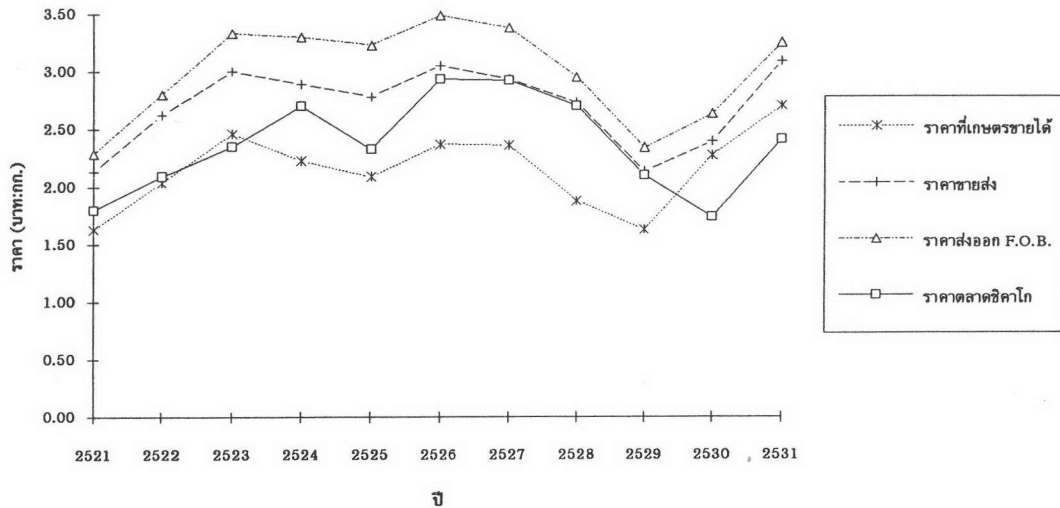
ตารางที่ 2.1 แสดงราคาข้าวโพดที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่ง ราคาส่งออกและราคาตลาดชิคาโก  
(บาท : กก.)

ปี	ราคาเกษตรกรขายได้ <sup>1/</sup>	ราคาขายส่ง <sup>2/</sup>	ราคาส่งออก F.O.B. <sup>3/</sup>	ราคาตลาดชิคาโก <sup>4/</sup>
2521	1.63	2.13	2.29	1.80
2522	2.04	2.62	2.80	2.09
2523	2.46	3.00	3.33	2.35
2524	2.23	2.89	3.30	2.70
2525	2.09	2.78	3.23	2.33
2526	2.37	3.05	3.49	2.93
2527	2.36	2.93	3.38	2.92
2528	1.88	2.73	2.95	2.70
2529	1.63	2.13	2.34	2.10
2530	2.27	2.39	2.63	1.74
อัตราเพิ่มเฉลี่ย	0.22	-0.45	-0.28	0.54
2531 <sup>5/</sup>	2.70	3.09	3.25	2.41

- ที่มา
- 1/ ศูนย์สถิติการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
  - 2/ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
  - 3/ สหภาพการค้าแห่งประเทศไทย
  - 4/ ข้าวรอยเตอร์
  - 5/ มกราคม - กันยายน



รูปภาพที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของราคาข้าวโพดที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ และราคาส่งออก F.O.B.



## 2.3 การตลาดถั่วเหลือง

### 2.3.1 สภาพทั่วไปของตลาด

ตลาดรับซื้อถั่วเหลือง สามารถแยกออกเป็นประเภทสำคัญได้คือ พ่อค้าในท้องที่ พ่อค้าในท้องถิ่นและหรือกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร ที่ประจำในท้องถิ่น พ่อค้ากรุงเทพฯ โรงงานสกัดน้ำมัน ซึ่งพ่อค้าคนกลางดังกล่าวนี้ มีสภาพทั่วไป ดังนี้

