

การปฏิบัติทางการตลาดของพืชผลทางการเกษตรของเกษตรกรชาวเขาเผ่าลาฮู่
ในภาคเหนือของประเทศไทย



นายพร วิชชุเวทิน

001841

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษิตตามหลักสูตรปริญญาพาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต

แผนกวิชาพาณิชยศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2522

116596973

CROP MARKETING PRACTICES OF LAHU FARMERS
IN NORTHERN THAILAND

Mr. Porn Widchuwekhin

A Thesis Submitted in Partial Fullfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Commerce

Department of Commerce

Graduate School

Chulalongkorn University

1979

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การปฏิบัติทางการตลาดของพืชผลทางการเกษตรของเกษตรกร
ชาวเขาเผ่าลาหู่ในภาคเหนือของประเทศไทย

โดย

นายพร วิชชเวคิน

แผนกวิชา

พาณิชยศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ สุภาวณา ลิ้มสวัสดิ์



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

Prasit Yama
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประคิมฐ์ มุขนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

Prinya Wanchoo
..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ปรีญา วอนขอพร)

Suphanna Limswat
..... กรรมการ
(อาจารย์ สุภาวณา ลิ้มสวัสดิ์)

Wang Kum
..... กรรมการ
(ดร.ขวัญไทย วังอุคม)

Paikol Onsanant
..... กรรมการ
(นายไพศาล อนุศาสนนันท์)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การปฏิบัติทางการตลาดของพืชผลทางการเกษตรของเกษตรกร
ชาวเขาเผ่าลาฮู่ในภาคเหนือของประเทศไทย

ชื่อนิสิต

นายพร วิชชุเวทิน

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์สุภาวณา ลิ้มสวัสดิ์

แผนกวิชา

พาณิชยศาสตร์

ปีการศึกษา

2521



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพืชเงินที่สำคัญ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ
การผลิต การปฏิบัติหน้าที่ทางการตลาดและต้นทุนด้านการตลาดของชาวเขาเผ่าลาฮู่รวมทั้งลักษณะ
ของผู้มารับซื้อพืชผลยังหมู่บ้าน และราคาที่เกษตรกรได้รับ ได้ทำการศึกษาทั้งหมดดังกล่าว
โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะได้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งมากขึ้นเกี่ยวกับลักษณะของปัญหาด้านการตลาด
ที่จะต้องทำการแก้ไขอย่างรีบด่วนเพื่อที่จะเพิ่มรายได้ของเกษตรกรจากพืชทดแทนต่าง ๆ ซึ่งม
ีความจำเป็นในการกำจัดกาบปลูมดินและระบบการทำให้เลือนลอยของชาวเขาเผ่าลาฮู่ในภาคเหนือ
ของประเทศไทยได้มากที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 5 ข้อดังต่อไปนี้

1. พืชเงินที่สำคัญประกอบด้วยพืชล้มลุกเป็นส่วนใหญ่ และเกษตรกรชาวเขาเผ่าลาฮู่
ส่วนใหญ่อาศัยราคาสลาคเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจในการผลิตพืชในรอบปี 2520-21
2. เกษตรกรชาวเขาเผ่าลาฮู่ได้มีการปฏิบัติหน้าที่ทางการตลาดมากกว่าผู้ซื้อ
ในรอบปี 2520-21
3. ในจำนวนทั้งหมดของผู้ที่มารับซื้อพืชผลยังหมู่บ้านในรอบปี 2520-21 พ่อค้า
พื้นเมือง เพศชายจากสลาคตำบลมีมากที่สุด

4. ความแตกต่างของราคาระหว่างเกษตรกรชาวเขาเผ่าลาฮู่ในแต่ละหมู่บ้านมีน้อยเมื่อเทียบกับความแตกต่างของราคาระหว่างหมู่บ้านในรอบปี 2520-21

5. ค่าขนส่ง เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดในส่วนประกอบของต้นทุนด้านการตลาดของเกษตรกรชาวเขาเผ่าลาฮู่ในรอบปี 2520-21

