



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทย

Study on Marketing System of Maize in Thailand

ของ

นายโชค ตันทีตสวัสดี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2534

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ คุณศักดิ์ น. ไร่มเพ็ชร , 10 / ๓๓ / 34

(อาจารย์กุลกัญญา ๗ บ่อมเพ็ชร)

กรรมการปัญหาพิเศษ ส. ธิ , 10 / ๓๓ / 34

(อาจารย์ศิณี สงษ์ศรี)

กรรมการปัญหาพิเศษ อ. ธิ , 10 / ๓๓ / 34

(อาจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

หัวหน้าภาควิชา อ. ธิ , 10 / ๓๓ / 34

(อาจารย์นิตยา สิริโชค)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เรื่อง

การศึกษาระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทย

Study on Marketing System of Maize in Thailand



T097427

โดย

นายโชค ตันทัตสวัสดิ์

เสนอ

ร.พ.
 ๕811ก
 ๒5๓4

เลขหมู่.....
 เลขทะเบียน..... ๐๗4๒7
 วัน,เดือน,ปี..... - ๘ ๖๖๒๐๐

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 เนื้อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๓๔

ร.พ.
 ๕811ก
 ๒5๓4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นแหล่งผลิตใหญ่ที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.18 รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือคิดเป็นร้อยละ 27.83 และ 25.67 ตามลำดับ ส่วนภาคใต้มีการปลูกน้อยมากคิดเป็นร้อยละ 0.32 เท่านั้น ปัญหาในการผลิตส่วนใหญ่คือเมล็ดพันธุ์ดีมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร และราคาปัจจัยการผลิตที่สำคัญมีราคาสูงขึ้น สำหรับการบริโภคข้าวโพดแบ่งได้ 2 ส่วน คือ การใช้ในประเทศและส่งออกต่างประเทศ โดยปริมาณการใช้ในประเทศสูงขึ้นมากใช้ประมาณปีละ 2.7-3.3 ล้านตัน ส่วนการส่งออกมีปริมาณเพิ่มขึ้นค่อนข้างน้อยคิดเป็นร้อยละ 4.81 ส่งออกประมาณปีละ 1.2 ล้านตัน

โครงสร้างการตลาดข้าวโพดมีระดับตลาดที่สำคัญ คือ ตลาดระดับไร่นาและท้องถิ่น ตลาดระดับภูมิภาค และตลาดปลายทางระดับประเทศ โดยวิธีการตลาดในแต่ละภาคส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกันจะแตกต่างกันในรายละเอียดปลีกย่อยเท่านั้น วิธีการตลาดโดยรวมทั้งประเทศ จะเริ่มจากเกษตรกรขายให้กับพ่อค้าคนกลางในระดับต่าง ๆ เป็นส่วนใหญ่ และพ่อค้าคนกลางในระดับต่าง ๆ จะขายให้กับพ่อค้ากรุงเทพฯและพ่อค้าอำเภอท่าเรือแล้วพ่อค้ากรุงเทพฯ, พ่อค้าอำเภอท่าเรือ จะขายให้กับพ่อค้าส่งออกและโรงงานอาหารสัตว์ประเภทของพ่อค้าคนกลางแบ่งได้ 2 ระดับคือ พ่อค้าคนกลางในแหล่งผลิตได้แก่พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าจร นายหน้า และสถาบันของรัฐต่าง ๆ อีกระดับหนึ่งคือ พ่อค้าคนกลางในตลาดกลางปลายทาง ได้แก่ พ่อค้าในตลาดกลางปลายทาง ผู้ส่งออก นายหน้าหรือหองและสถาบันของรัฐต่าง ๆ สำหรับพฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่ทางการตลาด การดำเนินธุรกิจของพ่อค้าคนกลางนั้น ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับพ่อค้าเพราะพ่อค้าจะเป็นหลักในการรับซื้อหรือการขายตลอดจนส่งออก ซึ่งหน่วยงานของรัฐบาลก็มีการดำเนินธุรกิจอยู่บ้างแต่มีปริมาณน้อย พฤติกรรมการซื้อขายของพ่อค้าต่อเกษตรกรส่วนใหญ่พ่อค้าเป็นฝ่ายได้เปรียบเกษตรกรเนื่องจากพ่อค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ปล่อยสินเชื่อให้แก่เกษตรกร สำหรับพฤติกรรมซื้อขายของพ่อค้ากับพ่อค้าด้วยกัน พ่อค้าในตลาดระดับปลายทางจะเป็นผู้มีอิทธิพลเหนือพ่อค้าท้องถิ่นหรือท้องถิ่น เนื่องจากการกำหนดราคามักกำหนดมาจากตลาดกลางปลายทาง และพฤติกรรมการขายของเกษตรกร ส่วนใหญ่เกษตรกรจะทำการขายครั้งเดียวหมดและขายเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้กับพ่อค้าที่เป็นเจ้าหน้อย การกำหนดราคาข้าวโพดจะกำหนดจากตลาดปลายทางเป็นหลักในการกำหนดราคาระดับต่างๆ ของตลาดรองลงมา ความเคลื่อนไหวของราคาข้าวโพดส่วนใหญ่ผันแปรตามฤดูกาล โดยราคาจะต่ำในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดและเพิ่มในช่วงที่ตลาดขาดแคลน สำหรับส่วนเหลือจากการตลาดข้าวโพดที่จำแนกตามระดับตลาดจะพบว่าในระดับตลาดกรุงเทพฯ มีค่ามากที่สุดคือ 0.54 บาท/กก. และสำหรับส่วนเหลือจากการตลาดระดับตลาดบริโศกภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ จะมีค่าใกล้เคียงกันคือ 0.17 บาท/กก. และ 0.18 บาท/กก. ตามลำดับ ซึ่งส่วนเหลือจากการตลาดทั้งระบบการตลาดมีค่าเท่ากับ 0.71 บาท/กก. และประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดข้าวโพด มีค่าเท่ากับร้อยละ 457.75 ซึ่งเป็นค่าที่สูงมากแสดงว่าระบบการตลาดข้าวโพดในปัจจุบันมีประสิทธิภาพดี

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการส่งเสริมให้พื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดอยู่ในบริเวณเดียวกัน เพื่อสะดวกต่อการขนส่งผลผลิตเป็นการทำให้ต้นทุนตัวและราคาข้าวโพดไม่สูงเกินไป และเกษตรกรสามารถรวมตัวกันมีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าข้าวโพดได้ นอกจากนี้ควรทำการจัดตั้งตลาดกลางในแต่ละภาคเพื่อลดค่าใช้จ่ายในขั้นตอนของคนกลางต่าง ๆ ลง การรับซื้อข้าวโพดจะเป็นไปอย่างยุติธรรมและในราคาที่เหมาะสม ควรสนับสนุนให้เกษตรกรมีความรู้ทางการตลาดรวมทั้งข่าวสารที่จำเป็น และควรสนับสนุนด้านการให้สินเชื่อแก่เกษตรกรให้มากยิ่งขึ้น

คำนิยม

ในการศึกษาค้นคว้าจัดทำปัญหาพิเศษเรื่องนี้ ผู้ทำการศึกษาขอขอบพระคุณ ท่านอาจารย์กุลกัญญา ๗ ป้อมเพ็ชร อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือต่าง ๆ ในการทำปัญหาพิเศษนี้ และขอขอบพระคุณท่านอาจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา ท่านอาจารย์ศิณี สัจจรัศมี กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ช่วยตรวจทานแก้ไขและให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ทำการศึกษาด้วยดีมาตลอด

ขอขอบพระคุณคุณพัชรา กฤตผล เจ้าหน้าที่กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร คุณสุรพล สุวรรณกุล เจ้าหน้าที่กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ คุณปรีชา กันทรารากิติ เจ้าหน้าที่สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย และคุณชิงชัย จากสมาคมพ่อค้าข้าวโพดและพืชพันธุ์ไทยและหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีได้เอื้อนามไว้ ๘ ที่นี้ ที่ให้ความอนุเคราะห์ทั้งทางด้านข้อมูลและคำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ทำการศึกษาเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ผู้ทำการศึกษาขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ พี่ และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ให้กำลังใจและความช่วยเหลือทุก ๆ สิ่งแก่ผู้ทำการศึกษาในการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้

โชค ตันทัตสวัสดิ์

3 ตุลาคม 2534

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
สารบัญตารางผนวก	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
วิธีการศึกษา	5
บทที่ 2 แนวความคิดทางทฤษฎีและเค้าโครงการวิเคราะห์	7
การตรวจเอกสาร	7
แนวความคิดทางทฤษฎี	10
โครงสร้างทางการตลาด	10
แนวปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการดำเนินงาน	11
ผลการดำเนินงาน	12
เค้าโครงการวิเคราะห์	14
การศึกษาโครงสร้างการตลาดข้าวโพด	14
การศึกษาพฤติกรรมหรือแนวทางปฏิบัติของผู้ทำหน้าที่การตลาด	15
การศึกษาผลการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพด	15
บทที่ 3 สภาพการผลิตและการบริโภคข้าวโพด	18
สภาพการผลิต	18
อุปสงค์	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
พันธุ์ข้าวโพด	20
แหล่งผลิต	21
วิธีปลูก	22
การเก็บเกี่ยวและการเก็บรักษา	22
ต้นทุนการผลิต	23
ปัญหาในการผลิต	25
การบริโภค	25
การบริโภคภายในประเทศ	26
การบริโภคภายนอกประเทศหรือการส่งออก	27
บทที่ 4 ผลการศึกษาระบบการตลาดข้าวโพด	28
โครงสร้างการตลาดข้าวโพด	28
พฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่การตลาด	46
ผลการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพด	56
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	61
สรุปผลการศึกษา	61
ข้อเสนอแนะ	64
เอกสารอ้างอิง	66
ภาคผนวก	68

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลผลิตข้าวโพดของโลก	2
2	พื้นที่เพาะปลูก ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ผลผลิต	19
3	ต้นทุนการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เฉลี่ยทั้งประเทศ ปีเพาะปลูก 2532/33	24
4	ผลผลิต การใช้ภายในประเทศ ปริมาณและมูลค่าส่งออกของไทย	27
5	รายชื่อผู้ส่งออก ปริมาณข้าวโพดส่งออกไปต่างประเทศและเปอร์เซ็นต์การส่งออกข้าวโพด ประจำปีพ.ศ. 2533	40
6	รายชื่อผู้ส่งออก ปริมาณข้าวโพดส่งออกไปต่างประเทศ ประจำปี 2529-2533	41-42
7	ดัชนีราคาตามฤดูกาลของข้าวโพด ณ ระดับตลาดต่าง ๆ ปีพ.ศ. 2529-2533	54
8	ราคาข้าวโพดที่เกษตรกรขายได้ ราคาไซโลกรุงเทมฯ ราคาไซโลอาหารสัตว์ ราคาส่งออก F.O.B. ประจำปีพ.ศ. 2533	57

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วิธีการตลาดข้าวโศกของภาคเหนือตอนบน	31
2	วิธีการตลาดข้าวโศกของภาคเหนือตอนล่าง	33
3	วิธีการตลาดข้าวโศกของภาคกลาง-ตะวันตก	35
4	วิธีการตลาดข้าวโศกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	36
5	วิธีการตลาดข้าวโศกโดยรวมทั่วประเทศ	38
6	กราฟดัชนีราคาตามฤดูกาลของข้าวโศก ณ ระดับตลาดต่าง ๆ ปีพ.ศ. 2529-2533	55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	ราคาข้าวโพดที่เกษตรกรขายได้ ในปีพ.ศ.2523-2533	71
2	ราคาข้าวโพดขายส่ง ณ ตลาดกลางกรุงเทพฯ ปีพ.ศ.2523-2533	72
3	ราคาข้าวโพดส่งออก F.O.B. ในปีพ.ศ.2523-2533	73
4	ราคาข้าวโพดที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อในปีพ.ศ.2529-2533	74



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ข้าวโพด (Maize) เป็นพืชที่สำคัญเป็นอันดับสามของโลกรองจากข้าวสาลี และข้าว เนื่องจากข้าวโพดสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง ได้แก่ การใช้เป็นอาหารของมนุษย์ อาหารของสัตว์ และใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง อาหารแห้ง น้ำมัน น้ำตาล น้ำเชื่อม แอลกอฮอล์ เวชภัณฑ์ น้ำหอม น้ำมันใส่ผม แบทเตอรี อุปกรณ์กันความร้อน เครื่องเคลือบ น้ำยาซักเงา เป็นต้น (ทรงเชาว์, 2533 : 69) สำหรับพื้นที่เพาะปลูกของข้าวโพดในโลกมีกระจุกกระจายอยู่ทั่วไป ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยปริมาณผลผลิตที่ได้มีประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของผลผลิตรวมทั้งโลก และประเทศอื่น ๆ ที่มีปริมาณการผลิตรองลงมา ได้แก่ จีน บราซิล อาร์เจนตินา แอฟริกาใต้ เป็นต้น (ดังแสดงในตารางที่ 1)

สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศเกษตรกรรมมาตั้งแต่โบราณ การดำรงชีวิตของประชากรในประเทศไทยจะขึ้นอยู่กับการเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ และนับแต่อดีตที่ผ่านมาประเทศไทยมีการเพาะปลูกข้าวโพด และมีผลผลิตข้าวโพดมากจนเพียงพอที่จะส่งข้าวโพดเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศชนิดหนึ่ง ซึ่งนับเป็นรายได้ที่นำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศที่สำคัญทางหนึ่ง แต่ในปัจจุบันความต้องการใช้ข้าวโพดในประเทศมีปริมาณมากขึ้นจึงทำให้ปริมาณการส่งออกสู่ตลาดโลกลดลง ข้าวโพดที่เริ่มนำมาปลูกในประเทศไทยนั้นได้มีการสันนิษฐานว่านำเข้ามาปลูกตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เมื่อประมาณ 300 ปีมาแล้ว แต่เนื่องจากในสมัยก่อนคนไทยไม่นิยมบริโภคและรู้จักวิธีใช้ประโยชน์

ตารางที่ 1 ผลผลิตข้าวโพดของโลก

(หน่วย: ล้านตัน)

ประเทศ	ปี 2531/32	ปี 2532/33	ปี 2533/34
สหรัฐอเมริกา	125.2	191.2	201.6
บราซิล	26.1	22.2	24.5
เม็กซิโก	10.1	9.8	10.7
อาร์เจนตินา	5.0	5.2	6.5
แอฟริกาใต้	12.4	9.2	7.0
ไทย	4.2	4.0	3.7
ประชาคมยุโรป 12 ประเทศ	28.5	26.8	22.2
รัสเซีย	16.0	15.3	14.0
ยุโรปตะวันออก	26.9	29.8	22.9
จีน	77.4	78.9	86.0
อื่น ๆ	68.9	68.8	68.4
รวม	400.7	461.1	468.4 ^{1/}

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2534)

หมายเหตุ: ^{1/} เป็นค่าประมาณการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้าวโพดมากนักรการเพาะปลูกข้าวโพดจึงมีพื้นที่จำกัด จนกระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 การปลูกข้าวโพดเพื่อการส่งออกประสบความสำเร็จและเกษตรกรมีรายได้ดีขึ้นจึงทำให้การปลูกข้าวโพดขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็ว และมีปลูกเกือบทั่วทุกภาคของประเทศ สำหรับแหล่งผลิตที่สำคัญ ๆ ได้แก่ จังหวัดเพชรบูรณ์ นครสวรรค์ อุทัยธานี พิจิตรโลก เชียงราย เลข นครราชสีมา อุดรธานี สระบุรี ลพบุรี

ในด้านระบบการตลาดของข้าวโพดในประเทศไทยในอดีตส่วนใหญ่จะเป็นการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรผ่านพ่อค้าในระดับต่าง ๆ และมุ่งส่งออกต่างประเทศเป็นสำคัญ แต่ในปัจจุบันเนื่องจากการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทยได้ผลดี มีการเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดความต้องการอาหารสัตว์เพิ่มมากขึ้นและข้าวโพดก็เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์หลักที่นำมาใช้จัดทำสูตรอาหารเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย ดังนั้นปัจจุบันผลผลิตที่มีอยู่จึงมีการแบ่งการนำไปใช้ออกเป็น 2 ส่วนที่สำคัญ คือ การใช้ภายในประเทศ คือ เข้าสู่โรงงานอาหารสัตว์ และอีกส่วนหนึ่งส่งออกต่างประเทศ จึงทำให้เกิดภาวะการขาดแคลนข้าวโพด หรือราคาข้าวโพดมีราคาสูงมากในบางช่วง ซึ่งจากปัญหาเหล่านี้ทำให้เกิดการศึกษาดังกล่าว และพยายามหาแนวทางแก้ไขปัญหานั้นโดยพิจารณาจากระบบการตลาดข้าวโพด และประสิทธิภาพของระบบการตลาดนี้ที่สำคัญ เนื่องจากสภาพการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านราคาและปริมาณผลผลิต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างการตลาดข้าวโพด
2. เพื่อศึกษาถึงวิธีการตลาด ส่วนเหลื่อมการตลาด และประสิทธิภาพของระบบการตลาดข้าวโพด
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหา และพยายามเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหานั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบการตลาดข้าวโพดนั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อทำการศึกษาถึงระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทยแล้วจะทำให้ทราบถึงโครงสร้างการตลาด วิธีการตลาด ประสิทธิภาพของระบบการตลาดข้าวโพด และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จะสามารถนำมาช่วยในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวโดยจะนำเสนอแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างการตลาด วิธีการตลาด และจุดต่าง ๆ ที่ควรแก้ไขในระบบการตลาดข้าวโพดของไทยให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทยในด้านต่าง ๆ อาทิ เช่น พ่อค้า หน่วยงานของรัฐ และผู้ที่สนใจในธุรกิจการค้าข้าวโพดนี้ ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลและข้อเสนอแนะดังกล่าวไปใช้ช่วยในการตัดสินใจ ในการดำเนินงานที่เกี่ยวกับระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทยได้รวดเร็วขึ้นและเหมาะสมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้ข้าวโพดของประเทศไทยเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่มีอนาคตที่ค้ำวหนึ่งในตลาดโลก

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทยครั้งนี้ จะทำการศึกษาถึงข้าวโพด ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปีพ.ศ. 2521-2532) โดยศึกษาถึงสภาพทั่วไปทั้งทางด้านการผลิตและการตลาดของข้าวโพดในประเทศไทย ซึ่งข้าวโพดที่จะศึกษานั้นเป็นที่ต้องการทั้งทางด้านส่งออกต่างประเทศ และการนำไปใช้ในโรงงานอาหารสัตว์ภายในประเทศโดยเป็นข้าวโพดที่โรงงานอาหารสัตว์ต้องการเป็นหลัก เนื่องจากกิจการการเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทยในปัจจุบันมีการเติบโตในอัตราที่สูงมาก ซึ่งทำให้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มีปริมาณความต้องการเพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

ระบบการตลาด (Marketing System)	หมายถึง การศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ของการดำเนินงานทุกชนิดในการตลาด
วิถีการตลาด (Marketing Channel)	หมายถึง ชั้นตอนและวิถีการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยผ่านคนกลางต่าง ๆ
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (Maize)	หมายถึง เมล็ดข้าวโพดที่ใช้ทำอาหารสัตว์
ประสิทธิภาพการตลาด (Marketing Efficiency)	หมายถึง การใช้ปัจจัยทางเศรษฐกิจในจำนวนต่ำสุดในกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการอันเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

วิธีการศึกษา

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานของรัฐ เช่น ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับข้าวโพด ข้อมูลจากการบันทึกของ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ และเอกสารต่าง ๆ ที่สำคัญของกรมการค้าภายใน เป็นต้น และข้อมูลจากหน่วยงานเอกชน เช่น จากสมาคมพ่อค้าข้าวโพดและพืชพันธุ์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนั้นศึกษาจากรายงานของผู้ที่เคยศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น วิทยานิพนธ์ ปัญหาพิเศษ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ การศึกษาระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทยจะใช้วิธีการวิเคราะห์ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) ซึ่งจะอธิบายถึงลักษณะโดยทั่วไปของระบบการตลาดข้าวโพด โครงสร้างของระบบการตลาดข้าวโพด การดำเนินงานภายในระบบการตลาดข้าวโพด ตลอดจนถึงวิธีการตลาด ตั้งแต่สภาพการผลิต ปัญหาในการผลิต ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคา ความเคลื่อนไหวของราคา และพฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดต่าง ๆ เป็นต้น โดยจะใช้ตารางและภาพประกอบในการพรรณนา

2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) เป็นการวิเคราะห์เพื่อวัดประสิทธิภาพของระบบการตลาดข้าวโพดในประเทศไทย โดยประสิทธิภาพตลาดจะวัดโดย การวัดประสิทธิภาพจากราคา (Pricing Efficiency) และการคำนวณหาส่วนเหลือมการตลาด แล้วนำผลที่ได้มาอธิบายอีกทีหนึ่ง

บทที่ 2

แนวความคิดทางทฤษฎีและเค้าโครงการวิเคราะห์

การตรวจเอกสาร

ภพญา ชาราสุข (2526) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปทานและอุปสงค์ส่งออกสำหรับข้าวโพดในตลาดมาเลเซียและตลาดสิงคโปร์สรุปได้ว่า อุปสงค์ข้าวโพดเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดมาเลเซีย ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรในประเทศมาเลเซีย รายได้ประชาชาติของประเทศมาเลเซีย ปริมาณข้าวโพดที่มาเลเซียผลิตได้ ราคาส่งออก F.O.B. ของไทย และราคาข้าวโพดเหลืองอเมริกันชั้น 2 ชื่อชายที่ตลาดชิคาโกความยืดหยุ่นของราคาส่งออก F.O.B. ต่ออุปสงค์ข้าวโพดเพื่อการส่งออกไปสู่ตลาดมาเลเซียมีค่า -0.7678 ส่วนอุปสงค์ข้าวโพดเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดสิงคโปร์พบว่า ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรภายในประเทศสิงคโปร์ รายได้ประชาชาติของประเทศสิงคโปร์ ปริมาณการส่งข้าวโพดออกจำหน่ายยังต่างประเทศของประเทศสิงคโปร์และค่าความแตกต่างระหว่างราคาส่งออก F.O.B. ของไทย และราคาข้าวโพดเหลืองอเมริกันชั้น 2 ชื่อชายที่ตลาดชิคาโก และอุปทานข้าวโพดเพื่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย พบว่าขึ้นอยู่กับ ปริมาณข้าวโพดที่ประเทศไทยผลิตได้ รายได้ประชาชาติของประเทศไทย แนวโน้มของเวลาและค่าความแตกต่างระหว่างราคาข้าวโพดส่งออก F.O.B. ของไทยปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศไทย และราคาข้าวโพดเหลืองอเมริกันชั้น 2 ชื่อชายที่ตลาดชิคาโกปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศสหรัฐอเมริกา

ฝ่ายวิจัยและวางแผน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (2527) ได้ศึกษาถึงตลาดรับซื้อข้าวโพดที่สำคัญของไทย สรุปได้ว่าลักษณะโครงสร้างของตลาดรับซื้อข้าวโพดไทยในช่วงปี พ.ศ. 2523-2527 เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมากโดยจากตลาดส่วนใหญ่ที่เคยมีแค่ในประเทศแถบเอเชียเช่น มาเลเซีย ญี่ปุ่นและสิงคโปร์ ได้ขยายตัวออกไปยังประเทศในแถบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกวีใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะวันออกกลางเช่น ซาอุดีอาระเบียมากขึ้น และประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดรับซื้อข้าวโพดไทยที่สำคัญเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่ปีพ.ศ.2516 มาจนถึงปีพ.ศ.2522 พอมาในปีพ.ศ.2523 กลับลดการนำเข้าลงจนถึงต้นปีพ.ศ. 2527 เนื่องจากไม่สามารถตกลงราคาที่จะซื้อขายกันได้ และญี่ปุ่นมักจะอ้างว่าพบเชื้อราแอสพาทอกซินในข้าวโพดไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีผลต่อการเจริญเติบโตของสัตว์ นอกจากนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ทำการระบายนข้าวโพดออกมาขายตัดราคาเป็นจำนวนมากจึงทำให้ญี่ปุ่นหันไปสั่งซื้อจากสหรัฐอเมริกามากขึ้น ซึ่งในช่วงเวลานั้น(ปีพ.ศ.2527)ตลาดรับซื้อข้าวโพดสำคัญของไทย ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย เกาหลี และฮ่องกง โดยเฉพาะมาเลเซียซึ่งซื้อข้าวโพดไทยสูงสุดเป็นอันดับ 1 เรื่อยมา และคาดว่าจะยังคงเป็นตลาดสำคัญในการรับซื้อข้าวโพดไทยต่อไป เนื่องจากรัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ประเภทไก่มากขึ้น ซึ่งต้องการข้าวโพดเป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์มากขึ้น และเนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกันทำให้ค่าขนส่งถูกลงและสะดวกในการขนส่ง ซึ่งทำให้ข้าวโพดไทยสามารถแข่งขันในด้านราคากับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ

สุเมธ พูนดิน (2527) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกของข้าวโพดไทยในประเทศซาอุดีอาระเบียและประเทศคูเวตสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออกไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย คือรายได้ประชาชาติของประเทศซาอุดีอาระเบีย รองลงมาได้แก่ ราคาข้าวโพดเหลืองอเมริกันชั้น 2 ซื้อขายที่ตลาดชิคาโก และราคาส่งออกที่ตลาดท่าเรือกรุงเทพฯปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศไทยโดยมีนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 99,95,90 และมีความยืดหยุ่น 7.56,0.63 และ -0.012 ตามลำดับ สำหรับในตลาดคูเวตปัจจัยที่มีส่วนกำหนดอุปสงค์เพื่อการส่งออกคือราคาข้าวโพดเหลืองอเมริกันชั้น 2 ซื้อขายที่ตลาดชิคาโก และราคาส่งออกที่ตลาดท่าเรือกรุงเทพฯปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศไทย โดยมีนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 99 ทั้งสองปัจจัยมีความยืดหยุ่น 1.86 และ 0.037 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำรังสีกี้ ฮีสสนิท (2530) ได้ศึกษาเรื่องวิถีการตลาดภายในประเทศสรุปได้ว่า ผลผลิตข้าวโพดส่วนใหญ่จากเกษตรกรจะมีพ่อค้าท้องถิ่นเป็นผู้รวบรวมผลผลิตเพื่อนำไปขายต่อให้พ่อค้าระดับจังหวัด ซึ่งพ่อค้าระดับจังหวัดจะขายข้าวโพดต่อไปให้กับฟาร์มเลี้ยงสัตว์ พ่อค้ากรุงเทพฯ โรงงานอาหารสัตว์และพ่อค้าส่งออก การซื้อขายอาจจะผ่านห้องหรือติดต่อกันโดยตรง และการซื้อขายของพ่อค้าระดับต่าง ๆ จะเก็บรักษาสินค้าไว้ในคลังสินค้าหรือไซโลโดยเฉพาะ Public Silo จะรับฝากสินค้าทั่วไป โดยไซโลจะให้ตัวไซโลหรือที่เรียกว่าตัวสดแก่ผู้นำสินค้ามาฝาก ซึ่งตัวสดนี้จะนำออกซื้อขายกันได้หลายทอดก่อนที่จะมีการส่งออก

อาวุธ ฉ ลำปาง (2533) ได้ศึกษาเรื่องทิศทางการพัฒนาข้าวโพดสรุปได้ว่าการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ภายในประเทศในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับส่งเป็นสินค้าออกในแต่ละปี อาจทำให้ความต้องการข้าวโพดมีปริมาณมากเกินความสามารถในการการผลิตในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นเพื่อให้มีข้าวโพดเพียงพอต่อความต้องการ จึงจำเป็นต้องเร่งรัดทั้งในด้านผลผลิตต่อไร่ และขยายพื้นที่เพาะปลูกให้มากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาได้ระบุอย่างชัดเจนว่าอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญต่อผลผลิตข้าวโพดเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงได้นำเรื่องประเภทและความอุดมสมบูรณ์ของดิน การปฏิบัติรักษาและการป้องกันกำจัดศัตรูพืชและฤดูปลูก มาพิจารณาร่วมกับการกระจายของน้ำฝนในแต่ละท้องถิ่นเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และควรเร่งรัดสร้างพันธุ์อายุสั้นทนทานต่อความแห้งแล้งและต้านทานโรคราน้ำค้าง เพื่อให้ปลูกได้ปีละสองครั้งและใช้ในระบบการปลูกพืชร่วม และยิ่งอาจขยายพื้นที่เพาะปลูกลงไปในอนาคตก่อนการปลูกข้าว และปลูกตามพืชไร่อื่น ๆ ในปาลายฤดูฝนได้ สำหรับในระยะยาวนั้นควรสร้างพันธุ์ที่ใช้ปลูกเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น และแต่ละฤดูปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตสูง

แนวความคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษาถึงระบบการตลาดของสินค้านั้น จำเป็นต้องเข้าใจถึงลักษณะของกิจกรรมต่าง ๆ ในขบวนการตลาดสินค้านั้น ๆ ซึ่งจะสามารถบอกได้ว่าระบบการตลาดนั้นเป็นอย่างไร กล่าวคือประกอบด้วยตลาดระดับใดบ้าง ตลาดแต่ละระดับทำกิจกรรมอะไร โครงสร้างของตลาดโดยรวมเป็นอย่างไร แนวปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจของผู้ทำหน้าที่ทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดสำหรับสินค้านั้นเป็นอย่างไร ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าวข้างต้นที่กล่าวมาแล้วนั้น

โครงสร้างทางการตลาด (Marketing Structure)

โครงสร้างทางการตลาด หมายถึง ลักษณะการจัดองค์กรของตลาดสินค้าใดสินค้าหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งจะเน้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายในตลาดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อในตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายรายเก่าที่มีต่อผู้ขายรายใหม่ในตลาดอีกด้วย โดยลักษณะเหล่านี้จะชี้ให้เห็นถึงการแข่งขันกัน และการกำหนดราคาในตลาดได้อย่างชัดเจน ซึ่งการพิจารณาถึงโครงสร้างตลาดในลักษณะนี้ พิจารณาได้จาก

จำนวนและขนาดของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด การพิจารณาถึงจำนวนและขนาดธุรกิจของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดนี้ จะพิจารณาว่าในตลาดมีจำนวนผู้ขายที่รายและแต่ละรายมีขนาดธุรกิจมากน้อยเท่าไร นอกจากนั้นยังจะพิจารณาถึงว่าในจำนวนธุรกิจเหล่านี้มีธุรกิจขนาดใหญ่ที่ราย ขนาดกลางที่ราย และแต่ละประเภทมีปริมาณธุรกิจมากน้อยเพียงไร ซึ่งจะทำให้ทราบว่าการแข่งขันในตลาดนี้เป็นไปในลักษณะใด มีใครเป็นผู้นำและผู้ตามในตลาด และผู้ซื้อผู้ขายแต่ละรายในตลาดมีบทบาทในตลาดมากน้อยต่างกันอย่างไร สำหรับธุรกิจที่

กล่าวนี้อาจพิจารณาได้จากปริมาณเงินทุน อุปกรณ์ รายได้หรือปริมาณธุรกิจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความแตกต่างของผลผลิตสินค้า การพิจารณาความแตกต่างของผลผลิตหรือสินค้านี้หมายถึงความแตกต่างของสินค้าที่นักธุรกิจเสนอขาย ซึ่งความแตกต่างของสินค้านี้เป็นเพียงความแตกต่างในความรู้สึของผู้ซื้อซึ่งมองเห็นว่าสินค้าของหน่วยธุรกิจผู้ขายแต่ละรายมีความแตกต่างกัน ความแตกต่างกันนี้ผู้ซื้ออาจพิจารณาในแง่คุณภาพ บริการ การบรรจุกินห่อ สีสรรร ตราหรือชื่อห่อ เป็นต้น ซึ่งจากความแตกต่างในตัวสินค้าของผู้ขายแต่ละรายนี้จะมีผลกระทบต่อทางการกำหนดวิธีปฏิบัติและระดับความผูกขาด (degree of monopoly) ของผู้ขายแต่ละรายในตลาด

อุปสรรคในการเข้ามาของธุรกิจใหม่ (barrier to entry) อุปสรรคในการเข้ามาของธุรกิจใหม่ หมายถึงความยากง่ายที่หน่วยธุรกิจใหม่จะเข้ามาประกอบธุรกิจในตลาด (และรวมไปถึงการออกไปของหน่วยธุรกิจเก่า) ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับความแตกต่างในตัวสินค้าของธุรกิจใหม่ ความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตและขนาดทางเศรษฐกิจ (economy of scale) ของธุรกิจเก่า และจำนวนหน่วยธุรกิจที่มีอยู่เดิม

แนวปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติหรือพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง พฤติกรรมในการปรับตัวของหน่วยธุรกิจ พฤติกรรมที่ปฏิบัติอยู่ตามปกติและในการปรับตัวของหน่วยธุรกิจในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ดำรงอยู่ในตลาด ซึ่งแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจของหน่วยธุรกิจต่างๆ ในตลาดมีดังนี้

การกำหนดราคาและปริมาณธุรกิจ เป็นการพิจารณาพฤติกรรมของผู้ประกอบการในตลาดส่วนที่เกี่ยวกับการตั้งราคาและปริมาณธุรกิจที่จะดำเนินงานว่าเป็นไปในลักษณะใด เช่นหน่วยธุรกิจหรือผู้ประกอบการแต่ละรายต่างตั้งหรือกำหนดราคากันเองหรือรวมกลุ่มกันตกลงราคา สำหรับในด้านขนาดธุรกิจมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการลดและเพิ่มปริมาณสินค้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายการผลิต เป็นการพิจารณาว่าหน่วยธุรกิจต่าง ๆ มีนโยบายเกี่ยวกับตัวสินค้าที่จะผลิตอย่างไร เช่น เน้นหนักในด้านคุณภาพหรือรูปร่างหรืออย่างไร เป็นนโยบายที่ธุรกิจต่าง ๆ กำหนดขึ้นเองหรือตกลงร่วมกัน

นโยบายส่งเสริมการขาย เป็นการพิจารณาว่าหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ได้กำหนดหรือมีนโยบายและวิธีปฏิบัติในการส่งเสริมการขายสินค้าอันได้แก่การวางขายสินค้า การโฆษณาและอื่น ๆ ของตนได้อย่างไร เพื่อที่จะสามารถขายสินค้าของตนได้มากขึ้น

นโยบายการแข่งขันทันกับหน่วยธุรกิจอื่น เป็นการพิจารณาถึงพฤติกรรมที่หน่วยธุรกิจกำหนดและดำเนินการในทางปฏิบัติตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ที่นำมาใช้เพื่อให้มีปริมาณธุรกิจหรือส่วนแบ่งในการดำเนินการตลาดหรือกำไรเพิ่มมากขึ้น และตลอดจนมีพฤติกรรมในการกำจัดคู่แข่งให้ออกไปจากธุรกิจรุนแรงมากน้อยเพียงไร

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานของตลาด หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการดำเนินธุรกิจตามแนวปฏิบัติของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ในตลาด ซึ่งผลการดำเนินงานของตลาดจะพิจารณาได้จาก

ประสิทธิภาพของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ในตลาด เป็นการพิจารณาว่าตลาดมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงไร ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าแนวปฏิบัติที่หน่วยธุรกิจต่าง ๆ มีปฏิบัติและดำเนินอยู่นั้นมีผลดีหรือไม่อย่างไร

สัดส่วนระหว่างต้นทุนส่งเสริมการขายและต้นทุนการผลิตทั้งหมด ต้นทุน

ส่งเสริมการขายที่พิจารณานี้เป็นค่าใช้จ่ายที่หน่วยธุรกิจต่าง ๆ ในตลาดใช้จ่ายไป เพื่อให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น อันได้แก่การโฆษณา การวางขายสินค้า การให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าแก่ผู้บริโภค ตลอดจนการดำเนินการต่าง ๆ ที่มีส่วนในการโน้มน้าวจิตใจให้ผู้ซื้อซื้อสินค้ามากขึ้น ซึ่งเมื่อนำเอาต้นทุนในการส่งเสริมการขายมาพิจารณาเปรียบเทียบกับต้นทุนในการดำเนินการรวม (ต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาด) จะทำให้ทราบว่าสัดส่วนนี้มีมากน้อยเพียงไร หากสัดส่วนนี้มีค่าสูง แสดงให้เห็นว่าผลการดำเนินงานของตลาดที่เป็นอยู่นั้นไม่น่าพอใจนัก เพราะปัจจัยส่วนใหญ่ได้ถูกลงทุนไปในส่วนที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ในตัวสินค้าต่อผู้บริโภคมากนัก

รูปลักษณะของผลผลิตหรือสินค้า ในส่วนนี้เป็นการพิจารณาผลการดำเนินงานของตลาดที่เกี่ยวกับตัวสินค้าว่า ธุรกิจต่าง ๆ ในตลาดมีความสามารถในการผลิตสินค้าให้มีรูปลักษณะตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงไร และมีความสามารถในการปรับตัวในการผลิตให้ได้ผลผลิต ที่มีลักษณะรูปร่างสอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีได้มากน้อยเพียงไร หากธุรกิจต่าง ๆ ในตลาดสามารถทำได้ดีในเรื่องนี้ คือต้นทุนในการดำเนินการต่ำและปรับตัวได้รวดเร็วแสดงว่าผลการดำเนินงานธุรกิจเป็นไปได้อย่างดี

ความก้าวหน้าของกรรมวิธีการผลิต เป็นการศึกษาถึงความก้าวหน้าในการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ อันได้แก่ เครื่องมือ เครื่องจักร วิทยาการสมัยใหม่ ของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ในตลาดว่ามีมากน้อยเพียงไร ทั้งนี้เพราะการนำเอาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเครื่องมือใหม่ ๆ มาใช้มาก ๆ จะมีผลทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตและการให้บริการการตลาดของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ดียิ่งขึ้น หรือมีต้นทุนการตลาดลดลงหรือสามารถให้ความพอใจกับผู้บริโภคได้มากขึ้น ดังนั้นหากมีการนำเอาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเครื่องมือสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินธุรกิจการผลิตและการตลาดต่าง ๆ มากขึ้น จึงเป็นการแสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานของตลาดน่าจะเป็นไปในทางที่ดี

อัตราค่าไ้ที่ผู้ประกอบการได้รับ อัตราค่าไ้ หมายถึง อัตราส่วนของค่าไ้ที่ได้รับจากการประกอบการ เมื่อคิดเทียบกับต้นทุนในการผลิตและการตลาดเป็นส่วนรวม หากอัตราค่าไ้ต่ำไม่คุ้มกับต้นทุนที่ผู้ประกอบการเสียไป ย่อมเป็นการแสดงให้เห็นว่าผลการดำเนินงานของตลาดไม่เป็นที่น่าพอใจนัก และหากว่าอัตราค่าไ้คุ้มกับต้นทุนที่เสียไปย่อมเป็นการจูงใจให้มีการขยายการลงทุนและปรับปรุงการดำเนินการในตลาดขึ้นอีก ซึ่งย่อมเป็นผลดีต่อตลาดเช่นกัน

เค้าโครงการวิเคราะห์

เนื่องจากข้าวโพดเป็นสินค้าเกษตรกรรมดังนั้นการศึกษาถึงระบบการตลาดจะแตกต่างจากการศึกษาระบบการตลาดโดยทั่วไป ซึ่งระบบการตลาดโดยทั่วไปมักจะเน้นถึงระบบการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม การศึกษารั้งนี้จึงศึกษาในเรื่องของโครงสร้างการตลาด พฤติกรรมหรือแนวทางปฏิบัติของผู้ทำหน้าที่ทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยจะจำกัดเค้าโครงการวิเคราะห์ซึ่งจะสามารถอธิบายระบบการตลาดข้าวโพดไทยได้เป็นอย่างดี ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การศึกษาโครงสร้างการตลาดข้าวโพด

โดยศึกษาพิจารณาจากลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.) วิถีการตลาด : โดยศึกษาถึงวิถีการตลาดข้าวโพดในประเทศไทยโดยรวม นับตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตข้าวโพดแล้วผ่านสู่ตลาดในระดับต่าง ๆ จนถึงตลาดระดับสุดท้าย คือตลาดส่งออกหรือโรงงานอาหารสัตว์ภายในประเทศ ซึ่งจะแสดงให้เห็นได้ว่าวิถีการตลาดนั้นมีการเคลื่อนไหวในขั้นตอนต่าง ๆ อย่างไร และมีขบวนการที่เข้า

ข้อกันหรือไม่อย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.) ส่วนแบ่งตลาด โดยแยกเป็นส่วนแบ่งตลาดในตลาดส่งออกและโรงงานอาหารสัตว์ภายในประเทศ ซึ่งจะศึกษาถึงผู้ค้ารายใหญ่ในระดับต้น ๆ ของตลาดทั้งสอง และจะแสดงให้เห็นถึงปริมาณการรับซื้อของผู้ค้ารายใหญ่ ๆ ดังกล่าว ว่ามีปริมาณมากน้อยเพียงไร รวมทั้งผู้ค้าในปัจจุบันได้แก่ผู้ใดบ้างซึ่งจะมีผลต่อระบบการตลาดโดยรวมหรือไม่อย่างไร

3.) การกำหนดราคา โดยศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการกำหนดราคาของข้าวโพด รวมทั้งวิธีการกำหนดราคาและความเคลื่อนไหวของราคาในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงวงจรระดับราคาของข้าวโพดโดยรวมในแต่ละระดับตลาด

การศึกษาพฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติของผู้ทำหน้าที่การตลาด

โดยทำการศึกษาถึงผู้ค้าในระดับต่าง ๆ ในระบบการตลาดข้าวโพด กิจกรรมทางการตลาด ประเภทพ่อค้าและคนกลาง การกำหนดราคาและความเคลื่อนไหวของราคา โดยลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าว จะแสดงให้เห็นทราบว่าผู้ค้าระดับใดมีอำนาจในระบบตลาด และลักษณะพฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติของผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดเป็นเช่นใด และมีผลต่อโครงสร้างการตลาดนั้นหรือไม่อย่างไร

การศึกษาผลการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพด

โดยทำการศึกษา ในเรื่องประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดข้าวโพด มีมากน้อยเพียงใด เนื่องจากประสิทธิภาพการตลาดจะเป็นตัววัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น และเมื่อผลที่วัดออกมานั้นได้มีค่าประสิทธิภาพการตลาดที่สูงย่อมสามารถแสดงได้ว่าระบบการตลาดของสินค้านั้นมีความเหมาะสมดีแล้ว แต่ถ้าผลของการวัดที่วัดออกมาได้นั้นมีค่าน้อย ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดนั้นต่ำย่อมทำให้ต้อง
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับเพื่อการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการปรับปรุงระบบการตลาดนั้นให้ดีขึ้นอีก โดยจะทำการปรับปรุงแก้ไขในด้านต่าง ๆ เช่น แนวปฏิบัติหรือพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ทางการตลาด เป็นต้น

สำหรับการศึกษารึ้นนี้จะใช้การวิเคราะห์หาส่วนเหลือมการตลาด โดยจะทำการวิเคราะห์หาส่วนเหลือมในแต่ละระดับตลาด และจะนำส่วนเหลือมการตลาดต่าง ๆ ที่ได้ ไปหาประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดต่อไป โดยส่วนเหลือมการตลาดได้ ดังนี้

$$M = Pr - Pf$$

โดยกำหนดให้

M = ส่วนเหลือมการตลาด (บาท/กก.)

Pr = ราคาส่งออกหรือราคาที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ (บาท/กก.)

Pf = ราคาที่ฟาร์มหรือราคาที่เกษตรกรได้รับ (บาท/กก.)