#### 1) ประเภทธุรกิจและลักษณะของธุรกิจ

พ่อค้าท้องที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะส่วนตัว โดยทำการรับซื้อพืชไร่ทุกชนิด ร้อยละ 70 รับซื้อเฉพาะถั่วเหลืองและร้อยละ 30 รับซื้อพืชไร่อื่นๆ เช่น ข้าว ถั่วเขียว ฝ้ายและถั่วลิสง เป็นต้น พ่อค้าในท้องถิ่น ร้อยละ 70 ดำเนินธุรกิจในลักษณะห้างหุ้นส่วน จำกัด และร้อยละ 30 ดำเนินธุรกิจในรูปส่วนตัว โดยทำการรับซื้อพืชไร่ร้อยละ 80 ขณะเดียวกันก็ขายปุ๋ยเคมี ยาจำกัดแมลงศัตรูพืชและยาปราบวัชพืช คิดเป็นร้อยละ 20 ในการรับซื้อพืชไร่ของพ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 48 เป็นถั่วเหลือง และร้อยละ 32 เป็นพืชไร่อื่นๆ สำหรับกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร ก็ดำเนินการรับซื้อพืชไร่และขายปัจจัยการผลิตในขณะเดียวกัน ทั้งนี้ รับซื้อถั่วเหลือง คิดเป็นร้อยละ 60 และร้อยละ 40 รับซื้อพืชไร่อื่นๆ

## 2) พ่อค้ากรุงเทพฯ

การดำเนินธุรกิจรับซื้อถั่วเหลืองและพืชไร่อื่น โดยทำหน้าที่พ่อค้าขายส่งส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งทำหน้าที่เป็นนายให้กับพ่อค้าในท้องถิ่น เพื่อรวบรวมถั่วเหลืองขายให้โรงงานสกัดน้ำมันและโรงงานแปรรูปอื่นในกรุงเทพฯ

## 3) โรงงานแปรรูปถั่วเหลือง

โรงงานแปรรูปถั่วเหลืองในที่นี้ หมายถึง โรงงานที่ใช้ถั่วเหลืองเป็นวัตถุดิบเพื่อแปรรูปเป็นเต้าเจี้ยว ซีอิ๊ว น้ำมันถั่วเหลือง เต้าหู้ ฟองเส้นเต้าหู้ ไม่ครอบคลุมถึงโรงงานสกัดน้ำมัน และเป็นการประกอบการธุรกิจในรูปแบบบริษัท จำกัด และห้างหุ้นส่วน จำกัด ระยะเวลาดำเนินธุรกิจประมาณ 25 - 30 ปี

### 2.3.2 พฤติกรรมกาวตลาด

#### 1) การกำหนดราคา

ราคารับซื้อและราคาขายถั่วเหลืองของพ่อค้าคนกลางถูกกำหนดโดยโรงงานสกัดน้ำมันในกรุงเทพฯ ซึ่งทางโรงงานสกัดฯ พิจารณาจากตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ราคาเมล็ดถั่วเหลืองและผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศ ราคาน้ำมันพืชบางชนิด เช่น ราคาน้ำมันปาล์ม ราคาน้ำมันรำข้าว เป็นต้น

#### 2) กลยุทธ์การตลาด

##### 2.1) การกำหนดชั้นคุณภาพและมาตรฐานสินค้า

เกษตรกรร้อยละ 98.75 ขายผลผลิตถั่วเหลืองในรูปขายคละเช่นเดียวกับพ่อค้าในท้องที่ส่วนใหญ่แล้วมีลักษณะการซื้อขายคละเช่นเดียวกัน สำหรับพ่อค้าในท้องถิ่นจะมีการคัดเกรดในการซื้อขายประมาณร้อยละ 87.50 ทั้งนี้โดยพิจารณาจากขนาดเมล็ดถั่วเหลืองคิดเป็นร้อยละ 14 ความชื้นของเมล็ดถั่วเหลืองร้อยละ 7 ความชื้นร้อยละ 58.62 และร้อยละ 7.86 พิจารณาจากสิ่งเจือปน