ได้คัดเลือกจำนวน 217 ครัวเรือนโดยเลือกไม่ต่ำกว่า 10 ครัวเรือนในแต่ละหมู่บ้านจาก 17 หมู่บ้านในจังหวัดตาก เชียงใหม่ และเชียงใหม่ ได้ใช้แบบสำรวจรวม 3 ชุดด้วยกัน ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์หัวหน้าครัวเรือนโดยตนเองทุกราย และได้สรุปข้อมูลโดยทำการแจกแจงความถี่และหาร้อยละแล้วนำมาแสดงในตาราง

ผลการวิจัยที่สำคัญปรากฏว่ามีดังต่อไปนี้

1. กาแฟ ละหุ่ง ถั่วแดง และงา เป็นพืชเงินที่สำคัญ โดยงาเป็นพืชที่ปลูกกันมากที่สุด (89.40%) ผลผลิตของพืชทุกชนิดต่ำ และเกษตรกรอาศัยราคาตลาดเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจในการผลิต

2. รูปรางลักษณะและความแห้งของเมล็ด และสิ่งเจือปนเป็นเกณฑ์ที่เกษตรกรใช้กันในการจัดแบ่งชั้นคุณภาพพืชผล ทุกรายนิยมบรรจุพืชผลในกระสอบแล้วเก็บไว้บนลานก่อนขาย ส่วนใหญ่ (69.26%) ขายพืชผลในหมู่บ้านของตน ขายพืชผลไปทั้งหมดภายใน 2 สัปดาห์หลังเก็บเกี่ยว (86.88%) ผู้ที่ขายพืชเขียวมีน้อย (5.67%) ส่วนใหญ่ใช้รถ 4 ล้อ (รถบรรทุกขนาดเล็ก) (33.33%) และเกวียน (27.78%) ในการขนส่งพืชผลไปตลาดพื้นราบ นิยมขายเป็นเงินสด (95.83%) ได้รับข่าวสารราคามาจากผู้รับซื้อหมู่บ้าน (58.61%) และจากคนในหมู่บ้าน ผู้ที่กลับจากตลาดพื้นราบ (31.15%) ประมาณครึ่งหนึ่งของเกษตรกร (49.77%) มีการกั๊ยมเงินก่อนเก็บเกี่ยวพืชผล จำนวนเงินที่ถูกเป็นรายบุคคลส่วนใหญ่ (69.00%) ไม่เกิน 1,000 บาท ตลอดปี

3. ผู้ที่มารับซื้อพืชผลยังหมู่บ้านเกษตรกรมีพ่อค้าคนไทยพื้นเมือง เพศชายจากตลาด
ตำบลมากที่สุด (37.04%) เกษตรกรนิยมขายพืชให้กับผู้ซื้อประจำเกือบทุกราย โครงสร้างของ
ตลาดในระคับหมู่บ้านมีลักษณะ "ผู้ซื้อผูกขาด" หรือ "ผู้ซื้อจำนวนน้อยราย"

4. สำหรับภา ความแตกต่างของราคาภายในหมู่บ้านมีมากกว่าความแตกต่างของราคา
ระหว่างหมู่บ้าน

5. คาชนส่งพืชเป็นรายการที่ใหญ่ที่สุดในต้นทุนด้านการตลาด

สมมติฐานข้อ 2 และ ข้อ 4 นั้นได้ปฏิเสธไปเนื่องจากผลการวิจัยไม่ได้สนับสนุน ส่วนที่
เหลือนั้นได้ยอมรับไว้

Thesis Title	Crop Marketing Practices of Lahu Farmers in Northern Thailand.
Name	Mr. Porn Widchuwekhin
Thesis Advisor	Miss Sukanchana Limpisvasti
Department	Commerce
Academic Year	1978

ABSTRACT

The objective of this research was to study the major cash-crops, factors that governed production decisions, performance of marketing functions, and marketing costs of the Lahu farmers; and also the characteristics of crop buyers and farm prices; all, with the purpose of gaining more insights into the nature of the marketing problems requiring immediate solutions to improve the farm incomes from alternative cash-crops essential for the ultimate eradication of opium cultivation and swidden farming system of the Lahus in Northern Thailand.

There were five research hypotheses as follows:

1. Major cash-crops consisted of mainly field crops; and most farmers used market prices for production decisions, during 1977-78.
2. The Lahu farmers performed more marketing functions than the crop buyers during 1977-78.