เมื่อได้ค่าส่วนเหลือมการตลาดในแต่ละระดับตลาดนั้นแล้ว ก็สามารถนำค่านั้น มาทำการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดนั้นอีกทีหนึ่ง โดยจะทำการวิเคราะห์หาประสิทธิภาพการตลาดทั้งในแต่ละระดับตลาดและทั้งระบบตลาดโดยรวมอีกด้วย จะทำการวิเคราะห์โดยแทนค่าในสูตรดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจของผู้บริโภค

$$\text{ประสิทธิภาพการตลาด} = \frac{\text{ส่วนเหลือมการตลาด}}{\text{ส่วนเหลือมการตลาด}} * 100$$

ส่วนเหลือมการตลาด

เนื่องจากความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดค่าออกมาได้และ โดยทั่วไปจะใช้ระดับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคยินดีหรือพึงพอใจที่จะจ่ายแทน ในที่นี้จึงใช้ราคา รับซื้อในระดับตลาดต่าง ๆ แทนความพึงพอใจของผู้บริโภค และเนื่องจากข่าวโศกเป็น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าที่เป็นประเภทวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอื่นต่อไป จึงทำให้ผู้รับซื้อไม่ใช่ผู้บริโภคทั่วไป ดังนั้นราคาซื้อขายที่ใช้ในการคำนวณนั้นจึงแทนความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างดี และสำหรับส่วนเหลือจากการตลาดที่นำมาใช้ในการคำนวณนี้จะทำให้ได้ค่าประสิทธิภาพการตลาดที่ใช้ได้พอสมควร แต่หากต้องการให้ได้ค่าประสิทธิภาพการตลาดที่ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้นต้องใช้ต้นทุนการตลาดในแต่ละระดับตลาดนั้น ๆ มาทำการคำนวณแทน แต่เนื่องจากในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้มีเวลาจำกัดจึงใช้ข้อมูลคุณสมบัติของหน่วยราชการต่าง ๆ และเอกชนเท่านั้น ซึ่งหน่วยราชการและเอกชนต่าง ๆ นั้นมิได้มีการจัดทำข้อมูลในเรื่องต้นทุนการตลาดข้าวโพดเลยจึงทำให้จำเป็นต้องใช้ค่าส่วนเหลือจากการตลาดแทนต้นทุนการตลาด แต่อย่างไรก็ตามผลการคำนวณที่ได้นี้จะไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับการหาประสิทธิภาพการตลาดโดยวิธีนี้ จะทำให้ทราบว่า การตลาดของสินค้านี้ดีหรือไม่เพียงไร ซึ่งทั้งนี้ย่อมมีผลต่อระบบการตลาดของสินค้านั้นอีกด้วย

บทที่ 3

สภาพการผลิตและการบริโภคข้าวโพด

สภาพการผลิต

ข้าวโพด เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยชนิดหนึ่ง ซึ่งเกษตรกรไทยนี้รู้จักการปลูกข้าวโพดมานานแล้วและปลูกกันโดยทั่วไป โดยแหล่งเพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับเนื้อที่เพาะปลูกปริมาณผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ โดยรวมทั้งประเทศตั้งแต่ ปีเพาะปลูก 2528/2529 จนถึงปีเพาะปลูก 2533/2534 มีปริมาณที่เปลี่ยนแปลงขึ้นลง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีผลมาจากสภาพแวดล้อมธรรมชาติและภาวะราคาข้าวโพด ที่ทำให้เกษตรกรหันไปปลูกพืชอื่นแทนรวมทั้งจากสาเหตุอื่น ๆ ด้วย สำหรับปีเพาะปลูก 2533/2534 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ประมาณการผลผลิตข้าวโพดของไทยว่าจะได้ประมาณ 3.675 ล้านตันลดลงร้อยละ 16.34 จากปีที่ผ่านมาทั้งนี้เนื่องจากสภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวย เกิดภาวะฝนแล้งและฝนทิ้งช่วงในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน 2533 รวมทั้งอิทธิพลของพายุอีร์ราและโลล่าในระยะปลายเดือนตุลาคม ส่งผลให้ข้าวโพดได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมาก คิดเป็นพื้นที่เสียหายประมาณ 1.77 ล้านไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 16.42 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมดในปีเพาะปลูก 2533/2534 นอกจากนั้นพื้นที่เพาะปลูกในจังหวัดที่มีการปลูกข้าวโพดมาก ได้แก่ เพชรบูรณ์ ลพบุรี และสุพรรณบุรี ที่ดินมีราคาสูงขึ้น เกษตรกรจึงขายที่ดินกันมากเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่อาศัยและโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งทำให้ปริมาณพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดมีน้อยลงกว่าปีเพาะปลูก 2532/2533 โดยประมาณการว่าจะมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดในปีเพาะปลูก 2533/2534 10.779 ล้านไร่ (ตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 พื้นที่เพาะปลูก ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ผลผลิต

ปีเพาะปลูก	พื้นที่เพาะปลูก (ล้านไร่)	ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กิโลกรัม)	ผลผลิต (ล้านตัน)
2523/24	8.960	357	2.998
2524/25	9.796	377	3.449
2525/26	10.494	368	3.002
2526/27	10.552	363	3.552
2527/28	11.355	389	4.226
2528/29	12.372	412	4.934
2529/30	12.194	380	4.309
2530/31	10.941	328	2.781
2531/32	11.471	419	4.675
2532/33	11.165	411	4.393
2533/34 ^{๑/}	10.779	341	3.675

ที่มา : (ศูนย์สถิติการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2533)

หมายเหตุ 1/ ค่าประมาณการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฤดูปลูก

สภาพภูมิอากาศของประเทศไทยสามารถปลูกข้าวโพดได้ตลอดทั้งปี ถ้ามีน้ำอย่างพอเพียง ซึ่งข้าวโพดที่ปลูกกันในประเทศไทยจะอาศัยน้ำฝนเป็นหลัก ดังนั้นจึงสามารถแบ่งออกเป็น 2 ฤดูกาลปลูกด้วยกัน คือ ฤดูปลูกต้นฝน และฤดูปลูกกลางฝนหรือปลายฝน

การปลูกในฤดูต้นฝนนั้นอยู่ในช่วง ปลายเดือนเมษายน ถึงต้นเดือนมิถุนายนฤดูปลูกต้นฝนนี้เกษตรกรนิยมปลูกมากที่สุด เพราะข้าวโพดจะมีการเจริญเติบโตดีผลผลิตสูงไม่มีการระบาดของโรคน้ำค้าง แต่ว่าอาจจะมีปัญหาเกี่ยวกับโรคเชื้อราที่ติดไปกับเมล็ด โดยเฉพาะโรคเชื้อราที่ทำให้เกิดสารพิษอะฟลาทอกซิน เนื่องจากช่วงเก็บเกี่ยวมักมีฝนตกชุกความชื้นสูงทำให้ลำบากในการตากเมล็ดข้าวโพด

การปลูกในฤดูกลางฝนหรือปลายฝนจะอยู่ในราว ๆ ปลายเดือนกรกฎาคมหรือสิงหาคม การปลูกฤดูนี้อาจมีปัญหาเกี่ยวกับโรคน้ำค้าง และอาจเสี่ยงกับความเสียหายเนื่องจากขาดน้ำ โดยเฉพาะการขาดน้ำในระยะออกดอกและออกใหม่นั้น ซึ่งทำให้ผลผลิตจะลดลงอย่างมากแต่อาจมีผลดีในแง่การเก็บเกี่ยวและการตากเมล็ดเพราะไม่มีฝนตกแล้ว

พันธุ์ข้าวโพด

พันธุ์ข้าวโพดที่นิยมใช้ปลูกในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.) พันธุ์ผสมปล่อยหรือผสมเปิด ซึ่งจะมีพันธุ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- พันธุ์สุวรรณ 1 เป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูง มีความต้านทานต่อโรคน้ำค้าง เมล็ดมีสีเหลือง อายุการเก็บเกี่ยวประมาณ 110 - 120 วัน โดยทั่วไปให้ผลผลิตประมาณไร่ละ 558 - 850 กิโลกรัม

- พันธุ์สุวรรณ 2 มีลำต้นเตี้ยกว่าพันธุ์สุวรรณ 1 อายุการเก็บเกี่ยวประมาณ 90 - 100 วัน ต้านทานโรคน้ำค้างเช่นเดียวกันแต่ให้ผลผลิตต่อไร่น้อยกว่า

- พันธุ์สุวรรณ 3 เป็นพันธุ์ผสมเปิดที่ให้ผลผลิตสูงมากในขณะนี้เมื่อเทียบกับพันธุ์สุวรรณ 1 และให้ผลผลิตมากกว่าประมาณร้อยละ 8 มีอายุการเก็บเกี่ยวประมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับเพื่อการวิจัยเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

110 - 120 วัน มีความต้านทานต่อโรคราน้ำค้างเช่นเดียวกัน

- พันธุ์พื้นเมือง เป็นพันธุ์ที่กลายพันธุ์มาจากพันธุ์กัวเตมาลา นิยมปลูกกันมานานแล้ว ต่อมามีการคัดเลือกพันธุ์โดยกรมวิชาการเกษตร เรียกว่าพันธุ์พระพุทธรบาท มีเบอร์ต่าง ๆ หลายเบอร์และให้ผลผลิตดีขึ้นแต่มีลำต้นสูงเกินไป และมีการตอบสนองต่อปุ๋ยและต้านทานโรคราน้ำค้างไม่ได้

2.) พันธุ์ลูกผสม หมายถึงเมล็ดพันธุ์รุ่นแรก(เอฟ 1)ที่ได้จากการผสมระหว่างสายพันธุ์แท้ที่มีพื้นฐานทางพันธุกรรมต่างกันและผสมตัวเอง จนกลายเป็นพันธุ์แท้ จึงนำสายพันธุ์ที่ต่าง ๆ มาผสมให้เป็นพันธุ์ลูกผสมที่มีคุณสมบัติตามต้องการซึ่งจะให้ผลผลิตมากกว่าพันธุ์ผสมเปิด สำหรับประเทศไทยมีการใช้ลูกผสมให้แก่เกษตรกรอย่างแพร่หลายเช่น พันธุ์สุวรรณ 2301 พันธุ์สุวรรณ 2602 แต่ผลการปลูกยังไม่ได้ผลดีนักอาจเป็นเพราะในการเพาะปลูกและวิธีการหรือพันธุ์ผสมเปิดมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกว่าก็เป็นได้

แหล่งผลิต

แหล่งผลิตข้าวโพดที่สำคัญในประเทศไทยคือ ภาคเหนือ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตข้าวโพดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.18 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งประเทศ(ในปีเพาะปลูก 2532/2533) รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกคิดเป็นร้อยละ 27.83 และ 25.67 ตามลำดับ สำหรับภาคใต้นั้นมีการปลูกข้าวโพดน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 0.32 เท่านั้น จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตสำคัญของข้าวโพดแยกตามภาคได้ดังนี้

- ภาคเหนือ ได้แก่จังหวัดเพชรบูรณ์ พิษณุโลก กำแพงเพชร ตาก เชียงราย น่าน และอุตรดิตถ์
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่จังหวัดเลย นครราชสีมา ชัยภูมิ อุรธานี และศรีสะเกษ
- ภาคกลางได้แก่จังหวัดลพบุรี นครสวรรค์ สระบุรี อุทัยธานี และกาญจนบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในวงจำกัดเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามนำข้อมูลไปเผยแพร่ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิธีปลูก

การปลูกข้าวโพดจะปลูกเป็นแถว เพื่อควบคุมจำนวนต้นต่อไร่ให้เหมาะสมและสะดวกในการดูแลรักษารวมทั้งการเก็บเกี่ยว ซึ่งจะทำให้ผลผลิตสูงขึ้นและลดต้นทุนค่าจ้างแรงงานในการเก็บเกี่ยวด้วย การปลูกข้าวโพดจะปลูกเป็นแถวมีระยะระหว่างแถวกว้าง 75 เซนติเมตร ระยะระหว่างหลุมภายในแถว 25 เซนติเมตร โดยปลูกให้ลึก 5 เซนติเมตร จะมีต้นข้าวโพด 1 ต้นต่อหลุม ซึ่งการปลูกวิธีนี้จะได้อัตราปลูก 8,533 ต้นต่อไร่ หรือจะให้ระยะระหว่างหลุม 50 เซนติเมตรก็ได้ แต่ต้องให้มีต้นข้าวโพด 2 ต้นต่อหลุม การปลูกอาจใช้ไม้หรือจอบทำหลุมปลูกแล้วหยอดเมล็ด หรือหยอดเมล็ดตามร่องแถวปลูกที่เกิดจากการไถพรวน นอกจากนั้นอาจใช้เครื่องปลูกติดท้ายรถแทรกเตอร์ ซึ่งวิธีนี้จะทำให้การกระจายของดินและการงอกสม่ำเสมอที่สุด เมล็ดข้าวโพดที่ใช้ปลูกควรคลุกด้วยเซวิน 85% 1 กรัมต่อเมล็ด 1 กิโลกรัม เพื่อป้องกันและกำจัดแมลงในดินที่ทำลายเมล็ดขณะเมล็ดกำลังงอกและคลุกสารเคมีกำจัดเชื้อรา เช่นแคปเตนหรืออโซไซไซด์ 1 กรัมต่อเมล็ด 1 กิโลกรัม เพื่อป้องกันโรคเน่าของต้นกล้า สำหรับพันธุ์ที่ไม่ต้านทานต่อโรคราน้ำค้างควรคลุกด้วยสารวิโคมิลหรือเอพรอน 35 S.D. 7 กรัมต่อเมล็ด 1 กิโลกรัม

การเก็บเกี่ยวและการเก็บรักษา

ในการเก็บเกี่ยวข้าวโพดควรทำการเก็บเกี่ยว เมื่อข้าวโพดแก่จัดแล้วพันธุ์ข้าวโพดไร่ที่ปลูกอยู่ในประเทศไทยในปัจจุบันมีอายุระหว่าง 90-120 วันระยะที่ฝักข้าวโพดสุกแก่เริ่มเปลือกหุ้มฝักจะแห้งเป็นสีฟาง โดยทั่วไปเมื่อข้าวโพดไร่สุกแก่แล้วถ้าสามารถปล่อยให้เมล็ดที่ติดอยู่กับฝักให้แห้งในแปลงนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ แล้วค่อยทำการเก็บเกี่ยว ซึ่งการปฏิบัติเช่นนี้เป็นการทำงานการตากข้าวโพดหลังจากเก็บฝักมาแล้ว ในการเก็บเกี่ยวฝักข้าวโพดจากต้นนั้น วิธีที่สะดวกและเหมาะสมกับประเทศไทยคือการเก็บด้วยแรงงานคน วิธีการเก็บจากไร่อาจจะเก็บมาทั้งฝักที่มีเปลือกหุ้มติดมาด้วยหรือเก็บเฉพาะฝักมาจากแปลง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลย การเก็บฝักอาจใส่กระสอบรวมกันแล้วใช้รถหรือเกวียนเข้าไปชน หรือบางครั้งอาจหักโยนใส่เกวียนหรือรถกระบะเลย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมีการนำเครื่องเก็บเกี่ยวชนิดติดกับรถแทรกเตอร์มาใช้บ้างซึ่งสามารถทำงานได้รวดเร็ว แต่อุปสรรคในการใช้คล้าย ๆ กับเครื่องมือท่อนแรงชนิดอื่น ๆ คือราคาแพงต้องการวิธีปลูกที่เป็นแถวเป็นแนวอย่างดี และต้องการต้นข้าวโพดที่ลำต้นตรงสูงสม่ำเสมอระดับของฝักควรเท่ากัน

หลังจากการเก็บเกี่ยวฝักข้าวโพดจากต้นมาแล้วจะต้องนำมาผ่านขั้นตอนต่างๆ ซึ่งเมล็ดที่ได้จะมีคุณภาพดีมากขึ้นแคะไอน์เพียงใดก็ขึ้นอยู่กับปฏิบัติในขั้นตอนเหล่านี้ เป็นส่วนใหญ่ซึ่งถือว่าเป็นขบวนการเก็บรักษา ได้แก่ การทำให้เมล็ดแห้งหรือการตากเมล็ดข้าวโพดเมื่อเก็บเกี่ยวมาจากต้นใหม่ ๆ จะมีความชื้นอยู่ระหว่าง 21-25 เปอร์เซ็นต์ ต้องทำการตากฝักข้าวโพดจนมีความชื้นอยู่ระหว่าง 12-14 เปอร์เซ็นต์ แล้วทำการกระเทาะแล้วนำไปเก็บรักษาไว้รอขาย การเก็บนั้นมักจะใช้กระสอบหรือถุงแล้วเก็บในโรงเก็บโดยวางซ้อนในลักษณะที่อากาศถ่ายเทสะดวก กระสอบที่อยู่ด้านล่างไม่ควรวางบนพื้นคอนกรีตโดยตรงควรมีไม้วางรองด้วย

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์นั้น ตามที่ฝ่ายวิจัยสินค้าเกษตรกรรมที่ 3 กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ทำการสำรวจในปีการเพาะปลูก 2532/2533 (ตารางที่ 3) จะสามารถแบ่งเป็นต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ ซึ่งต้นทุนผันแปรนี้จะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่นการเตรียมดิน เตรียมพันธุ์และปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวรวมมัด ค่าใช้จ่ายหลังการเก็บเกี่ยว ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่ายาปราบศัตรูพืช ค่าปุ๋ย ค่าอุปกรณ์ ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์รวมทั้งค่าดอกเบี้ย และค่าเสียโอกาสเงินลงทุน ต้นทุนผันแปรต่อไร่เท่ากับ 624.54 บาท สำหรับต้นทุนคงที่นั้นประกอบด้วย ค่าใช้จ้างที่ดิน ค่าภาษีที่ดิน และค่าเสื่อมของอุปกรณ์ ซึ่งต้นทุนคงที่นี้เท่ากับ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ต้นทุนการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เฉลี่ยทั้งประเทศ ปีเพาะปลูก 2532/2533

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เงินสด	ไม่เป็น	รวม
		เงินสด	
ต้นทุนผันแปร	404.31	220.23	624.54
เตรียมดิน	163.19	34.92	198.11
เตรียมพันธุ์และปลูก	18.31	23.24	41.55
ดูแลรักษา	61.49	74.55	136.04
เก็บเกี่ยวรวมมัด	54.19	41.72	95.91
ค่าใช้จ่ายหลังการเก็บเกี่ยว	54.42	22.77	77.19
ค่าเมล็ดพันธุ์, ค่าพันธุ์	15.61	16.58	32.19
ค่าปุ๋ยคอก, ปุ๋ยเคมี	11.36	0.04	11.40
ค่าสารปราบศัตรูพืชและวัชพืช	3.01	-	3.01
ค่าอุปกรณ์การเกษตรและวัสดุอื่น ๆ	5.11	-	5.11
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	1.45	-	1.45
ค่าดอกเบี้ยและค่าเสียโอกาสเงินลงทุน	16.17	6.41	22.58
ต้นทุนคงที่	9.58	100.70	110.28
ค่าใช้ที่ดิน, ค่าภาษีที่ดิน, ค่าเช่าที่ดิน	9.58	96.22	105.80
ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	-	4.48	4.48
ต้นทุนต่อไร่	413.89	320.93	734.82
ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม			1.87
ต้นทุนทั้งหมดต่อตัน			1869.77
ผลผลิตต่อไร่ (กก.)			393

ที่มา : (กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

110.28 บาท ต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่มีมูลค่าทั้งที่เป็นทั้งเงินสดและไม่เป็นเงินสด ด้วยในบางรายการของค่าใช้จ่ายเหล่านั้น สำหรับค่าใช้จ่ายในการผลิตนี้มากที่สุดคือ การเตรียมดินเท่ากับ 198.11 บาทต่อไร่ รองลงมาได้แก่การดูแลรักษาเท่ากับ 136.04 บาทต่อไร่ การเพาะปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในปีการเพาะปลูกนั้นมีผลผลิตต่อไร่เท่ากับ 393 กิโลกรัม ทำให้ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัมเท่ากับ 1.87 บาทต่อไร่

ปัญหาในการผลิต

ในการผลิตข้าวโพดจะพบกับอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ดังนี้ ปัญหาในเรื่องประสิทธิภาพการผลิตต่ำ เนื่องจากการผลิตเมล็ดพันธุ์ดีมีไม่เพียงพอต่อความต้องการในปัจจุบันและราคาปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ๆ เช่นปุ๋ยเคมี ยาปราบศัตรูพืช มีราคาสูงมาก และราคาข้าวโพดมีแนวโน้มต่ำลงทำให้ผู้ผลิตไม่แน่ใจที่จะลงทุนเพิ่มในปัจจัยการผลิต นอกจากนี้เพราะวิธีการปลูกส่วนใหญ่ยังใช้แบบเดิมทำให้ผลผลิตต่อไร่ของข้าวโพดค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับผลผลิตต่อไร่ของประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่เกือบ 2 เท่าตัว และยังมีปัญหาคุณภาพข้าวโพดของไทย ข้าวโพดไทยมีคุณภาพไม่เป็นที่เชื่อถือของตลาดมากนัก เพราะปัญหาสารแอลฟาทอกซิน ซึ่งเกิดจากข้าวโพดมีความชื้นสูงเกินไป ทำให้คุณภาพข้าวโพดของไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่ง

การบริโภคร

การบริโภครข้าวโพดหรือใช้ข้าวโพดของไทยแบ่งออกไปเป็นสองส่วนคือ การบริโภครภายในประเทศและบริโภครภายนอกประเทศหรือการส่งออก

การบริโภคภายในประเทศ

ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ข้าวโพดภายในประเทศ ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และโรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบ ทั้งนี้โดยไม่รวมถึงการเก็บไว้ทำพันธุ์ของชาวไร่ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และโรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบ จะรับซื้อผลผลิตข้าวโพดในรูปเมล็ดข้าวโพดบรรจุกระสอบซึ่งอาจผ่านหรือไม่ผ่านไซโลก็ได้ การรับซื้อผลผลิตข้าวโพดจะพิจารณาถึงความชื้นเป็นสำคัญ ปริมาณความต้องการใช้ข้าวโพดภายในประเทศส่วนใหญ่ มาจากความต้องการใช้ของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ คือประมาณร้อยละ 95 ของผลผลิตข้าวโพดที่ใช้ภายในประเทศทั้งหมด และมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วประมาณร้อยละ 7-10 ในแต่ละปีกล่าวคือระหว่างปีพ.ศ. 2527-2530 จะมีการใช้ประมาณ 1.2-1.6 ล้านตันต่อปี ได้เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 2.7-3.3 ล้านตันต่อปี ในช่วงปีพ.ศ. 2531-2534 (ตารางที่ 4) ส่วนที่เหลือได้แก่โรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบได้แก่โรงงานสกัดน้ำมันพืช โรงงานแป้งข้าวโพดและอื่น ๆ

สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการใช้ข้าวโพด เพื่อบริโภคภายในประเทศ ได้แก่ ปริมาณการผลิตและการพัฒนาการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบ ราคาข้าวโพดและสินค้าที่ใช้ทดแทนข้าวโพดในการผลิตอาหารสัตว์ได้แก่รำข้าว ปลาช้าว ข้าวฟ่าง และมันสำปะหลัง เป็นต้น เมื่อราคาข้าวโพดลดต่ำลงก็จะมีการใช้ข้าวโพดในปริมาณมากในอาหารสัตว์ แต่เมื่อราคาข้าวโพดสูงขึ้นตามฤดูกาลและราคาสินค้าทดแทนมีค่าต่ำกว่า ก็จะทำให้โรงงานอาหารสัตว์หันไปใช้สินค้าทดแทนเหล่านั้นแทน ทำให้ปริมาณความต้องการข้าวโพดลดลง และชนิดของอาหารสัตว์ ก็เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการใช้ข้าวโพดภายในประเทศเช่นกัน เนื่องจากอัตราส่วนการใช้ข้าวโพด เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์จะแตกต่างกันออกไป

ตามชนิดและลักษณะของสัตว์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริหารโกศภายนอกประเทศหรือการส่งออก

ผลผลิตข้าวโพดที่ประเทศต่างๆ นำเข้าจากไทยแบ่งออกได้เป็นสองลักษณะคือ ข้าวโพดบรรจุกระสอบ(bag) และข้าวโพดแบบเทกอง(bulk) ปริมาณความต้องการนำเข้าของประเทศไทยหรือปริมาณความต้องการส่งออกของประเทศไทยจะอยู่ประมาณ 1.2 ล้านตัน สำหรับปีพ.ศ.2533 ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.81 (ตารางที่ 4)

สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการส่งออก ได้แก่ ปริมาณการผลิตภายในประเทศและความต้องการใช้ภายในประเทศ ปริมาณการผลิตและความต้องการตลาดโลก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศผู้นำเข้า รวมทั้งการดำเนินนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดส่งออก

ตารางที่ 4 ผลผลิต การใช้ภายในประเทศ ปริมาณและมูลค่าส่งออกของไทย

ปีเพาะปลูก	ผลผลิต (ล้านตัน)	การใช้ในประเทศ		ส่งออก	
		(ล้านตัน)	ปริมาณ(ล้านตัน)	มูลค่า(ล้านบาท)	
2530/31	2.781	1.6	0.8	2,098	
2531/32	4.675	2.7	1.6	ไม่มีรายงาน	
2532/33	4.393	2.7	1.1	-	
2533/34	3.656	2.9	1.2	4,138.7	
2534/35 <u>1/</u>	4.338	3.3	1.0	-	

ที่มา : (ศูนย์สถิติการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2533)

หมายเหตุ 1/ ค่าประมาณการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาระบบการตลาดข้าวโพด

ผลการศึกษาระบบการตลาดข้าวโพดพิจารณาตามแนวเค้าโครงการวิเคราะห์
ในบทที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างการตลาดข้าวโพด แนวทางหรือพฤติกรรมของ
ผู้ทำหน้าที่การตลาดในระบบการตลาดข้าวโพด และผลการดำเนินงานของระบบการตลาด
ข้าวโพด ซึ่งจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงสร้างการตลาดข้าวโพด

โครงสร้างการตลาดของข้าวโพด จะมีลักษณะคล้ายกับโครงสร้างการตลาด
ของพืชไร่ชนิดอื่น ๆ เช่น ถั่วเขียว ข้าวฟ่าง เป็นต้น ซึ่งจะสามารถแยกออกเป็นหัวข้อ
ต่าง ๆ ได้ดังนี้

ระดับตลาดที่สำคัญ

ระดับตลาดที่สำคัญในโครงสร้างการตลาดข้าวโพด จะสามารถแบ่งแยกระดับ
ตลาดต่าง ๆ ได้ดังนี้

ตลาดระดับไร่และท้องถิ่น ตลาดข้าวโพดในระดับไร่หมายถึง ตลาด
ซึ่งทำหน้าที่ในการซื้อขาย รวบรวมผลผลิตข้าวโพด และให้บริการการตลาดอย่างอื่น ๆ ได้
แก่ การแปรรูป ปรับปรุงคุณภาพ บรรจุภาชนะขนส่งและเก็บรักษา จัดขึ้นคุณภาพ การให้
สินเชื่อ ข้าราชการตลาด เป็นต้น ในพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งผลิต ตลาดระดับท้องถิ่นหมายถึง
ตลาดซึ่งทำธุรกิจซื้อขายรวบรวมผลผลิตข้าวโพด และตลอดจนให้บริการด้านการตลาดอื่น ๆ
ในพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งผลิตข้าวโพดของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ตลาดระดับนี้มีลักษณะที่สังเกต
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้คือ อยู่ในท้องถิ่นซึ่งเป็นแหล่งผลิตข้าวโพดที่กระจายอยู่ทั่วไป เส้นทางการขนส่งผลผลิตข้าวโพดจากไร่หรือแหล่งรวบรวมผลผลิตข้าวไร่ไม่สะดวกสบายนัก ดังนั้นตลาดระดับนี้แต่ละแห่งจึงครอบคลุมพื้นที่จำกัด และทำให้พ่อค้าในตลาดระดับนี้มีความใกล้ชิดและคุ้นเคยกับชาวไร่ข้าวโพดเป็นอย่างดี

ตลาดระดับภูมิภาค ตลาดระดับภูมิภาค หมายถึงตลาดที่ดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกับตลาดระดับท้องถิ่นแต่มีปริมาณธุรกิจมากกว่าและครอบคลุมท้องถิ่นต่าง ๆ ในแหล่งผลิตกว้างขวางกว่า ทั้งนี้เพราะมีความได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้งและการคมนาคมเป็นสำคัญ ตลาดระดับนี้มีลักษณะที่สำคัญที่สังเกตได้คืออยู่ในแหล่งผลิตที่สำคัญมีการผลิตข้าวโพดหนาแน่น การคมนาคมขนส่งภายในและระหว่างท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตใกล้เคียงสะดวกสบาย ตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอหรือจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตเก่า เช่น อำเภอพยุหะคีรี และอำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ อำเภอโคกสำโรงและอำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี และอำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี เป็นต้น อย่างไรก็ตามตลาดเหล่านี้ในอดีตที่ผ่านมาคงมีสภาพเป็นตลาดระดับท้องถิ่นเช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากได้ปรับตัวในการดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน และมีความได้เปรียบในการขนส่งจึงได้พัฒนาจากตลาดระดับท้องถิ่นมาเป็นตลาดระดับภูมิภาค และมีความสำคัญมากดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ตลาดปลายทางระดับประเทศ ตลาดปลายทางเป็นตลาดสุดท้ายที่ทำหน้าที่ในการรับซื้อ รวบรวมผลผลิตจากแหล่งผลิตและตลาดในแหล่งผลิตต่าง ๆ ตลอดจนให้บริการด้านการตลาดอย่างอื่น ๆ กับผลผลิตข้าวโพดที่รับซื้อและรวบรวมได้เพื่อปรับให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ทั้งด้านรูปลักษณะและปริมาณสินค้าก่อนที่จะกระจายผลผลิตเหล่านี้ไปสู่ผู้บริโภคโดยผ่านกลไกของตลาดขายปลีกตามลำดับอย่างไรก็ตามข้าวโพดเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญและประกอบกับผู้ใช้ภายในประเทศเป็นโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นผู้บริโภครายใหญ่ ดังนั้นตลาดขายปลีกจึงไม่มีบทบาทและความสำคัญในระบบตลาดข้าวโพด และทำให้ตลาดปลายทางมีบทบาทและความสำคัญยิ่งขึ้น เพราะเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

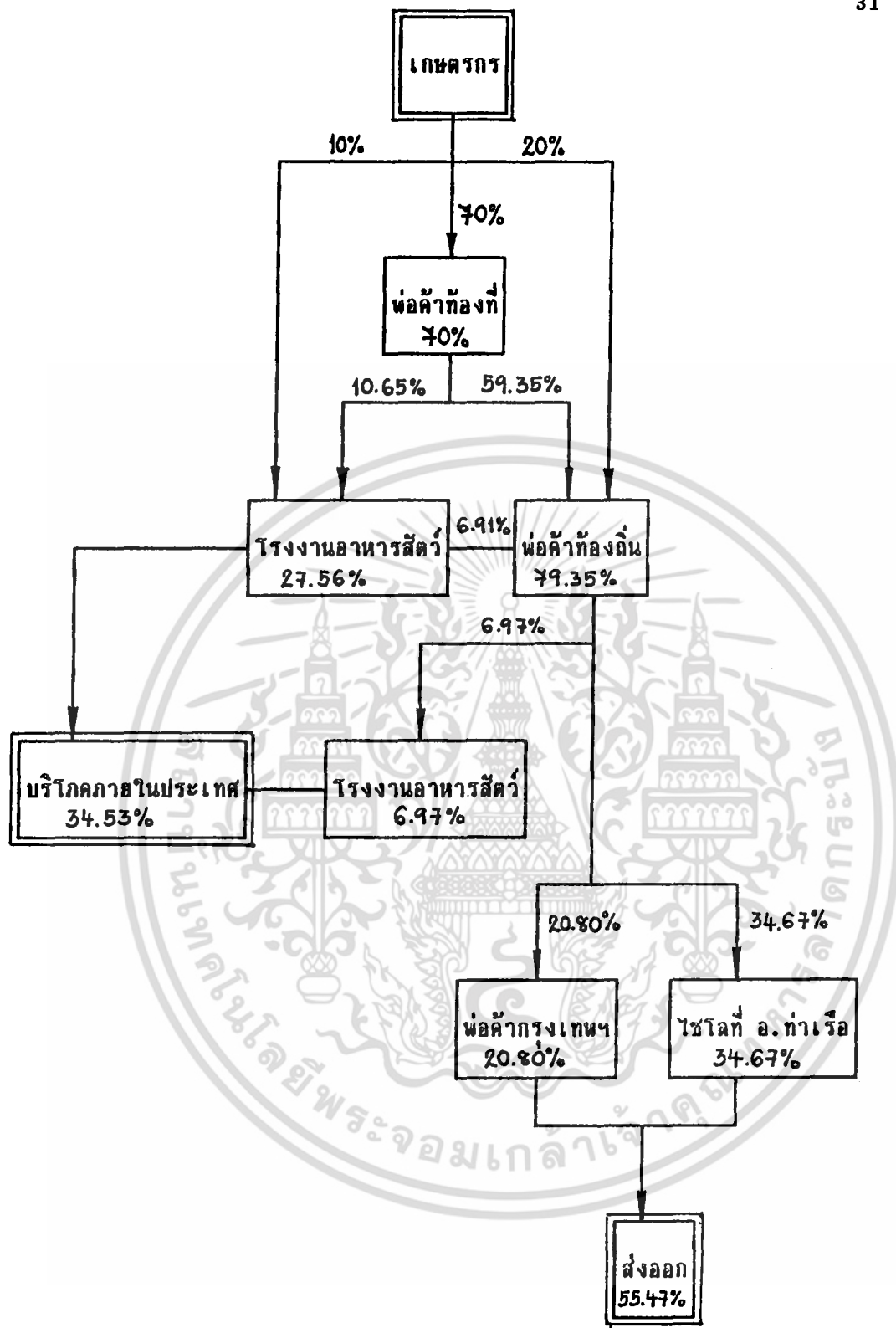
ตลาดซึ่งทำหน้าที่โดยตรง ในการขายผลผลิตให้กับผู้ซื้อทั้งภายในและภายนอกประเทศด้วย ตลาดปลายทางมีลักษณะสำคัญที่สังเกตได้คืออยู่ในชุมชนเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการคมนาคม และการค้าของประเทศ หรือเป็นเมืองท่าสำหรับการส่งสินค้าออก มีความได้เปรียบในการคมนาคมขนส่งและสื่อสารติดต่อกับภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศโดยเฉพาะแหล่งผลิตและแหล่งบริโภคสำคัญ สำหรับตลาดกลางปลายทางข้าวโพดได้แก่ กรุงเทพฯ และอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการตลาด

วิธีการตลาดข้าวโพดนั้นจะมีขั้นตอนคล้ายกับพืชไร่ชนิดอื่น ๆ ซึ่งในแต่ละภาคที่มีการเพาะปลูกข้าวโพดจะมีวิธีการตลาดที่คล้ายกัน โดยจะกล่าวได้ดังนี้

วิธีการตลาดข้าวโพดในภาคเหนือ วิธีการตลาดของข้าวโพดในภาคเหนือ จะแตกต่างกันระหว่างภาคเหนือตอนบนและภาคเหนือตอนล่าง ทั้งนี้เพราะมีโครงสร้างพื้นฐานแตกต่างกัน เช่นในภาคเหนือตอนบนมีโรงงานอาหารสัตว์รองรับข้าวโพดอยู่ แต่ในภาคเหนือตอนล่างจะมีไซโลเป็นที่รองรับข้าวโพด ดังนั้นจึงแยกพิจารณาเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. วิธีการตลาดข้าวโพดในภาคเหนือตอนบน(ภาพที่ 1) จะแสดงให้เห็นว่าข้าวโพดจากเกษตรกรจะถูกขายให้แก่ผู้ซื้อ3ระดับคือพ่อค้าท้องถิ่นที่เข้ามารวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกรถึงในไร่และอยู่ห่างประมาณร้อยละ70 ของผลผลิตข้าวโพดทั้งหมด มีพ่อค้าท้องถิ่นเข้ามารวบรวมและที่เกษตรกรขนออกไปขายให้แก่พ่อค้าท้องถิ่น ซึ่งตั้งร้านรับซื้ออยู่ในระดับอำเภอและจังหวัดประมาณร้อยละ20และที่เกษตรกรส่งขายให้แก่โรงงานอาหารสัตว์ในภาคเหนือตอนบนโดยตรงอีกประมาณร้อยละ10จากนั้นพ่อค้าท้องถิ่นนำไปขายต่อให้แก่พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ59.35และโรงงานอาหารสัตว์ในภาคเหนือตอนบนร้อยละ10.65พ่อค้าท้องถิ่นจึงเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 วิธีการตลาดข้าวโพคของภาคเหนือตอนบน ปีพ.ศ. 2526
ที่มา : (สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

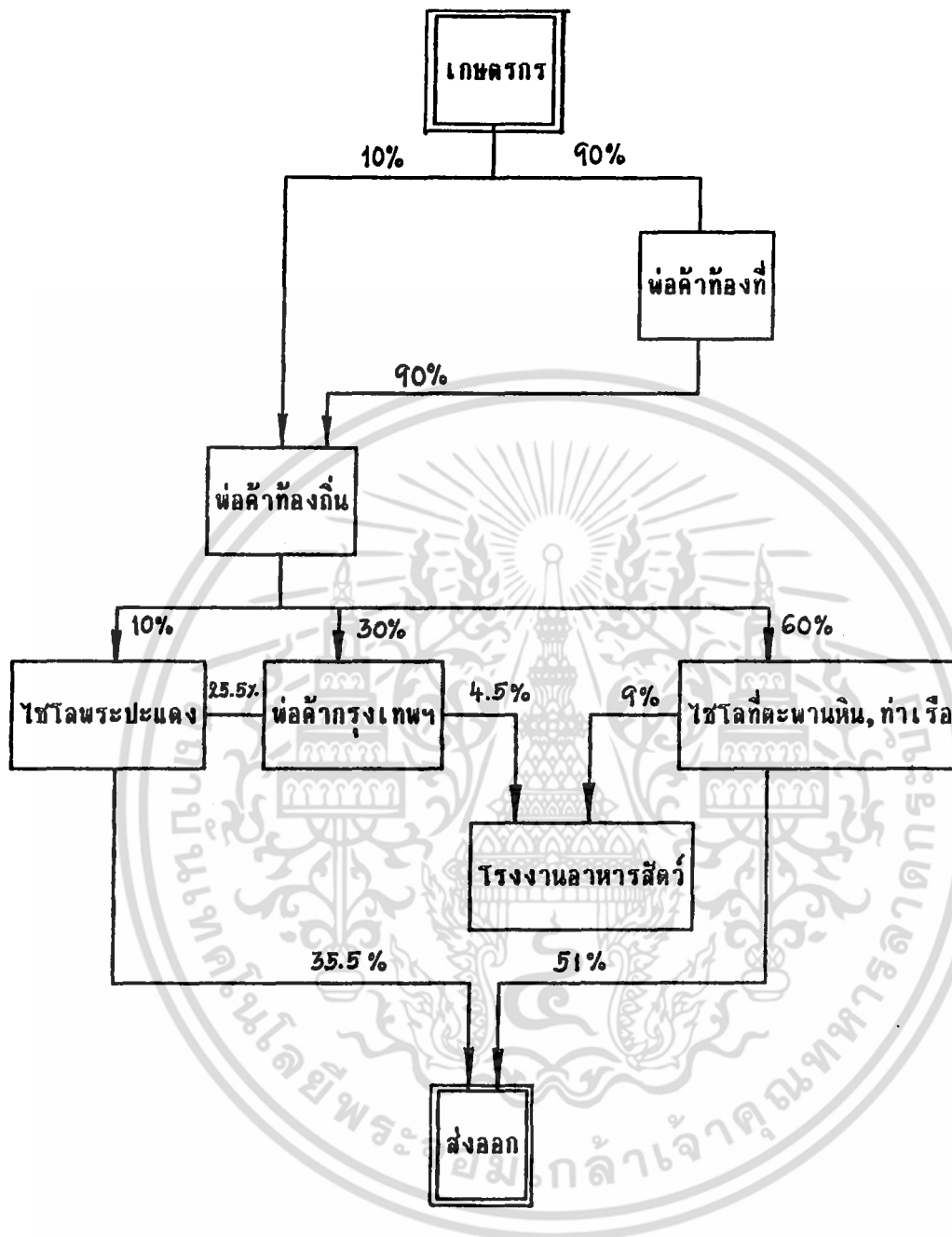
ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการรวบรวมข้าวโพดในระดับท้องถิ่น เพื่อส่งต่อไปยังผู้ประกอบการในระดับภูมิภาคคือส่งให้โรงงานอาหารสัตว์ในภาคกลางร้อยละ6.97 โรงงานอาหารสัตว์ในภาคเหนือตอนบนร้อยละ6.91 ส่งให้อำเภอกำแพง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาร้อยละ34.67 และส่งให้พ่อค้ากรุงเทพฯอีกร้อยละ20.80 โดยไซโลที่ อำเภอกำแพง และพ่อค้ากรุงเทพฯ จะส่งออกไปขายยังต่างประเทศจำนวนรวมร้อยละ55.47

2. วิธีการตลาดข้าวโพดในภาคเหนือตอนล่าง(ภาพที่ 2) วิธีการตลาดเริ่ม

จากผู้รับจ้างกะเทาะและขนออกจากหมู่บ้าน ซึ่งอาจทำหน้าที่รับจ้างบริการอย่างเดี่ยว หรือ อาจทำหน้าที่เป็นพ่อค้าท้องถิ่นที่รวบรวมด้วย โดยข้าวโพดส่วนใหญ่ที่เกษตรกรในภาคเหนือตอนล่างผลิตได้จะขายให้แก่พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ90และอีกร้อยละ10จะถูกขนส่งไปขายให้แก่พ่อค้าท้องถิ่นที่ตั้งร้านรับซื้อในอำเภอหรือจังหวัด แต่พ่อค้าท้องถิ่นที่เข้าไปรวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกรจะทำหน้าที่เสมือนนายหน้ารับซื้อให้แก่พ่อค้าท้องถิ่น ดังนั้นข้าวโพดทั้งหมดในภาคเหนือตอนล่างจะถูกรวบรวมโดยพ่อค้าท้องถิ่นเพื่อส่งไปขายยังตลาดรับซื้อในระดับภูมิภาคซึ่งได้แก่ ไซโลที่อำเภอดงขลับ จังหวัดพิจิตร อำเภอกำแพง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้อยละ60และที่พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการร้อยละ10 และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ30 ขายเป็นพ่อค้าคนกลาง โดยข้าวโพดเหล่านี้จะถูกส่งออกไปขายต่างประเทศถึงร้อยละ86.5 และถูกส่งเข้าโรงงานอาหารสัตว์และโรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ ซึ่งเป็นการใช้บริโภคภายในประเทศเพียงร้อยละ13.5 เท่านั้นสำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกข้าวโพดที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ มีศูนย์กลางของการตลาดอยู่ที่อำเภอลำทะเมนชัย โดยมีบทบาทในการรวบรวมข้าวโพดที่ผลิตในจังหวัดปีหนึ่ง ๆ ถึง6-7แสนตัน และรวบรวมข้าวโพดจากอำเภอในจังหวัดข้างเคียงด้วย รวมทั้งจากจังหวัดเลยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ในปัจจุบันวิธีการตลาดในจังหวัดเพชรบูรณ์เริ่มเปลี่ยนแปลง นับตั้งแต่การเปิดไซโลสองแห่งที่อำเภอดงขลับ จังหวัดพิจิตรเป็นผลทำให้มีการขนส่งข้าวโพดจากไร่ส่งไซโลที่ดงขลับโดยตรงไม่ต้องผ่านตลาดที่ลำน้อย จึงทำให้ตลาดที่อำเภอลำทะเมนชัยลดความสำคัญทางการตลาดลง

ไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 วิธีการตลาดข้าวโหดของภาคเหนือตอนล่าง ปีพ.ศ.2526
ที่มา : (สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

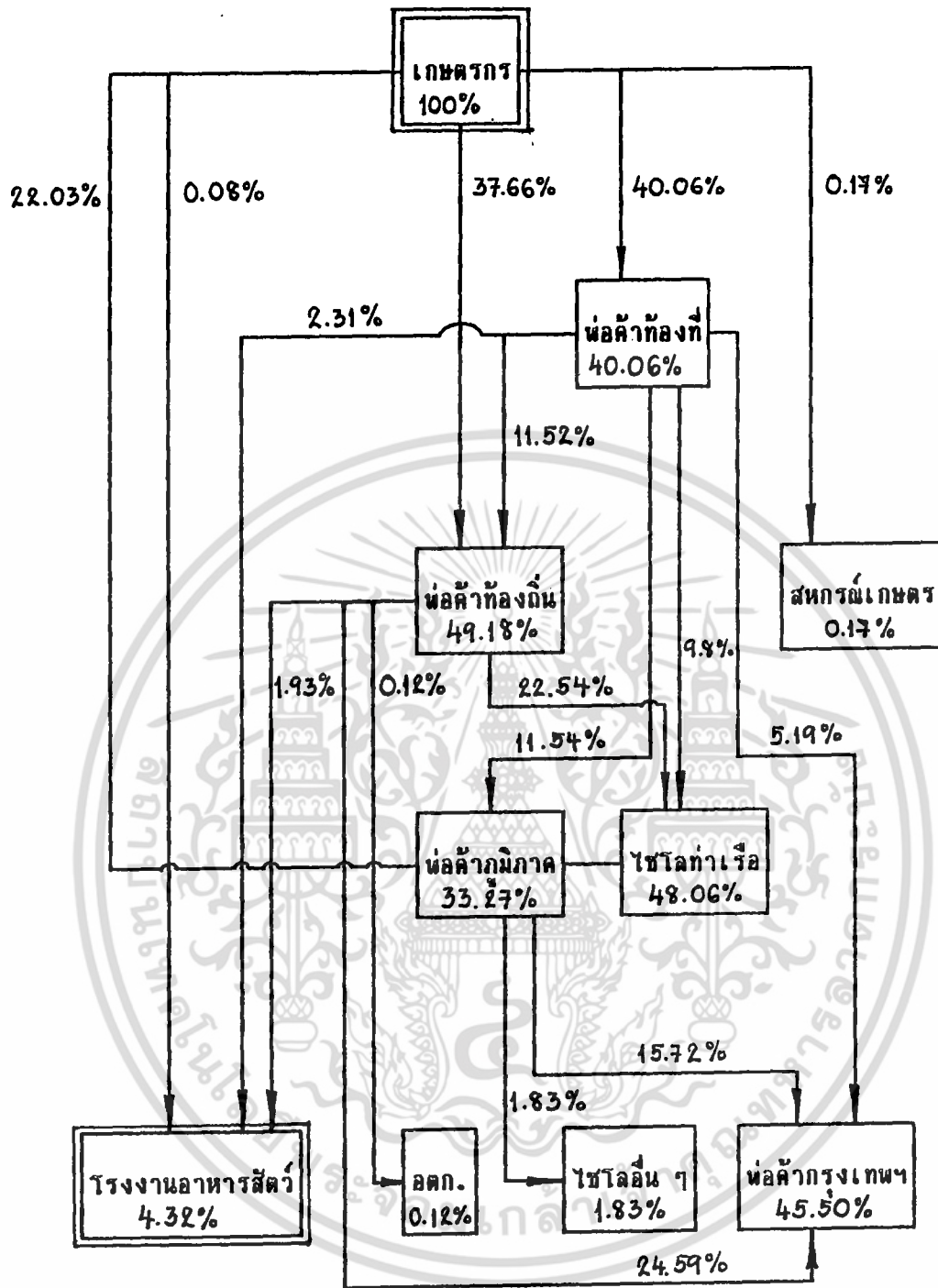
วิธีการตลาดข้าวโพดในภาคกลางและภาคตะวันตก (ภาพที่3) จะมีวิธีการตลาด