##### 2.2) การบรรจุหีบห่อ

ภาชนะที่ใช้บรรจุถั่วเหลือง เกษตรกรส่วนใหญ่จะใช้กระสอบข้าวสารโดยนำมาจากพ่อค้าน้ำหนักถั่วเหลืองที่บรรจุ 1 กระสอบ หนักประมาณ 100 - 110 กิโลกรัม กรณีที่พ่อค้าขายถั่วเหลืองให้โรงงานแปรรูปเพื่อทำเป็น ซีอิ๊ว เต้าเจี้ยว เต้าหู้ น้ำมันถั่วเหลือง พ่อค้าจะบรรจุใส่กระสอบข้าวสารส่วนขายให้โรงงานสกัดน้ำมันพ่อค้าจะขนถั่วเหลืองเขาใส่ในรถบรรทุกโดยตรงไม่มีการบรรจุใส่กระสอบ

##### 2.3) การเก็บรักษา

เกษตรกรร้อยละ 95 จะขายผลผลิตถั่วเหลืองทันที ทั้งนี้ เนื่องจากต้องการเงินไปชำระหนี้และบริโภคในครอบครัว ถึงร้อยละ 52 เกษตรกรไม่มีที่เก็บร้อยละ 37.75 และอื่นๆ ร้อยละ 9.25 สาเหตุดังกล่าวทำให้เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าได้ อย่างไรก็ตามพ่อค้ารับซื้อถั่วเหลืองมีโอกาสที่จะ

เก็บรักษาถั่วเหลืองไว้เพื่อรอราคาร้อยละ 35.25 ส่วนร้อยละ 64.75 พ่อค้าจะไม่เก็บ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสูงและน้ำหนักถั่วเหลืองจะลดลงมากไม่คุ้มทุน หรือถั่วเหลืองเกิดเน่าเสียได้กรณีที่มีความชื้นสูง

### 3) วิธีการซื้อขาย

เกษตรกรจะขายผลผลิตถั่วเหลืองทันทีหลังจากที่ได้ทำการสี-ผัด แล้ว โดยขายให้พ่อค้าประจำร้อยละ 77.25 เนื่องจากเป็นลูกไล่ของพ่อค้า หรือมีความคุ้นเคยต่อกัน และร้อยละ 22.75 มีอิสระในการขายให้พ่อค้ารายใดก็ได้ จากการศึกษาพบว่าร้อยละ 52.25 เกษตรกรขายผลผลิตถั่วเหลืองที่ไร่ของตนเอง ซึ่งจะขายให้พ่อค้าในท้องที่และพ่อค้าในท้องถิ่นที่เหลือร้อยละ 47.75 เกษตรกรนำผลผลิตถั่วเหลืองไปขายให้พ่อค้า และหรือขายให้กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตรถึงสำนักงานของผู้ซื้อ กรณีเช่นนี้เกษตรกรจะรับภาระเสียค่าขนส่ง ซึ่งจะแปรตามระยะทาง กล่าวคือ ระยะทาง 1-10 กิโลเมตร เสียค่าขนส่งกิโลกรัมละ 0.05-0.08 บาท ระยะทางมากกว่า 10 กิโลเมตรขึ้นไป เสียค่าขนส่งกิโลกรัมละ 0.09-0.12 บาท

### 4) การสอบถามราคาถั่วเหลืองและการรับข่าวสารการตลาด

ในการสอบถามราคาถั่วเหลือง ก่อนที่เกษตรกรจะตัดสินใจขายให้พ่อค้ารับซื้อถั่วเหลืองนั้น เกษตรกรร้อยละ 83 ได้สอบถามความเคลื่อนไหวราคาถั่วเหลืองจากแหล่งสำคัญต่างๆ โดยแยกเป็นร้อยละ 43.25 สอบถามราคาถั่วเหลืองจากเพื่อนบ้าน ร้อยละ 33 จากพ่อค้าประจำที่ทำการซื้อขายกัน และอื่นๆ ร้อยละ 6.75 จากกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร ผู้ใหญ่บ้าน และเกษตรอำเภอ สำหรับเกษตรกรร้อยละ 17 ไม่ได้มีการสอบถามความเคลื่อนไหวของราคาถั่วเหลืองจากแหล่งใดเลย