3. Most crop buyers in the villages were male, Northern Thai merchants from tambol markets, during 1977-78.

4. Price variations within each village were smaller than the variations between the villages, during 1977-78.

5. The largest marketing cost item was transportation, during 1977-78.

A sample of 217 households, selecting at least 10 from each village, were taken from 17 villages in Tak, Chiangmai, and Chiangrai provinces, through Judgement sampling method. Three sets of interview schedules were used. Each head of household was interviewed in person by the researcher. The data were summarized into frequency and percentage tables.

The major findings of this study were as follows:

1. Coffee beans, castor beans, red kidney beans, and sesame were major cash-crops with the last one as the most widely grown crops (89.40%). Farmers' crop outputs were predominantly low; and their production decisions governed by market prices.

2. Appearance and degree of dryness of the seeds, and foreign matters content were criteria used by the farmers in standardizing and grading. All farmers packed their crops in sacks, and stored in their houses. Most of them (69.26%) sold their crops in their own villages; sold all their crops within

two weeks after the harvest (86.88%). Pre-harvest sales were rare (5.67%). Most farmers used 4-wheelers (small pick-up trucks) (33.33%), and animal-drawn carts (27.78%) for transporting their crops to the lowland markets; sold in cash (95.83%); received price informations from crop buyers (58.61%) and from the villagers returning from the lowland markets (31.15%). About one half of the farmers (49.77%) obtained cash credits before the harvests. Individual amounts of total cash credits for one year (69.00%) did not exceed 1,000 bahts.

3. Most crop buyers in the villages were male, Northern Thai merchants from tambol markets (37.04%). Nearly all farmers sold their crops to regular buyers. Village level market structure was characterized by either monopsony, or pure oligopsony.

4. For sesame, price variations within each village were higher than the variations between the villages.

5. Freight charges were the largest marketing cost items for all farmers.

The second and fourth hypotheses were rejected since the findings did not support them. The remainings were retained.

กิติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์สุภาภรณ์ ลิมป์สวัสดิ์ ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการวิจัย และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรชัย พิศาลบุตร ที่ได้สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้และได้ให้คำปรึกษาโดยตลอด ซึ่งมีส่วนทำให้ การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงลงไปได้

ในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากเจ้าหน้าที่ราชการ ท้องถิ่นและท้องที่ในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และตาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสมิทธิ วงศ์ประเสริฐ นักวิจัยประจำเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งของกรมประชาสัมพันธ์ เชียงใหม่ คุณแพทย์พรหมพิคาทร หัวหน้า คุณวัลลภ พลอยทับทิม ผู้ช่วย และ คุณฉัตรกาวลัย พรหมพิคาทร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา คอยมูเซอ จังหวัดตาก ตลอดจนทั้งชาวเขาเผ่าลาฮูทุกคนจากทั้ง 3 จังหวัดที่ได้เข้าไปทำการสำรวจ จึงขอขอบพระคุณและขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อภาคต้นปีการศึกษา 2521 เป็นจำนวนเงินรวม 4,200 บาท ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

พร วิชาญเวทิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
รายการตารางประกอบ	ฉ
บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
สมมติฐานในการวิจัย	10
วิธีการที่ใช้ในการวิจัย	11
ขอบเขตของการวิจัย	12
การจำกัดความของภาษาเฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	14
2. วิธีดำเนินการวิจัย	16
ประชากรในการวิจัย	16
วิธีสุ่มตัวอย่าง	16
ขนาดของตัวอย่าง	17
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
การวิจัยขั้นเตรียมการ	19
การวิเคราะห์ข้อมูล	19
อุปสรรคในการวิจัย	20

3. ผลการวิจัย	21
สภาพทั่วไปของการค้าพืชผลทางการเกษตรของเผลลาฮู	
ในภาคเหนือ	21
ภาวะการผลิตและหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจในการผลิต	23
หน้าที่ทางการตลาดที่เกษตรกรชาวเขาเผลลาฮูได้ปฏิบัติ	32
ผู้รับซื้อพืชผลจากเกษตรกรชาวเขาเผลลาฮู	53
ราคาพืชผลที่เกษตรกรชาวเขาเผลลาฮูได้รับ	59
ต้นทุนด้านการตลาด	63
4. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	68
ข้อสรุปเกี่ยวกับสมมติฐานในการวิจัย	68
การอภิปรายผลการวิจัย	72
ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก ก	80
ข	82
ค	85
ประวัติการศึกษา	102

รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
1. หนุมาน ที่ตั้ง และจำนวนครัวเรือนของ เกษตรกรลาชู่ที่ตก เป็นตัวอย่างในการวิจัย	18
2. จำนวนหนุมานและจำนวนเกษตรกรลาชู่ที่ผลิตพืชแต่ละชนิด	23
3. การแจกแจงความถี่ของระยะเวลาที่ปลูกพืชแต่ละชนิดมาแล้ว	26
4. การแจกแจงความถี่ของผลผลิต เพื่อขายสำหรับพืชแต่ละชนิด	29
5. จำนวนของ เกษตรกรลาชู่แบ่งตามวิธีการสืบราคาพืชผลแต่ละชนิด	35
6. ระยะทางจากถนนใหญ่เขาถึงหนุมาน เกษตรกรลาชู่ และชนิดของ ยานพาหนะที่เกษตรกรในแต่ละหนุมานใช้ในการขนส่งพืชผล	37
7. เกษตรกรลาชู่แบ่งตามวิธีการขนส่งที่ใช้ในการนำพืชผลไปขายที่ ตลาดพนมราช	38
8. จำนวนของ เกษตรกรลาชู่ที่ได้รับการชำระเงินโดยวิธีต่าง ๆ จาก ผู้ซื้อพืชผล	40
9. จำนวนของ เกษตรกรลาชู่แบ่งตามแหล่งขายพืชผล	41
10. จำนวนของ เกษตรกรลาชู่ที่นำพืชผลไปขายที่ตลาดแต่ละแห่งใน พนมราช	43
11. การแจกแจงเวลาขายพืชผลแต่ละชนิดของเกษตรกรลาชู่	45
12. จำนวนของเกษตรกรลาชู่ที่ขายและไม่ขายพืชเขียว จากแต่ละ หนุมานที่มีการขายพืชเขียว	46
13. ราคาขายพืชเขียว และจำนวนเกษตรกรลาชู่ที่ขายในแต่ละราคา	47
14. การแจกแจงความถี่ของจำนวนเงินที่เกษตรกรลาชู่เก็บ	48

ตารางที่

หน้า

15. อัตราดอกเบี้ยของเงินกู้ และจำนวนของเกษตรกรรายที่กู้ยืม
ในแต่ละอัตรา 50

16. การแจกแจงความถี่ของระยะเวลาในการกู้ยืมเงิน 51

17. จำนวนของเกษตรกรรายที่กู้ยืมเงินที่ทำสัญญาและไม่ทำสัญญา 51

18. จำนวนของเกษตรกรรายที่กู้ยืมเงินที่ต้องมีและไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน
หรือหลักทรัพย์ในการกู้ยืมเงิน 52

19. จำนวนของเกษตรกรรายที่กู้ยืมเงินจากผู้ใหญ่แต่ละชนิด 52

20. จำนวนของผู้ที่มาขอสินเชื่อที่ยังหมุนเวียนเกษตรกรรายแบ่งตาม
เชื้อสายและที่อยู่ 54

21. จำนวนของเกษตรกรรายที่ขายผลผลิตให้กับพ่อค้าแต่ละชนิดที่มา
รับซื้อที่ยังหมุนเวียน 56

22. จำนวนของพ่อค้าในพื้นที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรรายแบ่งตาม
เชื้อสายและที่อยู่ 58

23. จำนวนของเกษตรกรรายที่ขายผลผลิตให้กับผู้ซื้อประจำและไม่ประจำ 59

24. การกระจายของราคากาแฟ ละหุ่ง และงาที่เกษตรกรรายได้รับ
ในหมู่บ้านสำหรับ 14 หมู่บ้าน 60

25. ค่าเฉลี่ย และความแปรปรวนของราคางาที่เกษตรกรรายได้รับใน
หมู่บ้าน 61

26. การกระจายของราคากาแฟ ละหุ่ง ถั่วแดง และงาที่เกษตรกรราย
ได้รับในตลาดพื้นราบ 64

27. ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดสำหรับผลผลิตแต่ละชนิดที่นำไปขายที่พื้นราบ 65