ดังนี้ ข้าวโพดที่ออกจากเกษตรกรจะกระจายไปยังบุคคลและธุรกิจต่าง ๆ คือสหกรณ์ฯ ร้อยละ 0.17 พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 40.06 พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 37.66 พ่อค้าระดับภูมิภาคร้อยละ 22.03 โรงงานอาหารสัตว์ร้อยละ 0.08 กรณีขายผ่านสหกรณ์ สหกรณ์จะส่งต่อไปแก่ชุมนุมสหกรณ์แห่งประเทศไทยเพื่อส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศเกือบทั้งหมด ในระดับพ่อค้าท้องถิ่นซึ่งมีข้าวโพดร้อยละ 40.06 ของทั้งหมดจะจำหน่ายให้พ่อค้าระดับท้องถิ่นร้อยละ 11.52 พ่อค้าระดับภูมิภาคร้อยละ 11.24 หองในกรุงเทพฯ ร้อยละ 5.19 อำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา ร้อยละ 9.80 และ โรงงานอาหารสัตว์ร้อยละ 2.31 ในระดับของพ่อค้าท้องถิ่นซึ่งมีข้าวโพดร้อยละ 49.18 ของทั้งหมดจะจำหน่ายให้แก่หองในกรุงเทพฯ ร้อยละ 24.59 อำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา ร้อยละ 22.54 โรงงานอาหารสัตว์ร้อยละ 1.93 และหน่วยงานของรัฐ (ลดก.) ร้อยละ 0.12 กรณีขายให้กับหน่วยงานของรัฐนั้น หน่วยงานของรัฐจะขายต่อไปแก่ตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ในระดับพ่อค้าภูมิภาคซึ่งมีข้าวโพดร้อยละ 33.27 ของทั้งหมดจะจำหน่ายให้แก่หองในกรุงเทพฯ ร้อยละ 15.72 ที่อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้อยละ 15.72 ไซโลต่าง ๆ ยกเว้นอำเภอท่าเรือ ร้อยละ 1.83

วิธีการตลาดข้าวโพดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปริมาณการไหลของผลผลิต

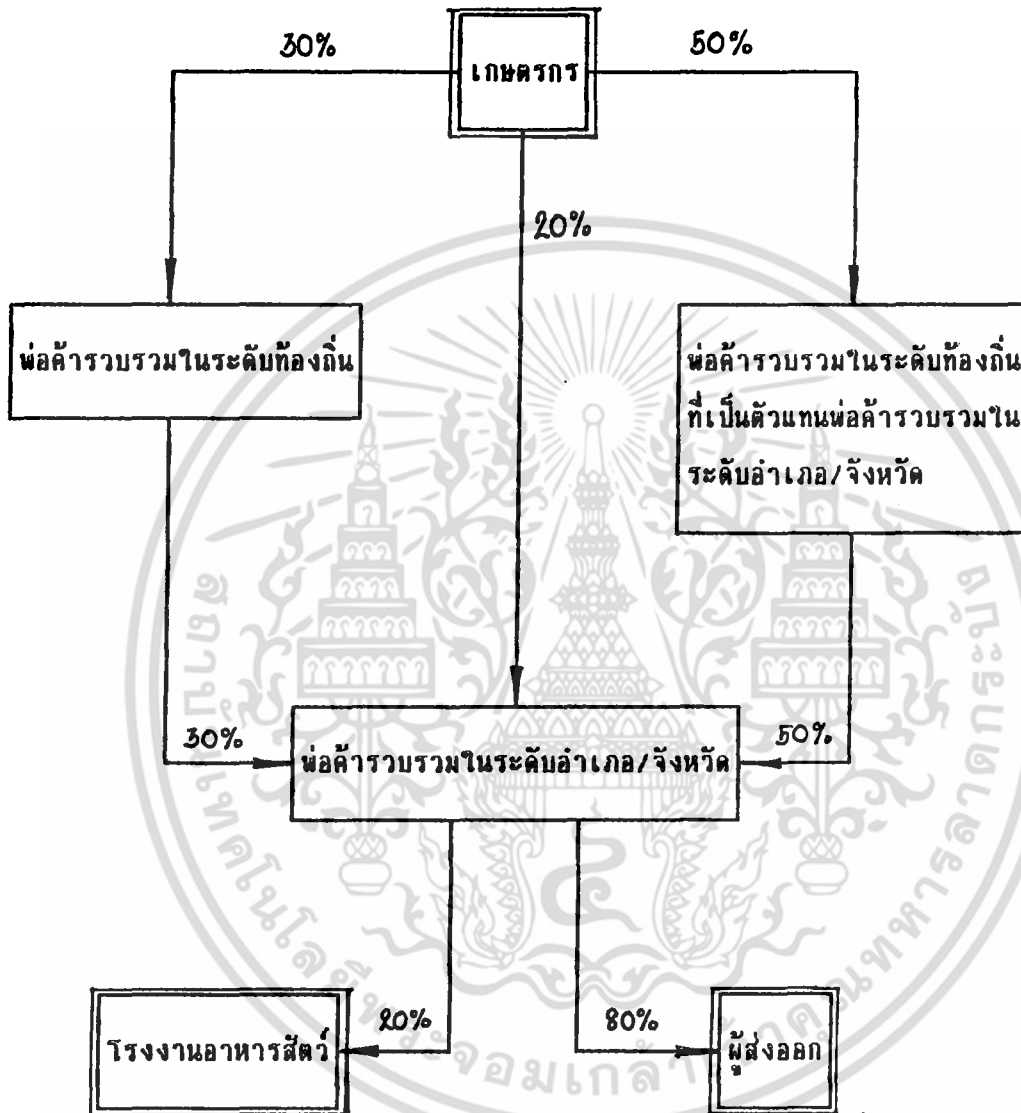
ข้าวโพดที่เกษตรกรขายผ่านพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นที่เป็นตัวแทนของพ่อค้ารวบรวมในระดับอำเภอหรือจังหวัดเสียเป็นส่วนใหญ่ถึงประมาณร้อยละ 50 รองลงมา คือปริมาณข้าวโพดที่ขายให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น ที่ทำธุรกิจของตนเองซึ่งมีประมาณร้อยละ 30 และมีประมาณร้อยละ 20 ของปริมาณผลผลิตที่เกษตรกรนำไปขายให้กับพ่อค้ารวบรวมในระดับอำเภอหรือจังหวัดโดยตรง จากพ่อค้าในระดับอำเภอหรือจังหวัดนี้จะส่งขายให้กับผู้ส่งออกประมาณร้อยละ 80 โดยผ่านหองและผู้ส่งออกโดยตรง ส่วนอีกร้อยละ 20 จะขายให้กับโรงงานอาหารสัตว์ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการซื้อขายตามวิธีการตลาดดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่าพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นประเภทตัวแทนรวมพ่อค้าในระดับอำเภอหรือจังหวัด มีบทบาทในการรับซื้อข้าวโพดจากเกษตรกรมากกว่าพ่อค้าในระดับอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดข้าวโตน,ภาคกลาง-ตะวันตก ปี.ศ. 2526
ที่มา : (สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 วิธีการตลาดข้าวโพคของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีพ.ศ.2526

ที่มา : (ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับวิธีการตลาดข้าวโพดในภาคใต้จะไม่กล่าวถึง เนื่องจากกา
เพาะปลูกข้าวโพดในภาคใต้มีปริมาณที่น้อยมาก และทำให้มีผลต่อระบบการตลาดข้าวโพด
ในประเทศที่น้อยมาก

วิธีการตลาดของข้าวโพดในแต่ละภาคที่กล่าวผ่านมาแล้วนั้น จะแสดงให้เห็นทราบ
ว่าในแต่ละภาคนี้มีวิธีการตลาดที่เป็นลักษณะของตนเองและก็มีส่วนที่คล้ายคลึงกันบ้างใน
บางอย่าง แต่ก็สามารถสรุปมาเป็นวิธีการตลาดโดยรวมทั้งประเทศของข้าวโพดได้ดังนี้

วิธีการตลาดของข้าวโพดโดยรวมทั้งประเทศ(ภาพที่5) โดยเริ่มจากเกษตรกร
ผู้ปลูกข้าวโพดจะขายผลผลิตให้แก่พ่อค้ารวบรวมท้องที่มากที่สุดคือร้อยละ 39.08 รองลงไป
จะขายให้แก่พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และสถาบันของรัฐร้อยละ
31.12, 15.07 และ 2.39 ตามลำดับ นอกจากนี้เป็นการใช้ภายในประเทศ ได้แก่
สัตว์เลี้ยงและทำพันธุ์ ร้อยละ 7.00 พ่อค้ารวบรวมท้องที่รวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกร
โดยตรงแล้วจำหน่ายให้แก่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โรงงานแปรรูป หองในกรุงเทพฯ พ่อค้า
อำเภอท่าเรือ และสถาบันของรัฐ ร้อยละ 25.27, 7.25, 5.21, 1.34 และ 0.01
ตามลำดับ พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร แล้วส่งให้แก่พ่อค้า
ท้องถิ่นและพ่อค้าอำเภอท่าเรือ ร้อยละ 15.70 และ 15.42 ตามลำดับ สถาบันของรัฐ
รวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น แล้วส่งขายให้แก่พ่อค้าอำเภอ
ท่าเรือ พ่อค้าในกรุงเทพฯ(หอง)และพ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 1.84, 0.21 และ 0.35 ตาม
ลำดับ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรวบรวมข้าวโพดจากเกษตรกร พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า
พ่อค้ารวบรวมท้องที่ และสถาบันของรัฐ แล้วส่งไปจำหน่ายให้แก่ พ่อค้าอำเภอท่าเรือ
พ่อค้ากรุงเทพฯ และโรงงานแปรรูป ร้อยละ 20.59, 32.68และ 8.46ตามลำดับ พ่อค้า
อำเภอท่าเรือจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซื้อข้าวโพดจากพ่อค้ารวบรวมท้องที่ พ่อค้าตัวแทน
หรือนายหน้า พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและสถาบันของรัฐแล้วจำหน่ายให้แก่โรงงานแปรรูป
ร้อยละ 9.51 นอกจากนี้ทำหน้าที่เป็นพ่อค้าส่งออกจำหน่ายแก่ต่างประเทศร้อยละ 29.68
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนพ่อค้ากรุงเทพฯ หรือทองเมื่อรวบรวมข้าวโพดจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้ารวบรวม
ท้องที่และสถาบันของรัฐ แล้วส่งเข้าโรงงานแปรรูป ร้อยละ 9.24 ที่เหลือส่งให้แก่พ่อค้า
ส่งออก ร้อยละ 28.86 สำหรับส่วนที่ส่งเข้าโรงงานแปรรูปนั้นเป็นการใช้ภายในประเทศ
โดยเป็นการผลิตอาหารสัตว์ ใช้เลี้ยงสัตว์และทำพันธุ์สำหรับการปลูกในปีเพาะปลูกต่อไป

ส่วนแบ่งการตลาด

ในการศึกษาส่วนแบ่งการตลาดครั้งนี้ทำการศึกษาถึงตลาดส่งออกข้าวโพดไทย
โดยจากผลการศึกษาพบว่าในปีพ.ศ. 2533 (ตารางที่ 5) มีผู้ส่งออกข้าวโพดรายใหญ่ ๆ
มีประมาณ 13 ราย ซึ่งเมื่อคิดเป็นร้อยละของส่วนแบ่งการตลาดส่งออกจะพบว่า บริษัท
แคปิตัลไฮไลและอบพีซี จำกัด เป็นผู้ส่งออกข้าวโพดมากที่สุด คือ 181,899 เมตริกตัน
จากปริมาณการส่งออกข้าวโพดในปีพ.ศ. 2533 ทั้งหมด 1,181,279 เมตริกตัน ซึ่งคิด
เป็น 15.40 เปอร์เซ็นต์ และสำหรับผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ที่มีปริมาณการส่งออกรอง
ลงมาได้แก่ บริษัท วิคเตอร์อินเตอร์โปรดิวส์ จำกัด และ บริษัท สยามอินดัสเทรียล จำกัด
มีปริมาณการส่งออก 111,616.5 เมตริกตัน และ 107,527 เมตริกตัน ตามลำดับ คิด
เป็น 9.45 เปอร์เซ็นต์ และ 9.10 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ ผู้ส่งออกรายอื่น ๆ นอกจากนี้
ก็มีปริมาณการส่งออกลดต่ำเรียงลงไปตามตารางรายชื่อผู้ส่งออกและปริมาณการส่งออกข้าว
โพดในปี 2533 สำหรับผู้ส่งออกรายย่อยนอกเหนือจากผู้ส่งออกรายใหญ่ ๆ ทั้ง 13 บริษัท
นี้ก็มีปริมาณการส่งออกโดยรวม 152,371.5 เมตริกตัน หรือคิดเป็น 12.90 เปอร์เซ็นต์
ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด และจากการศึกษาถึงปริมาณการส่งออกของผู้ส่งออกราย
ใหญ่ ๆ ในปีพ.ศ. 2529-2533 (ตารางที่ 6) นั้น จะแสดงให้เห็นได้ว่าการเข้าออก
ของผู้ส่งออกรายใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจในตลาดส่งออกข้าวโพดนั้นเป็นไปได้ค่อนข้าง
ยาก เพราะผู้ส่งออกรายเก่า ๆ ส่วนใหญ่จะครองตลาดการส่งออกข้าวโพดนี้อยู่แล้ว
แต่ที่ว่าบริษัทผู้ส่งออกเหล่านั้นก็อาจมีการส่งออกที่ขาดตอนไปบ้างบางปี ซึ่งบริษัทที่มีการ
ส่งออกข้าวโพดในปริมาณมากอยู่ตลอดช่วงปีพ.ศ. 2529-2533 นั้นได้แก่ บริษัท กรุงเทพฯ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 รายชื่อผู้ส่งออกและปริมาณข้าวโพดส่งออกไปต่างประเทศประจำปีพ.ศ. 2533

(หน่วย: เมตริกตัน)

รายชื่อบริษัทผู้ส่งออก	ปริมาณส่งออก	เปอร์เซ็นต์การส่งออก
บริษัท แคมป์ดีลไฮโดลและอบพีช จำกัด	181,899.0	15.40
บริษัท วิคตอรีอินเตอร์โปรดิวส์ จำกัด	111,816.5	9.45
บริษัท สยามอินดัสเทรียล จำกัด	107,527.0	9.10
บริษัท เคอร์รี่-กลอรี่ ไฮโดล จำกัด	92,600.0	7.84
บริษัท ไทยไฮโดลและอุตสาหกรรม จำกัด	83,545.5	7.07
บริษัท ไทยสวีตค็อกกอบพีชและไฮโดล จำกัด	77,529.0	6.56
บริษัท กรุงเทพอบพีชและไฮโดล จำกัด	74,572.0	6.31
บริษัท วิทยาคม จำกัด	60,243.0	5.10
บริษัท สงขลาหน้าสวีตค็อกกอบพีช จำกัด	50,856.5	4.31
บริษัท ไทยยามิอบพีชและไฮโดล จำกัด	49,682.5	4.21
บริษัท ชัยสง (1970) จำกัด	47,200.0	4.00
บริษัท นานาพรหมอินเตอร์ไพร์ส จำกัด	46,524.5	3.94
บริษัท เกษตรรุ่งเรืองพืชผล จำกัด	45,112.0	3.82
อื่น ๆ	152,371.5	12.90
รวม	1,181,279.0	100.00

ที่มา : (สมาคมพ่อค้าข้าวโพดและพืชพันธุ์ไทย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อผู้ส่งออก	ปริมาณข้าวโพดส่งออก				
	พ.ศ. 2529	พ.ศ. 2530	พ.ศ. 2531	พ.ศ. 2532	พ.ศ. 2533
บริษัท เกษตรรุ่งเรืองพืชผล จำกัด	471,274	-	59,210	-	45,112
บริษัท ข้าวโพดพร จำกัด	262,650	85,600	-	-	-
บริษัท กรุงเทพมหานครและไซโล จำกัด	235,399	113,473	170,350	110,691	74,572
บริษัท นานาพรธเอนเตอร์ไพรส์ จำกัด	231,537	141,308	98,235	57,187	46,524
บริษัท ชัยสง(1970) จำกัด	190,120	47,800	84,092	50,900	47,200
บริษัท แคนปิคโลไซโลและอบพืช จำกัด	182,560	65,120	145,502	109,505	181,899
บริษัท คอนดิเนนตัลโอเวอร์ซีส์ จำกัด	170,156	-	-	-	-
บริษัท ยู เอ็ม ซี อินเตอร์เนชั่นแนลคอร์ปอเรชั่น จำกัด	134,735	58,340	-	-	-
บริษัท ไทยสวัสดิ์คอกบพืชและไซโล จำกัด	130,358	47,275	82,975	113,743	77,529
บริษัท วิศวกรอินเตอร์โปรวิวิส์ จำกัด	125,900	-	97,810	97,669	111,617
บริษัท ไทยไซโลและอุตสาหกรรม จำกัด	115,400	41,725	38,435	40,916	83,546
บริษัท วิจิตรพืชผลและไซโล จำกัด	115,054	-	-	-	-
บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด	112,556	102,627	-	-	-
บริษัท สยามเกรนส์อินเตอร์เทรด จำกัด	109,358	-	-	-	-
บริษัท นานาพรธพืชผลส่งออกและไซโล จำกัด	103,498	104,829	-	-	-
บริษัท รวมข้าวสยาม จำกัด	103,145	45,695	-	-	-
บริษัท รุ่งเรืองกิตติ จำกัด	99,692	-	66,800	75,158	-
บริษัท คาร์กิลล์ จำกัด	94,179	-	-	-	-
บริษัท แพลมทองสหการ จำกัด	83,091	-	-	-	-
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชัยสงพืชผล	71,250	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ส่งออก	ปริมาณข้าวโพดส่งออก				
	พ.ศ. 2529	พ.ศ. 2530	พ.ศ. 2531	พ.ศ. 2532	พ.ศ. 2533
บริษัท วิคตอรีไฮโล จำกัด	-	97,500	-	48,916	-
บริษัท สหผลิตผลไทยเทรคคิง จำกัด	-	72,276	-	-	-
บริษัท สยามอินดัสเทรียล จำกัด	-	-	46,320	43,362	107,527
บริษัท เคอร์-กลอรี่ ไฮโล จำกัด	-	-	-	87,163	92,600
บริษัท ซิลลิด โพรดิส์ จำกัด	-	-	-	50,885	-
บริษัท ชัยเศรษฐรุ่งเรือง จำกัด	-	-	-	41,740	-
บริษัท วิทยาคม จำกัด	-	-	-	-	60,243
บริษัท สงฆานาสวัสดิ์เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	-	-	-	-	50,856
บริษัท ไทยพาณิชย์และไฮโล จำกัด	-	-	-	-	49,682
อื่น ๆ	629,034	462,298	290,184	198,251	152,372
รวม	3,770,946	1,485,866	1,179,913	1,126,086	1,181,279

ที่มา : (สมาคมพ่อค้าข้าวโพดและพืชพันธุ์ไทย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อบพืชและไซโล จำกัด บริษัท นานาพรธเอนเตอร์ไพรส์ จำกัด บริษัท ชัยอง(1970) จำกัด บริษัท แคปปิตอลไซโลและอบพืช จำกัด บริษัท ไทยสวัสดิ์กิจอบพืชและไซโล จำกัด บริษัท ไทยไซโลและอุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งบริษัทเหล่านี้เมื่อพิจารณาจะพบว่าส่วนใหญ่เป็นบริษัทส่งออกที่มีปริมาณการส่งออกในช่วง 5 ปีดังกล่าวคิดอันดับผู้ส่งออกปริมาณสูงสุดในอันดับต้น ๆ หรือหมายความว่ามีส่วนแบ่งการตลาดมากอยู่แล้วแทบทั้งสิ้น นอกจากบริษัทดังกล่าวแล้ว ยังมีบริษัทผู้ส่งออกที่น่าสนใจอีก คือ บริษัท วิคตอรีอินเตอร์โปรดิวส์ จำกัด บริษัท สยามอินดัสเทรียล จำกัด และ บริษัท เคอรี่-กลอรี่ ไซโล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่มีปริมาณการส่งออกข้าวโพดเพิ่มมากขึ้นทุกปี และอยู่ในอันดับต้น ๆ ของผู้ส่งออกที่มีปริมาณการส่งออกสูงสุดอีกด้วย จากการศึกษาถึงส่วนแบ่งตลาดตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะพบว่าส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่จะอยู่กับบริษัทที่กล่าวมาแล้วทั้ง 9 บริษัท ทำให้ผู้ส่งออกรายใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาทำธุรกิจนี้ กระทำได้ยากจำเป็นต้องมีการเตรียมทางการตลาดให้พร้อมที่จะเข้ามาแข่งขันเพื่อครอบครองส่วนแบ่งตลาด

ประเภทของพ่อค้าคนกลาง

ในการกล่าวถึงประเภทของพ่อค้าคนกลางในระบบตลาดข้าวโพดนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น

ประเภทของพ่อค้าคนกลางในแหล่งผลิต สำหรับตลาดในแหล่งผลิต มีคนกลางประเภทต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ดังนี้

1. พ่อค้า หมายถึงบุคคลหรือหน่วยธุรกิจที่เข้ามาทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตข้าวโพดจากชาวไร่โดยตรงหรือจากพ่อค้าคนกลางประเภทอื่น ๆ ในตลาด ในแหล่งผลิตด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อรวบรวมผลผลิตให้มีปริมาณมากตามความต้องการหรือเหมาะสมเพื่อขายให้กับพ่อค้า

คนกลางประเภทอื่น ๆ ในตลาดในแหล่งผลิตด้วยตนเองหรือตลาดระดับต่อ ๆ ไปโดยพ่อค้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทนี้จะมีสำนักงานหรือสถานที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจแน่นอนในแหล่งผลิตนั้น ๆ พ่อค้าในตลาดในแหล่งผลิตแบ่งออกได้เป็นพ่อค้ารายย่อยและรายใหญ่ ในตลาดระดับท้องถิ่น พ่อค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้ารายย่อย ส่วนระดับตลาดกลางท้องถิ่นพ่อค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้ารายใหญ่ ในตลาดแหล่งผลิตแห่งหนึ่ง ๆ จะมีพ่อค้าประกอบการอยู่ระหว่าง 10-50 ราย ขึ้นอยู่กับปริมาณธุรกิจรวมของตลาด พ่อค้าในระดับท้องถิ่นส่วนใหญ่จะมีอาชีพเป็นชาวไร่ ชาวโศคและพ่อค้าชายสินค้าบริเวณในท้องถิ่นมาก่อน แล้วจึงหันมารับซื้อข้าวโศคจากชาวไร่