ทางด้านการรับข่าวสารการตลาด เกษตรกรร้อยละ 80.50 ได้ติดตามข่าวสารการตลาด โดยแยกเป็นร้อยละ 40.50 จากโทรทัศน์ ร้อยละ 23.50 จากวิทยุและอื่นๆ ร้อยละ 16.50 จากหนังสือพิมพ์ และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ส่วนเกษตรกรร้อยละ 19.50 ไม่ได้ติดตามข่าวสารการตลาด อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาทางด้านพ่อค้ารับซื้อถั่วเหลือง การติดตามราคาถั่วเหลืองจะใช้โทรศัพท์ หรือเครื่องโทรสาร เพราะมีความคล่องตัวและรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

### 2.3.3 วิธีการตลาด

จากการศึกษาวิธีการตลาดถั่วเหลืองในพื้นที่ศึกษา 4 จังหวัดคือ จังหวัดเชียงใหม่ สุโขทัย ขอนแก่นและลพบุรี สามารถสรุปในภาพรวมได้ดังนี้ (แผนภาพที่ 2.3)

#### 1) เกษตรกร

ปริมาณผลผลิตถั่วเหลืองของเกษตรกรร้อยละ 61.23 ของผลผลิตทั้งหมดเกษตรกรนำไปจำหน่ายให้พ่อค้าในท้องถิ่น และผลผลิตถั่วเหลืองร้อยละ 27.63 เกษตรกรจำหน่ายให้พ่อค้าในท้องที่

และในเขตเพาะปลูกถั่วเหลืองบางพื้นที่ได้มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกร หรือมีสหกรณ์การเกษตร เช่น ใน จังหวัดเชียงใหม่ และสุโขทัย เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตถั่วเหลืองที่เหลือให้คิดเป็นร้อยละ 11.14

### 2) พ่อค้าในท้องถิ่น

พ่อค้าในท้องถิ่นที่จะเป็นผู้รวบรวมและรับซื้อผลผลิตถั่วเหลืองจากเกษตรกรเป็นอันดับแรก นอก จากจะใกล้ชิดกับเกษตรกรในพื้นที่แล้ว ยังได้ให้บริการด้านสินเชื่อแก่เกษตรกรอีกด้วย และหรือพ่อค้า ในท้องถิ่นบางรายยังเป็นตัวแทนรวบรวมผลผลิตถั่วเหลืองให้โรงงานแปรรูปอื่น และโรงงานสกัดน้ำมัน อีกด้วย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพ่อค้าในท้องถิ่นจำหน่ายผลผลิตถั่วเหลืองให้โรงงานแปรรูปอื่น คิดเป็นร้อยละ 12.48 และร้อยละ 1.38 จำหน่ายผลผลิตถั่วเหลืองให้โรงงานสกัดน้ำมันที่เหลือร้อยละ 13.82 จำหน่าย ให้พ่อค้าในท้องถิ่น

### 3) พ่อค้าในท้องถิ่น

เมื่อพ่อค้าในท้องถิ่น ทำการรวบรวมถั่วเหลืองที่ได้รับซื้อไว้ในปริมาณที่มากพอแล้วก็จำหน่าย ให้โรงงานสกัดน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 58.27 จำหน่ายให้โรงงานแปรรูปอื่นเพื่อทำซีอิ๊ว เต้าเจี้ยว เต้าหู้ น้านมถั่วเหลือง ฟองเส้นเต้าหู้ คิดเป็นร้อยละ 11.05 และร้อยละ 4.76 และ 2.09 จำหน่ายให้หญิงใน กรุงเทพฯ และพ่อค้าชายส่งในกรุงเทพฯ ตามลำดับ

### 4) กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร

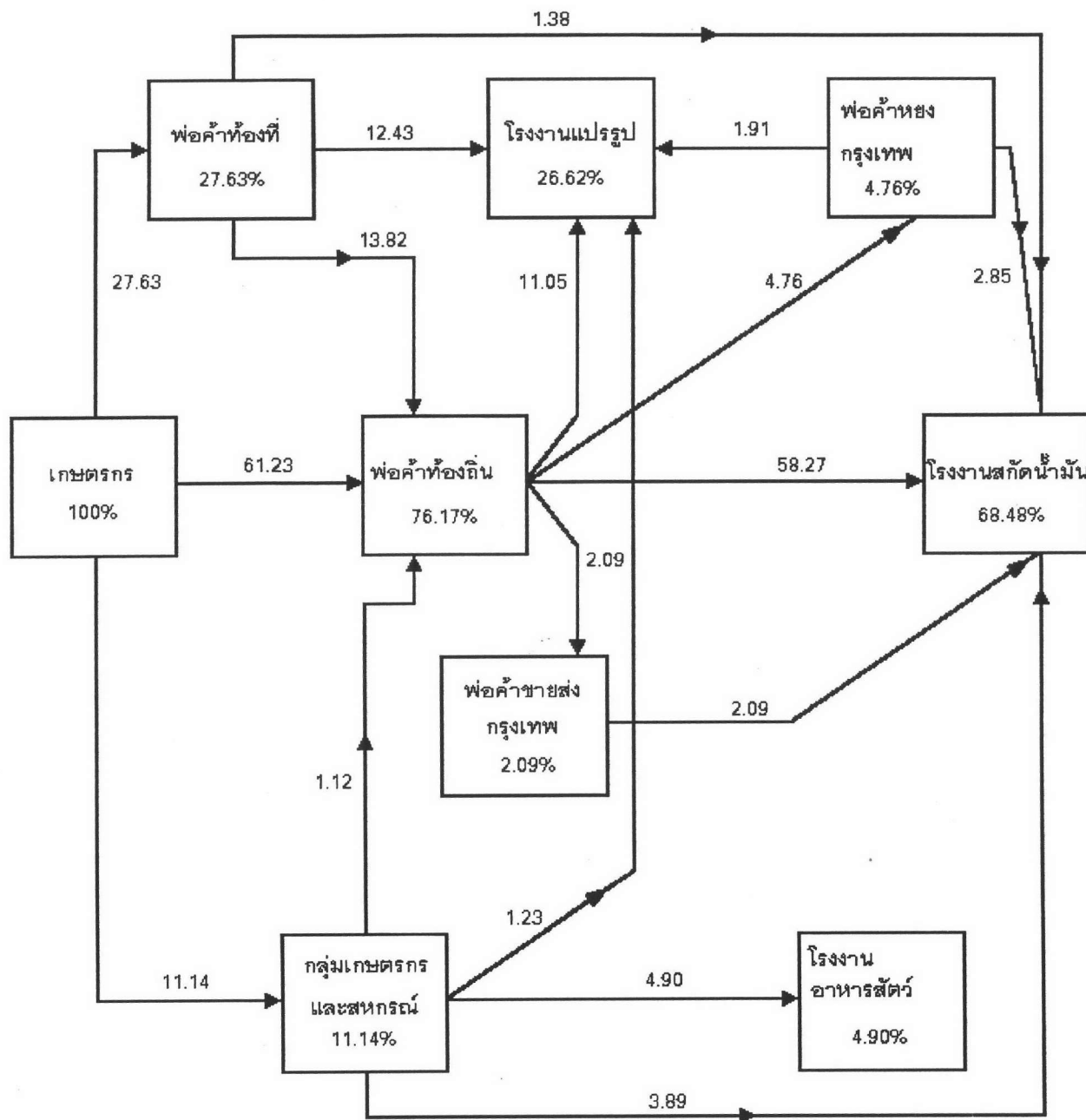
ผลผลิตถั่วเหลืองที่เกษตรกรขายผ่านกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 4.90 จำหน่าย ให้โรงงานอาหารสัตว์ ร้อยละ 3.89 จำหน่ายให้โรงงานสกัดน้ำมัน ร้อยละ 1.23 จำหน่ายให้โรงงานแปรรูปอื่น และร้อยละ 1.12 จำหน่ายให้พ่อค้าในท้องถิ่น