2. พ่อค้าจร หมายถึงบุคคลหรือหน่วยธุรกิจที่ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจซื้อขายผลผลิตข้าวโศคในแหล่งผลิตเช่นเดียวกับพ่อค้าในตลาดแหล่งผลิต แต่พ่อค้าจรจะไม่มีสำนักงานหรือสถานที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจที่แน่นอน มีเพียงพาหนะและอุปกรณ์ในการรับซื้อที่จำเป็นเท่านั้น

3. นายหน้า หมายถึงบุคคลหรือหน่วยธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในตลาดแหล่งผลิต โดยทำหน้าที่ติดต่อรับซื้อ และรวบรวมผลผลิตข้าวโศคจากชาวไร่ชาวโศคหรือพ่อค้าคนกลางในตลาดแหล่งผลิตให้กับพ่อค้า หรือคนกลางในตลาดระดับที่สูงขึ้นไป ทั้งนี้โดยได้รับค่าตอบแทนเป็นร้อยละจากปริมาณหรือมูลค่าผลผลิตที่ติดต่อรับซื้อ

4. สหกรณ์การเกษตร เป็นสถาบันเกษตรกรในท้องถิ่นที่ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจรับซื้อและรวบรวมข้าวโศคจากชาวไร่ที่เป็นสมาชิก และชาวไร่ทั่วไปในลักษณะเดียวกับพ่อค้าในตลาดแหล่งผลิต

5. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) เป็นหน่วยงานของรัฐบาลซึ่งมีหน้าที่และเกี่ยวข้องในการรับซื้อ ประกัน และนุญราคาผลผลิตข้าวโศคจากชาวไร่เป็นครั้งคราว ตามนโยบายของรัฐบาล หรือตามแผนการดำเนินงานตามปกติของ อตก.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. องค์การคลังสินค้า (อคส.) เป็นหน่วยงานของรัฐบาลอีกหน่วยงานหนึ่งที่ทำ
ธุรกิจในการรวบรวมและรับซื้อผลผลิตข้าวโพดในตลาดแหล่งผลิต ทั้งจากชาวไร่ข้าวโพด
และพ่อค้าคนกลางในตลาดแหล่งผลิต

ประเภทของคนกลางในตลาดกลางปลายทาง โดยคนกลางในตลาดกลาง
ปลายทางของข้าวโพดแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. พ่อค้าและผู้ส่งออก โดย พ่อค้า หมายถึงบุคคลหรือหน่วยธุรกิจที่ได้เข้า
มาทำหน้าที่ซื้อและรวบรวมผลผลิต ตลอดจนกิจกรรมการตลาดอย่างอื่นในตลาดกลางปลาย
ทาง เพื่อขยายผลผลิตที่รับซื้อและรวบรวมได้ให้กับผู้ส่งออก ผู้ใช้ภายในประเทศและตลอด
จนพ่อค้าในตลาดกลางปลายทางด้วยกัน และ ผู้ส่งออก หมายถึงบุคคลหรือหน่วยธุรกิจที่ได้
เข้ามาทำหน้าที่ในการรับซื้อผลผลิตข้าวโพด เพื่อส่งเป็นสินค้าออกให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศ

2. นายหน้า หรือ ร้านธงในตลาดกลางปลายทางเป็นหน่วยธุรกิจที่ได้รับ
ทะเบียนเพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าหรือตัวแทนในการซื้อขายข้าวโพด และผลผลิตเกษตร
ชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้โดยมีสำนักงานดำเนินธุรกิจตั้งอยู่ในตลาดกลางปลายทางอื่นใดในกรุงเทพฯ
และอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ชุมมุสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกับ
กับพ่อค้าและผู้ส่งออกผลผลิตข้าวโพดในตลาดกลางปลายทาง

4. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) จะมีหน่วยรับซื้อของ อตก. รวบรวม
และรับซื้อได้ ซึ่งผลผลิตข้าวโพดจะดำเนินการขายต่อไปให้กับผู้ซื้อภายในประเทศซึ่งได้แก่
องค์การอาหารสัตว์ (กรป. กลาง) พ่อค้าและผู้ส่งออกในตลาดกลางปลายทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่การตลาด

พฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่การตลาดในระบบการตลาดข้าวโพดนั้นจะจำเป็นต้องศึกษาถึงเรื่อง การดำเนินธุรกิจของผู้ทำหน้าที่ทางการตลาด แล้วจึงศึกษาถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ทำหน้าที่การตลาด และการกำหนดราคารวมทั้งความเคลื่อนไหวของราคาข้าวโพด ซึ่งจะเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่การตลาดทั้งสิ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การดำเนินธุรกิจของพ่อค้าคนกลาง

โดยแบ่งการดำเนินธุรกิจของพ่อค้าคนกลางในระบบตลาดข้าวโพดนั้น ตามระดับตลาดออกเป็น 2 ระดับ คือ ในแหล่งผลิต และในตลาดกลางปลายทาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

การดำเนินธุรกิจของพ่อค้าคนกลางในแหล่งผลิต แบ่งตามประเภทของพ่อค้าคนกลางได้ดังนี้

1. พ่อค้า ในแหล่งผลิตซึ่งได้แก่พ่อค้าท้องถิ่น และพ่อค้าในระดับตลาดกลางท้องถิ่น โดยการค้าดำเนินธุรกิจของพ่อค้าทั้งสองประเภทจะมีลักษณะคล้ายกันคือรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร โดยออกไปรับซื้อถึงทุ่งฉางตามไร่นาและบ้านเรือนของชาวไร่มากกว่าการมารับซื้อที่สำนักงานของพ่อค้าเอง นอกจากนี้ก็อาจให้บริการสี ขนส่ง และบรรจุกระสอบแก่ชาวไร่ควบคู่ไปกับการรับซื้อผลผลิตด้วย และยังรวมถึงการให้สินเชื่อแก่เกษตรกรชาวไร่ ซึ่งส่วนใหญ่พ่อค้าท้องถิ่นจะให้สินเชื่อนี้กับชาวไร่สูงกว่าพ่อค้าในระดับตลาดกลางท้องถิ่น ทั้งนี้เพราะพ่อค้าท้องถิ่นมีความใกล้ชิดและคุ้นเคยกับชาวไร่มากกว่า ทำให้การควบคุมสินเชื่อเป็นไปได้โดยง่าย และการให้สินเชื่อกับชาวไร่จะเป็นการทำสัญญาผูกมัดกันในการรับซื้อ

ผลผลิตด้วย ถึงแม้ไม่มีสัญญาเป็นหลักประกันก็ตามแต่ชาวไร่ก็มักขายผลผลิตให้กับพ่อค้าที่เป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการเชาเงินเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจ้าหน้าที่

2. พ่อค้าจร มักจะดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกับพ่อค้าท้องถิ่นคือจะไม่มีสำนักงานไว้คอยรับซื้อผลผลิตจากชาวไร่แต่จะใช้พาหนะเดินทางไปติดต่อรับซื้อและรวบรวมผลผลิตจากชาวไร่ในแหล่งผลิตต่าง ๆ และเมื่อรวบรวมและรับซื้อผลผลิตได้เต็มกำลังแล้วจะนำข้าวโพดที่รวบรวมและรับซื้อได้มาขายต่อให้กับพ่อค้าคนกลางประเภทต่าง ๆ ในตลาดระดับแหล่งผลิตต่อไป แต่ปัจจุบันบทบาทของพ่อค้าจรมีน้อยและพ่อค้าจรเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจมาเป็นพ่อค้าท้องถิ่นในแหล่งผลิตเป็นส่วนใหญ่

3. นายหน้าที่ดำเนินธุรกิจในตลาดแหล่งผลิต จะทำหน้าที่ติดต่อรับซื้อและรวบรวมผลผลิตข้าวโพดจากชาวไร่ หรือพ่อค้าคนกลางในตลาดแหล่งผลิตให้กับพ่อค้าคนกลางในตลาดระดับสูงขึ้นไป ซึ่งนายหน้าจะได้รับค่าตอบแทนเป็นร้อยละของมูลค่าหรือปริมาณผลผลิตที่รับซื้อมาได้

4. สหกรณ์การเกษตร ดำเนินธุรกิจโดยรับซื้อและรวบรวมข้าวโพดจากชาวไร่ที่เป็นสมาชิกและชาวไร่ทั่วไป โดยการรวบรวมและรับซื้อข้าวโพดจะมีปริมาณธุรกิจจำกัดตามที่ได้รับจัดสรรโควตาจากชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย แต่ในปัจจุบันการรับซื้อของสหกรณ์มีปริมาณที่ลดลงเป็นลำดับ ทั้งนี้ก็เพราะการทำธุรกิจนี้ของสหกรณ์มักขาดทุนอยู่เสมอ

5. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกรจะดำเนินธุรกิจโดยออกไปจัดตั้งหน่วยรวบรวมและรับซื้อข้าวโพดในแหล่งผลิต วิธีการรวบรวมและรับซื้อข้าวโพดของ อคท. จะรับซื้อโดยผ่านกลุ่มเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังรับซื้อจากชาวไร่ข้าวโพดโดยตรงและซื้อผ่านสหกรณ์การเกษตรอีกส่วนหนึ่งด้วย

6. องค์การคลังสินค้า มักดำเนินธุรกิจโดยมีหน่วยงานของ อคส. ในแหล่งผลิตข้าวโพดเป็นผู้ดำเนินการรวบรวมมาและรับซื้อข้าวโพดตามราคาตลาด ทั้งจากชาวไร่และพ่อค้าคนกลางในตลาดแหล่งผลิต แต่ปริมาณธุรกิจขององค์การคลังสินค้ายังน้อยมากเพียงประมาณปีละ 5,000 ตัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การค้าในธุรกิจของคนกลางในตลาดกลางปลาชทาง โดยแบ่งตามประเภท

พ่อค้าคนกลางในตลาดกลางปลาชทางได้ดังนี้

1. พ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางและผู้ส่งออก มักมีการค้าในธุรกิจควบคู่ไปด้วยกันคือ พ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางจะทำธุรกิจเป็นผู้ส่งออกควบคู่ไปด้วย นอกจากการทำธุรกิจในการรับซื้อ รวบรวม ขายผลผลิตข้าวโพดภายในประเทศและส่งออกแล้ว พ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางและผู้ส่งออกได้ทำการค้าผลิตผลเกษตรอย่างอื่น หรือทำธุรกิจด้านอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย สำหรับการรวบรวมและรับซื้อผลผลิตข้าวโพดของพ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางนั้น จะรับซื้อโดยตรงจากพ่อค้าประเภทต่าง ๆ ในตลาดแหล่งผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งพ่อค้ารายใหญ่ในตลาดกลางท้องถิ่น และรับซื้อจากพ่อค้าในตลาดแหล่งผลิตโดยผ่านนายหน้าในตลาดกลางปลาชทางที่เรียกกันทั่วไปว่า "ร้านทอง" รวมทั้งรับซื้อโดยผ่านนายหน้าหรือตัวแทนในตลาดแหล่งผลิต และการรับซื้อจากพ่อค้าและผู้ส่งออกในตลาดกลางปลาชทางด้วยตนเอง และจากโรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ การรับซื้อผลผลิตข้าวโพดด้วยวิธีนี้จะมีอยู่บ้างในเวลาที่พ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางและผู้ส่งออกบางรายมีความต้องการรับซื้อรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเป็นพิเศษในระยะสั้น ๆ และสำหรับโรงงานอาหารสัตว์ที่เข้ามามีส่วนในการขายผลผลิตข้าวโพดส่วนหนึ่งทั้งที่เป็นผู้บริโภค เพราะโรงงานอาหารสัตว์มีการเก็บข้าวโพดสำรองไว้ใช้ในการทำอาหารสัตว์ แต่บางครั้งจำนวนที่สำรองไว้อาจมากเกินไปเกิดความต้องการหรือเห็นว่าจะได้รับประโยชน์จากการหมุนเวียน โรงงานอาหารสัตว์ก็จะเข้ามาขายผลผลิตข้าวโพดในตลาดระดับนี้ด้วย ส่วนการขายผลผลิตข้าวโพดของพ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางจะขายให้กับผู้ซื้อภายในประเทศหรือส่งออกต่างประเทศ สำหรับการขายให้กับผู้ซื้อภายในประเทศ จะเป็นการขายเปลี่ยนมือกันในระหว่างพ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางด้วยตนเอง และขายให้กับผู้ใช้ภายในประเทศซึ่งได้แก่โรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบ การขายให้กับผู้ซื้อภายนอกประเทศหรือการส่งออกนั้น พ่อค้าในตลาดกลางปลาชทางซึ่งเป็นผู้ส่งออกด้วยจะขายผลผลิตข้าวโพดที่รวบรวมและรับซื้อได้ส่วนใหญ่ให้กับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ การขายข้าวโพดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้กับผู้ซื้อภายในประเทศหรือการส่งออกนี้เป็นการค้าไม่เสรี มีการจัดระเบียบควบคุม กำกับ และตรวจสอบโดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานอื่น ๆ กล่าวคือมีการจัดแบบแผนทางการค้าเป็นการค้ากึ่งแข่งขันกึ่งควบคุม โดยการกำหนดและ จัดสรรโควตาในการส่งออกในช่วงเวลาหนึ่ง และปล่อยให้ส่งออกโดยเสรีในช่วงเวลาที่ เหลือ การกำหนดโควตาและการจัดสรรโควตาให้กับผู้ส่งออกแต่ละรายทำโดยกรมการค้า ต่างประเทศร่วมกันสภาหอการค้าไทย นอกจากนี้ยังมีการกำหนดมาตรฐานและการตรวจสอบสินค้าที่ส่งออกด้วย

2. นายหน้าหรือร้านทองในตลาดกลางปลาซาทง ซึ่งมักได้แก่ ทองในตลาด กลางกรุงเทพฯและอำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะดำเนินโดยเป็นนายหน้า หรือตัวแทนในการรับซื้อข้าวโพดรวมทั้งผลผลิตการเกษตรชนิดอื่น ๆ ด้วย โดยได้รับค่า ตอบแทนเป็นร้อยละของมูลค่าหรือปริมาณการรับซื้อการขายผลผลิต

3. ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จะดำเนินธุรกิจคล้ายกับพ่อค้าใน ตลาดกลางปลาซาทงและผู้ส่งออก โดยรับซื้อผลผลิตจากสหกรณ์การเกษตรต่าง ๆ และทำ การส่งออก

4. องค์การตลาดเพื่อการเกษตรและองค์การคลังสินค้า จะดำเนินธุรกิจคล้าย กันคือ ดำเนินธุรกิจแบบเดียวกับพ่อค้าในตลาดกลางปลาซาทงและผู้ส่งออกแต่มีปริมาณธุรกิจ ที่น้อยกว่า

พฤติกรรมการซื้อขาย

พฤติกรรมการซื้อขาย จะแบ่งกล่าวได้ 2 แบบ คือ พฤติกรรมการซื้อขาย ของพ่อค้าต่อเกษตรกรหรือพ่อค้าต่อพ่อค้า และพฤติกรรมขายของเกษตรกร โดย จะแบ่งกล่าวได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมกาซื้อขายของพ่อค้าต่อเกษตรกร จากความได้เปรียบในเชิง การค้าของพ่อค้าบางประการซึ่งประกอบด้วยสภาพของการคมนาคมขนส่งไม่สะดวกในระดับ ไร่นา ทั้งนี้เพราะเกษตรกรบางส่วนจะปลูกข้าวโพดในเขตที่เป็นที่ราบเชิงเขา เขตbukruk ป่าสงวน ฯลฯ ซึ่งท้องที่เหล่านี้ไม่มีถนนที่จะเข้าไปโดยสะดวก จากข้อเท็จจริงดังกล่าวมา แล้ว ประการที่สอง คือการซื้อขายข้าวโพดจะต้องมีการสีเป็นเมล็ดข้าวโพดก่อน ซึ่งโดย ส่วนใหญ่พ่อค้าจะเป็นเจ้าของเครื่องสี มีนัธรายที่เกษตรกรมีเครื่องสีเป็นของตนเองและ ภายหลังจากสีแล้วพ่อค้าจะมีบริการกระสอบสำหรับใส่ด้วย นับว่าเป็นข้อได้เปรียบประการ ที่สอง ข้อได้เปรียบประการสุดท้าย คือข้าวโพดมีข้อจำกัดในเรื่องความชื้น การรับซื้อของ พ่อค้าจะมีการตัดความชื้นในรูปของน้ำหนัก จากสภาพการรับซื้อของพ่อค้าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ไม่มีเครื่องวัดความชื้นมาตรฐาน พ่อค้าจะใช้มือกำข้าวโพดแล้วอาศัยความชำนาญบอก เกษตรกรว่าข้าวโพดของเกษตรกรมีความชื้นเท่าใด และทำการคัดน้ำหนักในการซื้อขาย ตามตารางความชื้นที่กำหนดเป็นมาตรฐานตามที่ไซโรได้กำหนดไว้ ดังนั้นพ่อค้าก็จะบอก ความชื้นเท่าใดก็ได้เช่นสภาพความชื้นที่แท้จริงอาจเป็น 18% แต่พ่อค้าอาจบอก 20% ซึ่ง เกษตรกรเองก็ไม่ทราบ อย่างไรก็ตามการใช้เล่ห์เหลี่ยมในเชิงการค้าเพื่อหากำไรของ พ่อค้าแบบนี้ บางครั้งก็กระทำรุนแรงมากในระบะที่มีการแข่งขันการรับซื้อน้อย คือในช่วง ที่ราคาข้าวโพดตกต่ำ แต่ในกรณีที่มีการแข่งขันการรับซื้อมากพ่อค้าก็จะลดการใช้เล่ห์เหลี่ยม หนักบ้าง และการกระทำมักจะกระทำในเขตของการคมนาคมไม่สะดวก จากข้อได้เปรียบ ในเชิงการค้าต่าง ๆ ของพ่อค้าที่จะรับซื้อข้าวโพดจากเกษตรกรนี้เอง ซึ่งเป็นผลทำให้ เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองในการขายข้าวโพดที่ต่ำ นอกจากนี้ข้อผูกพันเกี่ยวกับสินเชื่อ ที่มีต่อพ่อค้าก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการรับซื้อของพ่อค้า ทั้งนี้เพราะ เกษตรกรที่หนี้สินจะมีข้อผูกพันในการขายข้าวโพดให้กับพ่อค้า บางครั้งเกษตรกรเองก็ไม่ ทราบว่าตนถูกเอาเปรียบจากพ่อค้า เช่น พ่อค้าจะตั้งราคาซื้อไว้เท่าเทียมกับราคาโดย ทั่วไป แต่อาศัยเล่ห์เหลี่ยมเกี่ยวกับการชั่งน้ำหนัก การหักความชื้นและอื่น ๆ เพื่อที่จะหา กำไรในการรับซื้อข้าวโพดจากเกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการซื้อขายของพ่อค้ากับพ่อค้า โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการซื้อขายของพ่อค้ารวบรวมในระดับท้องที่พ่อค้ารวบรวมในระดับอำเภอหรือจังหวัด พ่อค้าผู้ส่งออกและพ่อค้าจากโรงงานอาหารสัตว์ จะพบว่าพ่อค้าผู้ส่งออกบางรายจะมีขาประจำในแต่ละท้องที่ซึ่งอยู่ในแหล่งผลิตข้าวโพดมาก ๆ อย่างไรก็ตามในสภาพการซื้อขายโดยทั่วไป พ่อค้าที่เป็นขาประจำอาจมีสิทธิเลือกขาให้ผู้รับซื้อรายอื่นได้ในเมื่อได้ราคาดีกว่า ทั้งนี้ เพราะระบบการสื่อสารในปัจจุบันดีมาก มีการสืบราคารับซื้อทางโทรศัพท์ระหว่างพ่อค้ารวบรวมในระดับอำเภอหรือจังหวัดกับผู้ส่งออกหรือกับโรงสีข้าวโพดในกรุงเทพฯ อยู่ตลอดเวลา ปัญหาที่พ่อค้ารวบรวมในระดับอำเภอหรือจังหวัดที่ส่งข้าวโพดให้กับผู้ส่งออก หรือ โรงงานอาหารสัตว์ที่ประสบอยู่เสมอ คือ เรื่องของความชื้นและสิ่งเจือปน ถึงแม้ว่าข้าวโพดที่ส่งมาขายจะมีเครื่องตรวจความชื้นมาตรฐาน ณ จุดส่งมอบสินค้าอยู่ก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติผู้ตรวจรับสินค้าของผู้ส่งออก ณ ไซโลมักจะตัดความชื้นโดยไม่เป็นธรรม ในกรณีที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมากหรือในช่วงภาวะราคาข้าวโพดตกต่ำ และการตัดความชื้นจะลดความรุนแรงในช่วงที่ผลผลิตออกจำหน่ายน้อยหรือเป็นช่วงที่ผู้ส่งออกต้องการสินค้า จากการกระทำเช่นนี้นับว่าเป็นสภาพจำยอมที่พ่อค้ารวบรวมในระดับอำเภอหรือจังหวัด ซึ่งต้องขายเพราะได้ส่งสินค้ามาแล้ว

พฤติกรรมกรณการขายของเกษตรกร การขายข้าวโพดของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ จะขายผลผลิตข้าวโพดเกือบทั้งหมด โดยจะเก็บไว้ทำพันธุ์ประมาณร้อยละ 1.26 ของผลผลิตที่ผลิตได้ การขายข้าวโพดของเกษตรกรส่วนใหญ่จะขายผลผลิตของตนครั้งเดียวหมด มีเกษตรกรเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ทะยอยขายข้าวโพด โดยส่วนใหญ่เป็นการขายแบบต่างคนต่างขาย โดยมีการรวมกลุ่มขายกันน้อยมาก สาเหตุสำคัญที่เกษตรกรไม่นิยมรวมกลุ่มกันขายเพราะลักษณะของความต้องการใช้เงินของเกษตรกรไม่พร้อมกันประการหนึ่ง หรืออาจมีความผูกพันกับพ่อค้า ฯลฯ แหล่งที่เกษตรกรขายโดยส่วนใหญ่มักจะขายที่ไร้ที่คนทำการเพาะปลูก โดยมีชนมาขายที่บ้านเพียงเล็กน้อย สำหรับเหตุผลของเกษตรกรเกี่ยวกับการขายข้าวโพดให้กับพ่อค้าต่าง ๆ ที่เข้ามาซื้อข้าวโพดนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นเพราะมีข้อผูกพัน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางการเงินกับพ่อค้าเหล่านั้น เหตุผลอันดับรองลงมาคือ เกษตรกรไม่ทราบที่จะขายให้ใคร นอกจากนี้ยังมีเหตุผลเนื่องจากความสะดวก และเนื่องจากความคุ้นเคยกัน ฯลฯ ก่อนที่เกษตรกรจะขายข้าวโพดในครอบครองของตน ได้มีการสืบราคาก่อนเป็นส่วนใหญ่ แหล่งที่สืบราคาที่สำคัญคือพ่อค้าที่ตนมีความคุ้นเคยอยู่ รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน อย่างไรก็ตามในการตกลงขายผลผลิตข้าวโพดจริง ๆ ปรากฏว่าพ่อค้าจะเป็นผู้กำหนดราคาเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการชำระเงินของพ่อค้าส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินสด

การกำหนดราคา

การกำหนดราคาและระดับราคาข้าวโพดในระบบตลาดนั้น เนื่องจากการตลาดข้าวโพดประกอบด้วยตลาดระดับต่าง ๆ หลายระดับทั้งตลาดระดับท้องถิ่น ตลาดระดับท้องที่ ตลาดระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ข้อเท็จจริงทางด้านโครงสร้างของระบบการตลาด ผลผลิตข้าวโพดมีลักษณะเป็นการไหลรวมเข้าสู่ศูนย์กลาง (Centralize) ตลาดปลายทาง และการบริโภคข้าวโพดมีลักษณะเป็นการบริโภคในรูปของการส่งออกและการใช้ของโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งมีขนาดการบริโภคคราวละมาก ๆ และได้รับผลผลิตข้าวโพดจากตลาดปลายทางโดยตรง ดังนั้นจึงทำให้ตลาดปลายทางเป็นตลาดที่มีความสำคัญสูงสุดในระบบการตลาดข้าวโพดของประเทศ จึงเห็นได้ว่าตลาดปลายทางจะเป็นตลาดที่ทำหน้าที่ในการกำหนดราคาแรกของผลผลิตข้าวโพดของทั้งระบบการตลาด และถูกใช้เป็นหลักในการกำหนดราคาในระดับต่าง ๆ อันได้แก่ ราคาขนส่งในตลาดระดับไร่นาและราคาที่ชาวไร่ได้รับ และประกอบกับประเทศไทยเป็นผู้ตามในการค้าข้าวโพดในตลาดโลก (Price taker) ดังนั้นจึงทำให้บทบาทของตลาดปลายทางในการกำหนดราคาข้าวโพดในระบบตลาดกลางมีความสำคัญยิ่งขึ้น

ความเคลื่อนไหวของราคา

เนื่องจากข้าวโพดเป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัวเช่นเดียวกับสินค้าเกษตรโดยทั่วไป กล่าวคือไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมปริมาณและคุณภาพของผลผลิตได้ มีผลผลิตเฉพาะฤดูกาล ใช้เวลาในการผลิตนาน ไม่สามารถทำการผลิตตอบสนองต่อความต้องการทันทีทันใดได้ จำเป็นต้องทำการเก็บรักษาเพื่อชลอให้ผลผลิตถึงมือผู้บริโภคตามจำนวนที่ต้องการ และต้องนำมาแปรรูปหรือปรับปรุงคุณภาพก่อนเพื่อให้ซื้อขายในตลาดได้ หรือตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคและอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้ราคาของผลผลิตข้าวโพดเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ ๆ สำหรับความเคลื่อนไหวของราคาผลผลิตข้าวโพดตามฤดูกาลในปีพ.ศ. 2529-2533 (ตารางที่ 7 และภาพที่ 6) ที่ระดับราคาที่เกษตรกรขายได้ ในรอบปีเพาะปลูกหนึ่ง วัฏจักรราคาตามฤดูกาลของข้าวโพดจะลดลงต่ำสุดในเดือนมิถุนายน โดยมีค่าดัชนีเท่ากับ 88.92 และจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และสูงสุดในเดือนมีนาคม โดยมีค่าดัชนีเท่ากับ 111.49 สำหรับความเคลื่อนไหวตามฤดูกาลของราคาข้าวโพดที่ระดับตลาดกลางกรุงเทพฯ พบว่าดัชนีราคาตามฤดูกาลที่ตลาดกรุงเทพฯ เริ่มลดลงในเดือนพฤษภาคม มีค่าดัชนีเท่ากับ 94.47 และลดลงต่ำสุดในเดือนกันยายนมีค่าดัชนีเท่ากับ 87.63 หลังจากนั้นก็มีค่าเพิ่มขึ้นและมีค่าดัชนีสูงสุดในเดือนเมษายน มีค่าดัชนีเท่ากับ 117.60 สำหรับความเคลื่อนไหวของราคาตามฤดูกาลที่ระดับโรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ จะมีค่าดัชนีต่ำสุดในเดือนกันยายนมีค่าเท่ากับ 89.63 หลังจากนั้นค่าดัชนีก็มีค่าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนค่าดัชนีสูงสุดในเดือนเมษายนมีค่าดัชนีเท่ากับ 118.92 แล้วค่าดัชนีก็ลดลงไปจนถึงเดือนกันยายนซึ่งเป็นเดือนที่มีค่าดัชนีต่ำสุดดังที่กล่าวมาแล้ว และความเคลื่อนไหวของราคาตามฤดูกาลที่ระดับราคาที่ส่งออกหรือราคา F.O.B. จะเริ่มลดลงในเดือนมีนาคมและมีค่าดัชนีต่ำสุดเดือนตุลาคมมีค่าเท่ากับ 79.96 หลังจากนั้นค่าดัชนีก็เพิ่มขึ้น จนมีค่าสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ ที่มีค่าดัชนีเท่ากับ 117.13 จากค่าดัชนีราคาตามฤดูกาลในตารางที่ 7 จะพบว่า ข้าวโพดในทุกระดับตลาดจะมีราคาต่ำลงในช่วงเดือน กรกฎาคม - ธันวาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวเริ่มออกสู่ตลาดทำให้ปริมาณข้าวโพดในตลาดมีมากจึงทำให้ราคามีแนวโน้มที่จะต่ำลง และมีราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ดัชนีราคาตามฤดูกาลของข้าวโพด ณ ระดับตลาดต่าง ๆ ปีพ.ศ.2529-2533

หน่วย: ร้อยละ

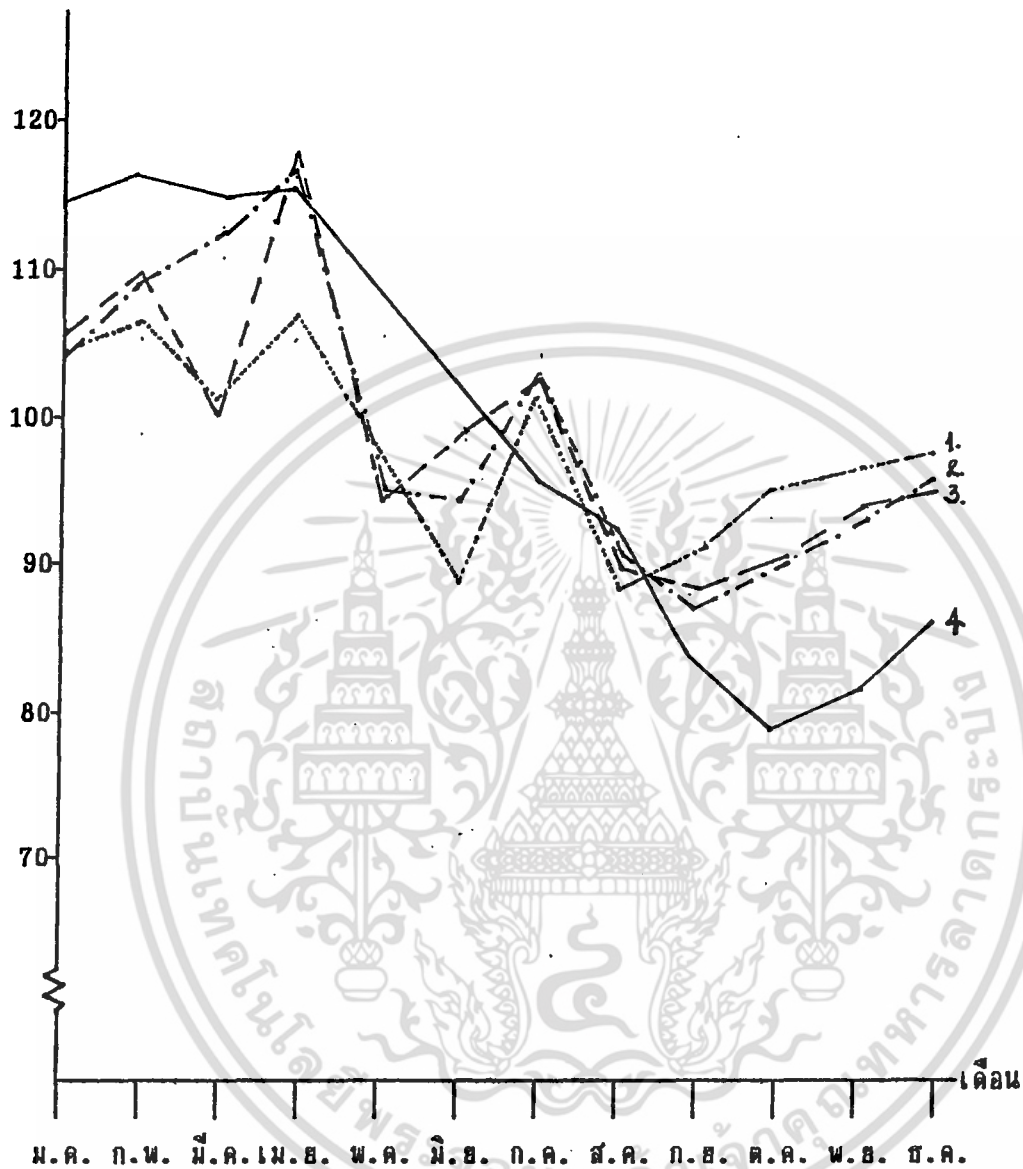
เดือน	ราคาระดับที่ เกษตรกรขายได้	ราคาในตลาดกลาง กรุงเทพฯ	ราคาที่โรงงาน อาหารสัตว์รับซื้อ	ราคาที่ F.O.B.
ม.ค.	104.41	104.33	106.55	114.89
ก.พ.	106.44	109.14	110.65	117.13
มี.ค.	111.49	113.84	100.60	114.82
เม.ย.	106.47	117.60	118.92	116.57
พ.ค.	106.92	94.47	94.16	109.81
มิ.ย.	88.92	93.53	99.30	104.89
ก.ค.	102.60	103.44	103.01	97.18
ส.ค.	89.72	92.65	93.31	92.40
ก.ย.	91.53	87.63	89.63	84.29
ต.ค.	95.41	92.18	92.36	79.96
พ.ย.	97.59	94.71	95.18	82.02
ธ.ค.	98.49	96.48	96.35	86.06

ที่มา : (คำนวณจากราคาข้าวโพดในระดับตลาดต่าง ๆ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดัชนีราคา

(ร้อยละ)



หมายเหตุ : 1. ดัชนีราคาที่เกษตรกรขายได้

2. ดัชนีราคาในตลาดกลางกรุงเทพฯ

3. ดัชนีราคาที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ

4. ดัชนีราคา F.O.B.

ภาพที่ 6 กราฟดัชนีราคาตามฤดูกาลของข้าวโนด ณ ระดับตลาดต่าง ๆ

ปีพ.ศ. 2529-2533

ที่มา : (จากตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูงขึ้นในช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน เนื่องจากเป็นช่วงหลังการเก็บเกี่ยวแล้วปริมาณข้าวโพดในตลาดมีน้อยลงจึงทำให้ราคามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สำหรับบางเดือนที่ดัชนีราคาตามฤดูกาลของข้าวโพดมีการเปลี่ยนแปลงไม่ลดลงหรือเพิ่มขึ้นตามแนวโน้มนั้น เป็นเพราะความต้องการใช้ข้าวโพดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเปลี่ยนแปลงไปมากมีความต้องการใช้ข้าวโพดมากกว่าเดิมทำให้มีการขาดแคลนและอาจเป็นผลมาจากการที่เกิดภัยธรรมชาติ ทำให้ปริมาณข้าวโพดมีน้อยลง ทำให้ราคาข้าวโพดบางปีมีราคาสูงผิดปกติ และทำให้ค่าดัชนีมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

ผลการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพด

การศึกษาผลการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพด จะสามารถพิจารณาได้จากส่วนเหลือมการตลาด ซึ่งในที่นี้จะทำการศึกษารายละเอียดส่วนเหลือมการตลาดข้าวโพดจำแนกตามระดับตลาด และจะทำการศึกษาดังประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดข้าวโพด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนเหลือมการตลาดข้าวโพดจำแนกตามระดับตลาด

ในการศึกษารั้่งนี้ข้อมูลด้านราคาที่สามารถรวบรวมมาได้ (ตารางที่ 8) เป็นดังนี้คือราคาที่เกษตรกรขายได้ ราคาที่ตลาดกลางกรุงเทพฯ ราคาที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อและราคาส่งออก F.O.B. (FREE ON BOARD) ทำให้การศึกษารั้่งนี้ขาดข้อมูลราคาในระดับตลาดท้องถิ่นโดยรวมเข้าไปในระดับตลาดกลางกรุงเทพฯ ดังนั้นผลการศึกษารั้่งนี้ได้อาจมีความผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปบ้าง และผลการศึกษารายละเอียดส่วนเหลือมการตลาดจำแนกตามระดับตลาดจึงแบ่งเป็นระดับตลาดกลางกรุงเทพฯ ระดับตลาดบริเวณภายในประเทศหรือตลาดโรงงานอาหารสัตว์และระดับตลาดส่งออกต่างประเทศ เนื่องจากการบริโภคข้าวโพดนั้น

ในโครงสร้างการตลาดข้าวโพดนั้น แบ่งออกเป็น 2 ทางก็คือการบริโภคภายในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ราคาข้าวโพดที่เกษตรกรขายได้ ราคาไซโลกรุงเทพ ราคาไซโลอาหารสัตว์
ราคาส่งออก F.O.B. (free on board) ประจำปี 2533

(หน่วย:บาท/กก.)

เดือน	ราคาที่เกษตรกร ขายได้	ราคาไซโล กรุงเทพ	ราคาไซโล อาหารสัตว์	ราคา F.O.B.
ม.ค.	2.96	3.26	3.35	3.47
ก.พ.	3.02	3.44	3.55	3.62
มี.ค.	3.10	3.56	3.72	3.78
เม.ย.	3.02	3.44	3.62	3.69
พ.ค.	2.93	3.36	3.50	3.54
มิ.ย.	-	3.27	3.44	3.47
ก.ค.	2.82	3.04	3.09	3.11
ส.ค.	2.57	2.83	2.99	3.03
ก.ย.	2.31	2.55	2.79	2.71
ต.ค.	2.38	2.72	2.90	2.90
พ.ย.	2.52	2.84	3.07	2.95
ธ.ค.	2.40	2.69	2.98	2.81
เฉลี่ย	2.54	3.08	3.25	3.26

ที่มา : (สมาคมพ่อค้าข้าวโพดและพืชพันธุ์ไทย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และการส่งออก ดังนั้นระดับตลาดสองตลาดหลังนั้นจึงเป็นระดับตลาดที่อยู่ในระดับเดียวกัน แต่ที่น่ามาแยกคิดเพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงผลความแตกต่างที่น้อยมากของตลาดทั้งสองซึ่ง ผลการศึกษาที่ได้เป็นดังนี้

ส่วนเหลือจากการตลาดระดับตลาดกลางกรุงเทพฯ

= ราคาที่ตลาดกลางกรุงเทพฯ-ราคาที่เกษตรกรขายได้

= 3.08-2.54

= 0.54 บาท/กก.

ส่วนเหลือจากการตลาดระดับตลาดบริโภคภายในประเทศ

= ราคาที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ-ราคาตลาดกลางกรุงเทพฯ

= 3.25-3.08

= 0.17 บาท/กก.

ส่วนเหลือจากการตลาดระดับตลาดส่งออกต่างประเทศ

= ราคาส่งออก F.O.B. - ราคาตลาดกลางกรุงเทพฯ

= 3.26-3.08

= 0.18 บาท/กก.

จากผลการคำนวณ แสดงให้เห็นว่าในแต่ละระดับตลาดมีส่วนเหลือจากการตลาดที่แตกต่างกันน้อยมาก โดยในระดับตลาดกลางกรุงเทพฯ มีค่าส่วนเหลือจากการตลาดเพียง 0.54 บาท/กก. ในระดับตลาดบริโภคภายในประเทศหรือตลาดโรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ มีค่าส่วนเหลือจากการตลาด 0.17 บาท/กก. และในระดับตลาดส่งออกต่างประเทศนั้นมีค่าส่วนเหลือจากการตลาด 0.18 บาท/กก. สำหรับการเปรียบเทียบค่าส่วนเหลือจากการตลาดในแต่ละตลาดนั้นจะเห็นได้ว่า จากเกษตรกรมาจนถึงตลาดกลางกรุงเทพฯนั้นจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายมากกว่าช่วงจากตลาดกรุงเทพฯไปสู่โรงงานอาหารสัตว์หรือการจัดนำส่งข้าวโพดส่งออกต่างประเทศ สำหรับส่วนเหลือจากการตลาดทั้งระบบการตลาดนั้น จะคำนวณได้

ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนเหลือจากการตลาดทั้งระบบการตลาด

= ราคาส่งออกหรือราคาที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ-ราคาที่เกษตรกรขายได้

= 3.25-2.54

= 0.71 บาท/กก.

สำหรับค่าส่วนเหลือจากการตลาดทั้งระบบการตลาดที่ได้นี้ จะนำไปคำนวณหา

ประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดต่อไป

ผลการคำนวณหาประสิทธิภาพการตลาด

ในการคำนวณหาประสิทธิภาพการตลาดในที่นี้จะใช้สูตรคำนวณดังนี้

ความพึงพอใจของผู้บริโภค

ประสิทธิภาพการตลาด = $\frac{\text{ความพึงพอใจของผู้บริโภค}}{\text{ส่วนเหลือจากการตลาด}}$ × 100

ส่วนเหลือจากการตลาด

สำหรับค่าความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้นจะใช้ราคาที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อหรือราคาส่งออก F.O.B. แทน เนื่องจากความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้นตามความเป็นจริงแล้วไม่สามารถวัดออกมาเป็นค่าได้แน่นอน จึงใช้ราคาที่ผู้บริโภครพอใจในการซื้อสินค้านั้นและสำหรับข้าวโพดเป็นสินค้าที่เป็นวัตถุดิบที่จำเป็นต้องไปนำผลิตคือ ดังนั้นผู้บริโภคในที่นี้จึงมีน้อยรายและยินยอมในการที่จะซื้อข้าวโพดในราคาตลาดนั้น ๆ ซึ่งราคานั้นเกิดจากกลไกของตลาดนั่นเอง และสำหรับการใช้ส่วนเหลือจากการตลาดมาหารนั้นใช้ในข้อสมมติฐานที่ว่า ค่าของส่วนเหลือจากการตลาดมีค่าใกล้เคียงกับต้นทุนการตลาดมาก ซึ่งผลการคำนวณที่ได้จะมีค่าแตกต่างตลาดเคลื่อนน้อยมาก และเนื่องจากข้อมูลต้นทุนการตลาดในปีที่ใช้ศึกษานั้นไม่มีหน่วยงานใดทำการสำรวจเก็บไว้ และการทำปัญหาพิเศษนี้เนื่องจากมีเวลาจำกัดจึงใช้การเก็บข้อมูลแบบทฤษฎี จึงทำให้จำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์หาประสิทธิภาพการตลาดด้วยสูตรดังกล่าว ซึ่งผลการคำนวณได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.25

ประสิทธิภาพการตลาด = $\frac{3.25}{0.71} * 100$

0.71

= 457.75

ค่าประสิทธิภาพการตลาดทั้งระบบการตลาดที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับร้อยละ 457.75 ซึ่งนับได้ว่ามีค่าสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าในกลุ่มเดียวกันเช่น ประสิทธิภาพการตลาดข้าวเขียวในปี.ศ. 2530 ที่ได้เพียงร้อยละ 224.34 (จีรภา, 2531: 91) แสดงให้เห็นว่าระบบการตลาดข้าวโพดในปัจจุบันมีการดำเนินงานที่ดีมีประสิทธิภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ข้าวโพด เป็นธัญพืชที่สำคัญอย่างหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากเป็นธัญพืชที่ส่งออกนารายได้เข้าสู่ประเทศเป็นมูลค่าที่มากชนิดหนึ่งและใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งประเทศไทยในปัจจุบันก็มีการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์กันมาก ทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชน แต่ในปัจจุบันข้าวโพดที่ปลูกกันในประเทศไทย ยังมีคุณภาพที่ด้อยกว่าคุณภาพของต่างประเทศ เช่นข้าวโพดของสหรัฐอเมริกาซึ่งมีค่าผลผลิตต่อไร่ที่สูงกว่า ดังนั้นจึงควรมีการสนับสนุนให้มีการปลูกข้าวโพดที่มีคุณภาพดี และพัฒนาระบบการตลาดข้าวโพดของไทยให้ดียิ่งขึ้นไปอีก ในการศึกษาาระบบการตลาดข้าวโพดในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาถึงสภาพทั่วไป โครงสร้าง การตลาด พฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่การตลาด และผลการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพด ดังมีผลการศึกษาที่พอจะสรุปได้ดังนี้

การศึกษาโครงสร้างการตลาดข้าวโพด ได้ทำการศึกษาในหัวข้อต่าง ๆ ของโครงสร้างการตลาด อันได้แก่ ระดับตลาดที่สำคัญของตลาดข้าวโพด ซึ่งแบ่งออกเป็นระดับตลาดต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ ตลาดระดับไร่นาและท้องถิ่นเป็นตลาดในแหล่งผลิต มีการรับซื้อผลผลิตข้าวโพดจากไร่นาเกษตรกรโดยตรง เป็นตลาดที่ทำการรวบรวมผลผลิตในขั้นต้น ตลาดระดับภูมิภาคเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่าตลาดระดับไร่นาและท้องถิ่น มีปริมาณธุรกิจที่มากกว่า จะตั้งอยู่ในแหล่งผลิตที่สำคัญ ๆ มีการคมนาคมขนส่งสะดวก ทำการรวบรวมผลผลิตจากตลาดระดับไร่นาและท้องถิ่นหลาย ๆ แห่งเข้าด้วยกันเพื่อส่งต่อไปยัง ตลาดปลายทางระดับประเทศ เป็นตลาดระดับใหญ่ที่สุดเป็นแหล่งสุดท้ายในการรับซื้อผลผลิตข้าวโพดเพื่อส่งต่อไปยังผู้บริโภคต่อไป เป็นตลาดที่มีความสำคัญมากจะตั้งอยู่ในชุมชนเมืองหรือเมืองท่าเช่น กรุงเทพฯ และอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา ตลาดระดับนี้จะมีการทำหน้าที่ทางการตลาด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อื่น ๆ ประกอบไปด้วย เพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าก่อนส่งออกต่างประเทศหรือใช้ในประเทศ ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม โรงงานอาหารสัตว์ ที่ใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบในการผลิต

สำหรับวิธีการตลาดข้าวโพดในประเทศไทยปี 2525/26 นั้น จะมีลักษณะคล้ายกับพืชไร่ชนิดอื่น ๆ ซึ่งแบ่งแยกตามภาคได้ดังนี้ ภาคเหนือนั้นมีวิธีการตลาดแบ่งออกเป็นภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง ซึ่งมีลักษณะคล้ายกันคือจากเกษตรกรไปยังพ่อค้าท้องถิ่นและส่งไปยังพ่อค้าท้องถิ่นต่อแล้วส่งไปยังตลาดที่อำเภอท่าเรือและตลาดกรุงเทพฯ จากนั้นจึงส่งออกต่างประเทศ นี่เป็นส่วนใหญ่ของวิถีตลาดภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง แต่ตอนล่างต่างกับภาคเหนือตอนบนคือไม่มีโรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ สำหรับในภาคกลางและตะวันตกจะมีวิธีการตลาดส่วนใหญ่ดังนี้ จากเกษตรกรไปยังพ่อค้าท้องถิ่น จากพ่อค้าท้องถิ่นไปยังพ่อค้าท้องถิ่นและต่อไปยังไซโล อำเภอท่าเรือ แล้วนำส่งต่างประเทศ วิธีการตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น โดยทั้งหมดของผลผลิตจากเกษตรกรไปยังพ่อค้าในระดับอำเภอหรือจังหวัด โดยผ่านพ่อค้าในระดับท้องถิ่นทั้งที่เป็นตัวแทนและไม่เป็นตัวแทน และการขายโดยตรงของเกษตรกรกับพ่อค้าในระดับอำเภอหรือจังหวัด ซึ่งพ่อค้าในระดับอำเภอหรือจังหวัดจะเป็นผู้แบ่งผลผลิตเพื่อส่งต่อไปยังผู้ส่งออกโดยตรงหรือผ่านหองประมาณร้อยละ 80 ของทั้งหมดและอีกร้อยละ 20 จะขายให้กับโรงงานอาหารสัตว์ และสำหรับวิธีการตลาดโดยรวมทั้งประเทศกล่าวได้คร่าว ๆ คือจากเกษตรกรผลผลิตข้าวโพดจะผ่านพ่อค้าคนกลางในระดับต่าง ๆ และส่งมายังพ่อค้าที่อำเภอท่าเรือ จังหวัดชลบุรี หรือพ่อค้ากรุงเทพฯ หรือหอง ซึ่งผลผลิตข้าวโพดทั้งหมดในปี 2530/31 จะเป็นการส่งออกร้อยละ 58.54 และใช้ในประเทศร้อยละ 41.46 สำหรับส่วนแบ่งการตลาดสรุปผลการศึกษาค้นคว้า ผู้ส่งออกข้าวโพดในประเทศไทยมีผู้ครอบครองส่วนแบ่งรายใหญ่ ๆ อยู่แล้วประมาณ 9 บริษัท โดยส่วนแบ่งการตลาดของทั้ง 9 รายนั้นจะมีอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกปี และประเภทของพ่อค้าคนกลางนั้นจะแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ในแหล่งผลิต และตลาดกลางปลายทาง ผู้ทำหน้าที่การตลาดมีทั้งรัฐบาลและเอกชน ได้แก่ พ่อค้า หอง สหกรณ์ องค์การคลังสินค้า องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร เป็นต้น พ่อค้าเป็น

คนกลางที่มีความสำคัญมากที่สุดทั้งในแหล่งผลิตและตลาดกลางปลายทาง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมของผู้ทำหน้าที่การตลาดนั้น สรุปได้ดังนี้ การดำเนินธุรกิจของพ่อค้าคนกลางนั้นแบ่งเป็น 2 ระดับตามประเภทของพ่อค้าคนกลาง โดยการค้าเงินธุรกิจส่วนใหญ่ พ่อค้าคนกลางทั้งในแหล่งผลิตและในตลาดกลางปลายทางมีความสำคัญที่สุด เป็นผู้รับซื้อและขายต่อหรือส่งออกมากที่สุด หน่วยงานราชการส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจที่เล็กกว่ากันมาก สำหรับพฤติกรรมการซื้อขายระหว่างพ่อค้ากับเกษตรกรนั้น พ่อค้าจะเป็นผู้ได้เปรียบต่อเกษตรกรมากกว่า เนื่องจากการใช้เล่ห์เหลี่ยมในการทำธุรกิจรวมทั้งข้อได้เปรียบจากการปล่อยสินเชื่อให้เกษตรกรซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ที่มีหนี้สินกับพ่อค้านั้น มักจะคองนำข้าวโพดมาขายให้กับพ่อค้านั้นเสมอ เนื่องจากข้อผูกพันทางการเงินและความคุ้นเคยกัน และสำหรับพฤติกรรมการซื้อขายระหว่างพ่อค้ากับพ่อค้าก็ยังมีการใช้เล่ห์เหลี่ยมในการทำธุรกิจเช่นกัน สำหรับการกำหนดราคานั้น เนื่องจากข้าวโพดเป็นสินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตต่อไปและมีลักษณะเป็นการไหลรวมเข้าสู่ศูนย์กลางที่ตลาดปลายทางเช่นตลาดกรุงเทพฯ จึงทำให้การกำหนดราคานั้นมักจะเกิดจากตลาดปลายทางเช่นตลาดกรุงเทพฯ แล้วตลาดในระดับภูมิภาค จึงใช้ราคาที่ตลาดปลายทางเป็นหลักและเพิ่มหรือลดราคาตามไปอีกด้วย ความเคลื่อนไหวของราคาข้าวโพด เนื่องจากเป็นพืชที่มีผลผลิตตามฤดูกาล ใช้เวลาผลิตนาน จึงทำให้ความเคลื่อนไหวของราคาข้าวโพดเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยความเคลื่อนไหวตามฤดูกาลจะเห็นได้ชัดเจนว่าช่วงข้าวโพดออกสู่ตลาดจะมีราคาต่ำลงและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในเดือนมกราคม-มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงข้าวโพดขาดแคลน

สำหรับผลการดำเนินงานของระบบการตลาดข้าวโพดนั้น เนื่องจากจะใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการหาประสิทธิภาพการตลาด และจำเป็นต้องใช้ส่วนเหลือมการตลาดในการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ว่า ส่วนเหลือมการตลาดในตลาดกลางปลายทางนั้นมีค่าเท่ากับ 0.54 บาท/กก. และในตลาดส่งออกหรือตลาดโรงงานอาหารสัตว์มีค่าส่วนเหลือมการตลาดที่ใกล้เคียงกัน คือ 0.18 และ 0.17 บาท/กก.ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นว่าข้าวโพดเป็นสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดหรือต้นทุนการตลาดที่น้อยมาก เนื่องจากข้าวโพดเป็นสินค้าวัตถุดิบจึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการทางการตลาดมาก และส่วนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่อมการตลาดทั้งระบบ มีค่าเท่ากับ 0.71 บาท/กก. ในการหาประสิทธิภาพการตลาด จะพบว่าค่าประสิทธิภาพการตลาดของระบบการตลาดข้าวโพดนี้มีค่าร้อยละ 457.75 ซึ่งเป็นค่าประสิทธิภาพการตลาดที่สูงมาก แสดงถึงระบบการตลาดมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพดี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาระบบการตลาดข้าวโพด มีข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงระบบการตลาดข้าวโพด ดังนี้

1. รัฐบาลควรดำเนินการจัดการส่งเสริมและควบคุมให้พื้นที่ทำการเพาะปลูกข้าวโพดอยู่บริเวณเดียวกัน เนื่องจากปัจจุบันมีการเพาะปลูกอยู่กระจัดกระจายทำให้ต้องมีการเสียค่าขนส่งมาก ซึ่งจะทำให้ราคาข้าวโพดสูงขึ้นและมีผลกระทบต่อระบบการตลาด อีกทั้งถ้ามีการเพาะปลูกเป็นเขต จะช่วยให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองในการขายข้าวโพดจากการรวมตัวกันของผู้ผลิต
2. ควรลดขั้นตอนในวิถีการตลาดลงเนื่องจากผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึงคนกลางในวิถีการตลาดมีจำนวนมากจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นอีก การลดขั้นตอนก็อาจกระทำโดยการรวมตัวกันของคนกลางที่มีอยู่เพื่อให้เหลือคนกลางเท่าที่จำเป็นเท่านั้น
3. ควรส่งเสริมให้มีการตั้งตลาดกลางข้าวโพด ในแต่ละภาคที่มีการปลูกข้าวโพด เพื่อเป็นแหล่งให้ข่าวสารกับเกษตรกรด้วย และเป็นการลดขั้นตอนคนกลางให้น้อยลง โดยเกษตรกรที่ต้องการขายก็นำข้าวโพดมาขายที่ตลาดกลางแห่งนี้เลย และราคาที่ได้เป็นราคาที่ยุติธรรมกว่าราคาที่พ่อค้าคนกลางเข้าไปรับซื้อในไร่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ควรให้มีการส่งเสริมให้ความรู้ในเรื่องการตลาดแก่เกษตรกรเพื่อที่จะได้ไม่เร่งรีบในการขายผลผลิตเมื่อยังไม่ถึงเวลาที่เหมาะสม ซึ่งหากขายออกมาพร้อม ๆ กันก็จะทำให้ปริมาณข้าวโพดในตลาดมีจำนวนมาก และจะทำให้ราคาข้าวโพดตกลงด้วย ให้อรจนถึงเวลาที่เหมาะสมราคาดีพอควร จึงขายและจะทำให้ราคาข้าวโพดไม่ตกลงจนเกินไป

5. ควรสนับสนุนในเรื่องสินเชื่อแก่เกษตรกรมากกว่านี้เมื่อเกษตรกรไม่เคียดร้อนในเรื่องเงินแล้วก็ไม่ต้องไปกู้ยืมกับพ่อค้าซึ่งจะมีผลต่อการขายข้าวโพดในอนาคตต่อไป



เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา ชาราสข. 2526. การวิเคราะห์อุปทานและอุปสงค์ส่งออกสำหรับข้าวโพดไทยใน ตลาดมาเลเซียและตลาดสิงคโปร์. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2533. ต้นทุนการผลิตข้าวโพด เลี้ยงสัตว์ ปี2532/33. (โทรเนื้ขาว)

เกษม สุขสถานและคณะ. 2527. พืชเศรษฐกิจ เล่ม 2. ภาควิชาพืชไร่ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จรินทร์ เทศวานิชและคณะ. 2528. การตลาดและนโยบายการเกษตร. กรุงเทพมหานคร : หนึ่งใจกิจการพิมพ์.

จำเนียร บุญมาและคณะ. 2533. ระบบธุรกิจข้าวโพดไทย. กรุงเทพมหานคร : แสงการพิมพ์

จิรพร เอี่ยมศรี. 2528. การตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพมหานคร : บริษัท นวนก จำกัด.

จิรภา สมบูรณ์สิน. 2531. การศึกษาระบบตลาดถั่วเขียวในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เชาว์ โรจน์แสงและคณะ. 2529. ตลาดสินค้าเกษตรกรรมกับเศรษฐกิจของไทย.

กรุงเทพมหานคร : นำกิจการพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำรังสีกัด ชัยสนิทและคณะ. 2530. การตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพมหานคร :
 โรงพิมพ์ นิสิตธุรกิจการพิมพ์.

ทรงเชาว์ อินสมพันธ์. 2531. พืชไร่ที่สำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เล่ม 1.
 ภาควิชาพืชไร่ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปัญญา ปรีชาพงศ์. 2521. การปลูกพืชไร่เมืองร้อน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แพร่ศึกษา.

ผาสวัสดิ์และวางแผน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด. 2527. ข้าวโพด วิทยาการตลาดและการ
ส่งออก. (โรเน็ชว)

ไพฑูรย์ รอดวินิจ. 2523. การตลาดสินค้าเกษตร. คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
 2527. โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระบบตลาดสินค้าเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
 กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด พันนี้พิมพ์บลิซซิ่ง.

ศูนย์สถิติการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2533. สถิติการเกษตรของประเทศไทย
ปีเพาะปลูก 2532/33. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2527. โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระบบตลาดสินค้า
เกษตรภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2527. โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระบบตลาด

สินค้าเกษตรภาคกลาง-ตะวันตก. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์.

สุเมธ พูลตัน. 2527. การวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกของข้าวโพดไทยในประเทศอาเซียน

และประเทศคู่เวต. กรุงเทพมหานคร : นิตยาพิเศษ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2534. เป้าหมายการผลิตสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญปี 2533.

(โทรเนืงว)

อวูธ ฌ ล่าป่าง. 2533. "ทิศทางการพัฒนาข้าวโพด". วารสารวิชาการเกษตร.

(ปีที่ 8 เล่มที่ 1). กรุงเทพมหานคร : น.46-51.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการหาค่าดัชนีราคาตามฤดูกาล

ในการศึกษาค้างนี้ ใช้วิธีอัตราส่วนต่อค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ในการหาค่าดัชนีราคาตามฤดูกาล วิธีนี้เหมาะสำหรับกรณีที่ไม่ต้องการนำแนวโน้ม (Trend) หรือวัฏจักร (Cycle) มาคิดด้วย วิธีนี้มีขั้นตอนในการคำนวณดังนี้

1. คำนวณหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ 12 เดือน ในกรณีข้อมูลรายค่าเป็นรายเดือน แต่ถ้าเป็นข้อมูลรายไตรมาสต้องคำนวณหาค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ 4 ไตรมาส

2. นำค่าสังเกตหรือข้อมูลมาหารด้วยค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แล้วคูณด้วย 100

T S C I

————— = S I

T C

3. นำค่าที่ได้จากข้อ 2 มาจัดกลุ่มเดือนเดียวกันหรือไตรมาสเดียวกัน แล้วหาค่าเฉลี่ยในแต่ละกลุ่มเพื่อกำจัด I ออก โดยทั่วไปจะใช้วิธีที่เรียกว่า modified mean คือ จะตัดค่าสูงสุดและต่ำสุดในกลุ่มออกก่อนแล้วจึงหาค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม

4. ถ้าผลรวมค่าเฉลี่ยทุกกลุ่มเท่ากับ 1200 กรณีข้อมูลเป็นรายเดือน หรือเท่ากับ 400 กรณีข้อมูลเป็นรายไตรมาส ค่าเฉลี่ยที่ได้จะเป็นค่าดัชนีราคาตามฤดูกาล แต่ถ้าไม่เท่าจะต้องทำการปรับค่า ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ $i * 1200$

ดัชนีราคาตามฤดูกาลของเดือนที่ $i = \frac{\text{ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ } i * 1200}{\text{ผลรวมของค่าเฉลี่ยทุกเดือน}}$

ผลรวมของค่าเฉลี่ยทุกเดือน

ค่าเฉลี่ยไตรมาสที่ $i * 400$

หรือ ดัชนีราคาตามฤดูกาลของไตรมาสที่ $i = \frac{\text{ค่าเฉลี่ยไตรมาสที่ } i * 400}{\text{ผลรวมของค่าเฉลี่ยทุกไตรมาส}}$

ผลรวมของค่าเฉลี่ยทุกไตรมาส

จากวิธีนี้จะได้อัตราดัชนีราคาตามฤดูกาลในที่สุด

ตารางผนวกที่ 1 วิชาชาวโศภกเกษตรกรชายไว้ ในปี พ.ศ.2523-2533

เดือน/ปี	พ.ศ.2523	พ.ศ.2524	พ.ศ.2525	พ.ศ.2526	พ.ศ.2527	พ.ศ.2528	พ.ศ.2529	พ.ศ.2530	พ.ศ.2531	พ.ศ.2532	พ.ศ.2533
มกราคม	2.17	2.30	2.20	2.30	2.73	2.42	1.87	1.73	2.84	2.92	2.96
กุมภาพันธ์	2.29	2.70	2.20	2.40	2.64	2.43	1.89	1.72	3.05	2.95	3.02
มีนาคม	2.29	2.90	2.30	2.40	2.63	2.30	1.92	1.67	2.97	2.98	3.10
เมษายน	2.38	2.90	2.40	2.20	2.75	2.30	1.93	1.61	2.73	2.30	3.02
พฤษภาคม	2.25	2.20	2.90	2.30	2.59	3.32	1.92	1.85	2.75	2.90	2.93
มิถุนายน	2.79	2.40	2.90	2.00	2.61	3.22	1.80	-	2.33	-	-
กรกฎาคม	2.51	2.40	2.00	2.50	2.44	2.32	1.81	1.81	2.71	2.20	2.82
สิงหาคม	2.33	2.40	1.90	2.40	2.43	2.30	1.64	1.94	2.53	2.39	2.57
กันยายน	2.33	2.20	2.00	2.30	2.27	1.56	1.47	2.29	2.49	2.92	2.31
ตุลาคม	2.44	2.10	2.00	2.50	2.25	1.71	1.44	2.46	2.53	2.91	2.38
พฤศจิกายน	2.63	2.30	2.00	2.60	2.31	1.99	1.42	2.49	2.61	2.35	2.52
ธันวาคม	2.51	1.90	2.12	2.60	2.45	1.97	1.53	2.62	2.65	2.39	2.40
เฉลี่ย	2.41	2.40	2.24	2.38	2.51	2.35	1.72	2.02	2.69	2.92	2.73

ที่มา : (ส่วนงานเสริมธุรกิจการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 ราคาข้าวโพดขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ ปี พ.ศ.2523-2533

เดือน/ปี	พ.ศ.2523	พ.ศ.2524	พ.ศ.2525	พ.ศ.2526	พ.ศ.2527	พ.ศ.2528	พ.ศ.2529	พ.ศ.2530	พ.ศ.2531	พ.ศ.2532	พ.ศ.2533
มกราคม	2.39	3.42	2.65	2.89	3.16	2.90	2.31	2.13	3.11	3.19	3.26
กุมภาพันธ์	2.78	3.38	2.74	2.95	3.10	2.95	2.34	2.14	3.50	3.31	3.44
มีนาคม	2.93	3.19	2.83	3.14	3.19	3.21	2.46	2.23	3.29	3.43	3.56
เมษายน	2.90	3.00	3.18	3.39	3.23	3.48	2.47	2.35	3.18	3.90	3.44
พฤษภาคม	3.33	2.85	3.37	3.32	3.14	3.80	2.40	2.42	-	4.61	3.36
มิถุนายน	3.30	2.93	3.38	3.13	3.20	3.53	2.19	2.25	2.92	4.25	3.27
กรกฎาคม	2.90	2.98	3.00	3.04	3.33	3.06	2.20	2.24	3.16	3.87	3.04
สิงหาคม	3.30	2.85	2.54	3.19	3.35	2.61	2.06	2.38	2.96	3.34	2.83
กันยายน	3.15	2.68	2.49	3.03	2.76	2.27	1.87	2.15	2.90	3.13	2.55
ตุลาคม	3.15	2.58	2.42	2.99	2.76	2.10	1.83	2.69	2.96	3.10	2.72
พฤศจิกายน	3.38	2.43	2.47	3.11	2.76	2.30	1.99	2.83	2.33	3.28	2.84
ธันวาคม	3.44	2.47	2.73	3.25	2.92	2.42	2.16	2.99	2.97	3.28	2.59
เฉลี่ย	3.33	2.90	2.82	3.12	3.35	2.89	2.19	2.43	3.34	3.56	3.08

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 ราคาก้าวโศดส่งออก F.O.B. ในปี พ.ศ.2523-2533

เดือน/ปี	พ.ศ.2523	พ.ศ.2524	พ.ศ.2525	พ.ศ.2526	พ.ศ.2527	พ.ศ.2528	พ.ศ.2529	พ.ศ.2530	พ.ศ.2531	พ.ศ.2532	พ.ศ.2533
มกราคม	2.98	2.82	3.22	3.34	3.28	3.03	2.43	2.82	3.59	3.33	3.47
กุมภาพันธ์	3.10	3.82	3.24	3.38	3.46	3.13	2.38	2.92	3.63	3.53	3.33
มีนาคม	3.22	3.54	3.34	3.45	3.25	3.34	2.36	2.95	3.31	3.63	3.78
เมษายน	3.23	3.37	3.48	3.81	3.46	3.52	2.71	2.73	3.38	4.23	3.39
พฤษภาคม	3.27	3.25	3.71	3.76	3.14	3.83	3.32	2.87	2.80	4.81	3.54
มิถุนายน	3.31	3.37	3.91	3.49	3.42	3.67	2.53	2.75	3.34	4.53	3.44
กรกฎาคม	3.20	3.35	3.11	3.47	3.26	3.12	2.19	2.60	3.14	4.12	3.11
สิงหาคม	3.25	3.23	2.31	3.46	3.54	2.51	2.21	2.49	3.02	3.62	3.33
กันยายน	3.49	3.07	2.31	3.27	3.37	2.15	1.98	2.32	2.97	3.32	2.72
ตุลาคม	3.48	3.02	2.95	3.33	3.34	2.13	1.37	2.24	3.03	3.33	2.30
พฤศจิกายน	3.10	3.82	3.24	3.38	3.46	3.13	2.38	2.92	3.63	3.53	3.33
ธันวาคม	3.22	3.54	3.34	3.45	3.25	3.34	2.36	2.95	3.31	3.63	3.78
เฉลี่ย	3.32	3.22	3.23	3.50	3.39	2.95	2.39	2.63	3.21	3.83	3.26

ที่มา : (สมาคมพ่อค้าข้าวโศดและพืชพันธุ์ไทย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 4 ราคาข้าวโพดที่โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อในปีพ.ศ.2529-2533

เดือน/ปี	พ.ศ.2529	พ.ศ.2530	พ.ศ.2531	พ.ศ.2532	พ.ศ.2533
มกราคม	2.26	2.08	3.41	3.36	3.35
กุมภาพันธ์	2.28	2.07	3.60	3.46	3.55
มีนาคม	2.42	2.14	3.36	3.48	3.72
เมษายน	2.41	2.29	3.33	3.99	3.62
พฤษภาคม	2.35	2.33	2.88	4.71	3.50
มิถุนายน	2.16	2.30	3.08	4.60	3.44
กรกฎาคม	2.15	2.16	3.24	4.30	3.09
สิงหาคม	2.00	2.28	2.97	3.52	2.99
กันยายน	1.81	2.67	2.87	3.25	2.79
ตุลาคม	1.78	2.80	2.96	3.25	2.90
พฤศจิกายน	1.95	2.93	3.04	3.36	3.07
ธันวาคม	2.08	2.99	3.06	3.34	2.98
เฉลี่ย	2.14	2.42	3.15	3.72	3.25

ที่มา : (สมาคมผู้ค้าอาหารสัตว์ไทย)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้