### 5) พ่อค้าชายส่งในกรุงเทพฯ

พ่อค้าชายส่งในกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มบุคคลที่ทำธุรกิจการซื้อขายถั่วเหลืองมาเป็นเวลายาวนาน และมีความคุ้นเคยตลอดจนมีข้อตกลงทางการค้าถั่วเหลืองซึ่งกันและกันกับพ่อค้าในท้องถิ่น ซึ่งผลผลิต ถั่วเหลืองที่รับซื้อจากพ่อค้าในท้องถิ่นจะนำไปขายให้โรงงานสกัดน้ำมันทั้งหมด

### 6) หญิงในกรุงเทพฯ

ทำหน้าที่เป็นเพียงนายหน้าให้กับพ่อค้าในท้องถิ่น โดยได้รับค่าบริการร้อยละ 1 ของราคา ถั่วเหลืองที่ขายได้ ผลผลิตถั่วเหลืองที่ผ่านหญิงในกรุงเทพฯ ร้อยละ 2.85 จำหน่ายให้โรงงานสกัดน้ำมัน และร้อยละ 1.91 จำหน่ายให้โรงงานแปรรูปอื่น



แผนภาพที่ 2.3 แสดงวิธีการตลาดข้าวเหลือง ปี 2534/35

### 2.3.4 การเคลื่อนไหวของราคาถั่วเหลือง

การขึ้นลงหรือเปลี่ยนแปลงของราคาถั่วเหลือง ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ (demand) และอุปทาน (supply) ของถั่วเหลืองในตลาด ถ้าหากปีใดปริมาณการผลิตถั่วเหลืองมีมาก และเกินกว่าปริมาณความต้องการถั่วเหลือง ราคาถั่วเหลืองก็จะลดต่ำลง ในทางตรงกันข้ามหากปีใดปริมาณการผลิตถั่วเหลืองมีน้อยกว่าปริมาณความต้องการถั่วเหลือง ราคาถั่วเหลืองก็จะสูงขึ้น ดังนั้นลักษณะการขึ้นลงของราคาถั่วเหลืองที่เกษตรกรขายได้ ราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ และราคาในตลาดโลก จะปรากฏในตารางที่ 2.2 และรูปภาพที่ 2.2 จะเห็นได้ว่า ราคาถั่วเหลืองในตลาดดังกล่าว มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน อย่างไรก็ตามราคาถั่วเหลืองที่เกษตรกรขายได้มีความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงของราคาถั่วเหลืองที่ซื้อขายกันในตลาดกรุงเทพฯ เนื่องจากตลาดกรุงเทพฯเป็นตลาดที่มีการซื้อขายถั่วเหลืองปริมาณมากที่สุดในประเทศ นอกจากนี้ระบบการค้าถั่วเหลืองของไทยเป็นการค้าเสรีมีการติดต่อกับต่างประเทศอยู่ด้วย ในการนำเข้าเมล็ดถั่วเหลืองกากถั่วเหลืองและน้ำมันถั่วเหลือง ซึ่งการขึ้นลงของราคาถั่วเหลืองในตลาดโลกย่อมมีผลกระทบต่อราคาซื้อขายถั่วเหลืองในตลาดกรุงเทพฯอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าราคาถั่วเหลืองภายในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น เช่นเดียวกับราคาถั่วเหลืองในตลาดโลกก็ตาม ความแปรปรวนของราคาถั่วเหลืองจะปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนพบค่าสัมประสิทธิ์ของความแปรปรวน (coefficient of variation) หรือ CV ของราคาถั่วเหลืองที่เกษตรกรขายได้มีความแปรปรวนมากที่สุดคือ เท่ากับ 0.344 รองลงมาราคาถั่วเหลืองขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ มีค่า CV เท่ากับ 0.310 และราคาถั่วเหลืองในตลาดต่างประเทศมีความแปรปรวนต่ำสุดหรือมีค่า CV เท่ากับ 0.152 ลักษณะความแปรปรวนดังกล่าวนี้จะชี้ให้เห็นว่าการวางแผนการผลิตของเกษตรกรและการขายถั่วเหลืองของเกษตรกรมีความเสี่ยงเกิดขึ้น

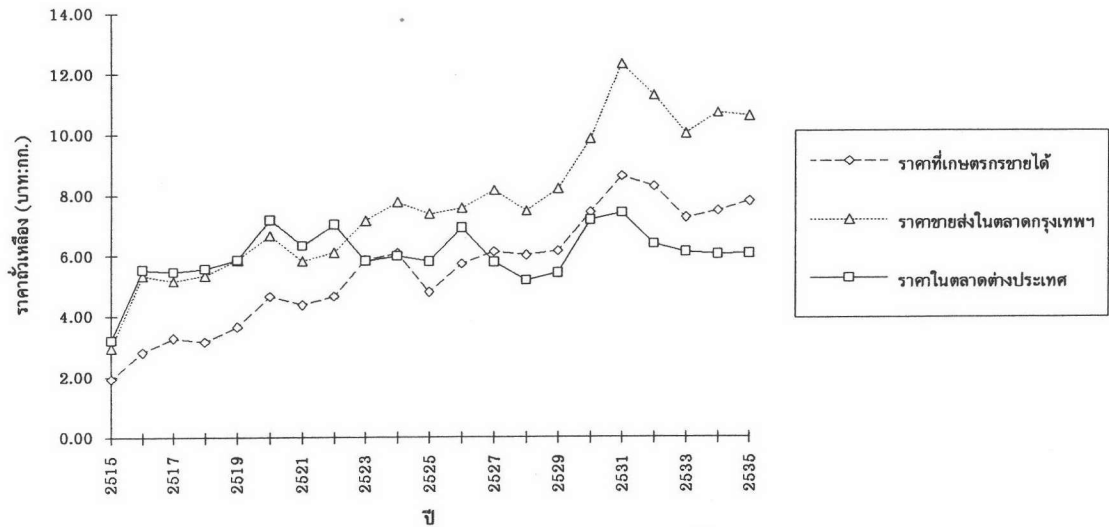
ราคาถั่วเหลือง นอกจากจะมีลักษณะเคลื่อนไหวขึ้นลงในแต่ละปี ยังมีการเคลื่อนไหวของราคาถั่วเหลืองตามฤดูกาล (seasonal movement) อีกด้วย ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.2 ซึ่งแสดงการเปลี่ยนแปลงของราคาถั่วเหลืองที่เกษตรกรขายได้ในช่วงปี 2531-2535 เทียบกับปริมาณผลผลิตถั่วเหลืองที่ออกสู่ตลาดในแต่ละเดือนแล้ว พบว่าช่วงที่ผลผลิตถั่วเหลืองฤดูแล้งออกสู่ตลาดมากในเดือนเมษายน และผลผลิตถั่วเหลืองต้นฤดูฝนออกสู่ตลาดมากในเดือนสิงหาคมและกันยายนและผลผลิตถั่วเหลืองปลายฤดูฝนออกสู่ตลาดมากในเดือนธันวาคม จะไม่เป็นไปตามหลักทฤษฎีของอุปสงค์และอุปทาน กล่าวคือราคาถั่วเหลืองมีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะที่ปริมาณผลผลิตถั่วเหลืองมีมาก ทั้งนี้ เนื่องจากว่าความต้องการใช้ถั่วเหลืองของโรงงานสกัดน้ำมันมีมากกว่าปริมาณผลผลิตในประเทศทำให้มีการแย่งกันรับซื้อเพื่อเก็บสต็อกไว้ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ทำให้ราคาโน้มสูงขึ้น ประกอบกับช่วงดังกล่าวรัฐบาลมีนโยบายให้โรงงานสกัดน้ำมันที่ขออนุญาตนำเข้าถั่วเหลืองจากต่างประเทศ จะต้องรักษาระดับราคารับซื้อถั่วเหลืองจากเกษตรกรไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ 8.00 บาท ณ ระดับไร่นาอีกด้วย

ตารางที่ 2.2 ราคาถั่วเหลืองที่เกษตรกรขายได้ ราคาถั่วเหลืองขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ  
และราคาในตลาดต่างประเทศ

ปี	ราคาเกษตรกร ขายได้ (บาท/กิโลกรัม)	ราคาขายส่งใน ตลาดกรุงเทพฯ (บาท/กิโลกรัม)	ราคาในตลาด <sup>1/</sup> ต่างประเทศ (บาท/กิโลกรัม)
2515	1.93	2.95	3.19
2516	2.81	5.33	5.53
2517	3.27	5.16	5.46
2518	3.16	5.34	5.56
2519	3.65	5.85	5.86
2520	4.65	6.66	7.18
2521	4.37	5.82	6.33
2522	4.65	6.11	7.03
2523	5.85	7.16	5.82
2524	6.07	7.77	5.98
2525	4.79	7.39	5.81
2526	5.73	7.58	6.92
2527	6.13	8.16	5.79
2528	6.02	7.48	5.18
2529	6.15	8.21	5.43
2530	7.44	9.86	7.18
2531	8.63	12.33	7.43
2532	8.29	11.29	6.38
2533	7.26	10.04	6.12
2534	7.49	10.71	6.05
2535	7.80	10.61	6.06
CV (%)	0.344	0.31	0.152

หมายเหตุ 1/ ตลาดร้อยเอ็ดเตอรด์ัม

รูปภาพที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ราคาถั่วเหลืองที่เกษตรกรขายได้  
ราคาขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ และราคาในตลาดต่างประเทศ



### 2.3.5 นโยบายของรัฐบาล

#### 1) นโยบายด้านการตลาด

##### 1.1) การตลาดภายในประเทศ

กำหนดราคารับซื้อที่ไร่นาหรือหน้าโรงงานโดยขอความร่วมมือจากโรงงานสกัด และในปี

2530/31 ราคารับซื้อที่ไร่นาเท่ากับ 7 บาท สำหรับถั่วเหลืองชนิดรอง

##### 1.2) การค้าระหว่างประเทศ (การควบคุมและการเรียกเก็บภาษี)

##### ก. การส่งออก

เมล็ด ต้องขออนุญาตส่งออกแต่ในทางปฏิบัติให้ส่งออกไม่จำกัดจำนวนและไม่ต้องเสียภาษีขาออก

กาก ต้องขออนุญาตส่งออกแต่ในทางปฏิบัติ ไม่ให้มีการส่งออกและไม่เสียภาษี

น้ำมัน ส่งออกได้โดยเสรีและไม่เสียภาษี

##### ข. การนำเข้า

เมล็ด ต้องขออนุญาตนำเข้า และนำเข้าได้เฉพาะโรงงานที่ใช้ถั่วเหลืองเป็นวัตถุดิบ

- อากรขาเข้า ร้อยละ 6
- ภาษีการค้า ร้อยละ 1.5
- ภาษีเทศบาล ร้อยละ 10



กกก ต้องขออนุญาตนำเข้าโดยผู้นำเข้าต้องรับซื้อผลผลิตภายในประเทศตามสัดส่วนที่กำหนดในปี 2531/32 สัดส่วนการรับซื้อในประเทศ การนำเข้าเท่ากับ 2:1

- อากรขาเข้า ร้อยละ 6
- ภาษีการค้า ร้อยละ 1.5
- ภาษีเทศบาล ร้อยละ 10

น้ำมัน ต้องขออนุญาตนำเข้าและนำเข้าได้เฉพาะโรงงานที่ใช้เป็นวัตถุดิบ และมีสต็อกไม่เกิน 2 เดือน

- อากรขาเข้า
  - น้ำมันดิบ, สกัดและอื่นๆ 1.32 บาทต่อลิตร
  - น้ำมันปรุงแต่ง (เติมไฮโดรเจนหรือออกซิเจน) 1.65 บาทต่อลิตร
- ภาษีการค้า ร้อยละ 1.5
  - น้ำมันดิบ, สกัดและอื่นๆ ร้อยละ 1.5
  - น้ำมันปรุงแต่ง (เติมไฮโดรเจนหรือออกซิเจน) ร้อยละ 9
- ภาษีเทศบาล ร้อยละ 10