

บทที่ 1

บทนำ



ความสำคัญของการศึกษา

ข้าวโพดสดเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญเป็นอย่างมากชนิดหนึ่งในบรรดาพืชเศรษฐกิจของประเทศ โดยพิจารณาจากสถิติการผลิตและการส่งออก จะเห็นได้ว่าการใช้ที่ดินเพื่อทำการปลูกถึง 6.368 ล้านไร่ได้ผลผลิต 2.300 ล้านตัน โดยส่งออกเป็นจำนวน 1.873 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 2,286 ล้านบาท ในปี 2514/15 และในปี 2523/24 เนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นเป็น 9.670 ล้านไร่ ให้ผลผลิต 3.150 ล้านตัน ส่งออกเป็นจำนวน 2.209 ล้านตัน เป็นมูลค่า 7,281 ล้านบาท (ตารางที่ 1.1) แม้ว่าพื้นที่การผลิตข้าวโพดได้เพิ่มขึ้นทุกปีก็ตาม แต่การผลิตและการส่งออกของไทยอยู่ในปริมาณค่อนข้างคงที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าพิจารณาถึงผลผลิตภาพการผลิตข้าวโพดแล้ว พบว่าผลผลิตต่อไร่ของข้าวโพดกลับมีแนวโน้มในทางลดลง และมีความแปรปรวนค่อนข้างมาก ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณการผลิตข้าวโพดในอดีตเป็นเพียงแต่การขยายเนื้อที่เพาะปลูกเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันนี้ เนื้อที่ทำการเพาะปลูกข้าวโพดมีค่อนข้างจำกัด สิ่งก่อให้เกิดปัญหาที่สำคัญต่อระบบการผลิต และการตลาดข้าวโพดของไทยขึ้น ฉะนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลและเกษตรกรจะต้องเพิ่มปริมาณการผลิตข้าวโพดภายใต้พื้นที่อันจำกัด โดยการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตเพื่อแก้ปัญหานี้

ภายใต้สภาพการณ์ดังกล่าวได้กระตุ้นให้หน่วยงานราชการต่าง ๆ ได้เล็งเห็นถึงการแก้ไขปัญหาการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตข้าวโพดขึ้น และในที่สุดแนวทางการแก้ไขปัญหานี้ก็มุ่งเน้นไปยังการปรับปรุงแก้ไขทางด้านปัจจัยการผลิตต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนามาปรับปรุงเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่ใช้ปลูกให้มีคุณภาพสูง ซึ่งย่อมจะมีผลต่อการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพของผลิตผลที่ได้รับของเกษตรกร ภายใต้ข้อจำกัดของพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพด

การที่เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดมีความสำคัญต่อผลสำเร็จในการผลิตข้าวโพด ทำให้ธุรกิจการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดจึงมีบทบาทในการกระจายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดให้ถึงมือเกษตรกรผู้ใช้อย่างไรก็ตาม

การศึกษาถึงลักษณะทางการตลาดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดในประเทศไทย ในปัจจุบันนับว่ายังมีอยู่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาทางด้านการผลิตข้าวโพด ดังนั้นการศึกษาริเคราะห์และวิจัยถึงลักษณะต่าง ๆ ของระบบการตลาดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด จึงนับได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ควรจะให้ความสนใจ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงแนวปฏิบัติทั่วไปในการดำเนินธุรกิจ และผลที่เกิดจากการดำเนินงานด้านการตลาดธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด เพื่อใช้เป็นแนวทางของหน่วยราชการในการกำหนดนโยบาย ตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาดของหน่วยงานรัฐและเอกชนให้สอดคล้องซึ่งกันและกัน ยังผลให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกรมากที่สุด นอกจากนี้การศึกษาเรื่องนี้ยังเป็นการเพิ่มพูนข้อมูลด้านการตลาด ซึ่งมีอยู่น้อยให้สมบูรณ์และเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจ ตลอดจนการวิจัยที่จะมีขึ้นในอนาคตอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางเศรษฐกิจโดยทั่วไปของเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด (Corn Seeds)
2. เพื่อศึกษาส่วนแบ่งตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด (Corn Seeds)
3. เพื่อศึกษาถึงการส่งเสริมการขายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ การใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดจากธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง

ขอบเขตการศึกษา

1. การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเน้นเฉพาะระบบการตลาดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของเอกชน
2. ในการวิจัยนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลักในการวิเคราะห์ เนื่องจากข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับระบบการตลาดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดมีผู้ศึกษาริวิจัยน้อย
3. การส่งเสริมการขายในที่นี้จะเน้นเฉพาะการส่งเสริมการขายโดยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะตัวกลางนอกจากจะเป็นผู้ช่วยผลักดันสินค้าของหน่วยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดเข้าไปในตลาดแล้ว ยังเป็นผู้ที่ย้แမ်းและสนับสนุนสุดท้ายต่อชาวไร่ในการตัดสินใจ

เลือกใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดของหน่วยธุรกิจนั้น ซึ่งทำให้การดำเนินการส่งเสริมการขายของหน่วยธุรกิจบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อมูลที่ปรากฏผลในการวิจัยเป็นข้อมูลในปีการเพาะปลูก 2523/2524 เท่านั้น

สัมมติฐาน

1. ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่น
2. วิธีการส่งเสริมการขายของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่นิยมมากที่สุด คือ การให้สินเชื่อ
3. ความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดจากธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ คือ คุณภาพและราคาเปรียบเทียบ

นิยามคำศัพท์

การนิยามคำศัพท์ในที่นี้จะเป็นการนิยามศัพท์ในระดับปฏิบัติการ (Operation Definition) ซึ่งจะมีความหมายในการวิจัยนี้เท่านั้น โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง หมายถึง เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่ผลิตขึ้นตามหลักวิทยาศาสตร์ การเกษตรอย่างถูกต้อง โดยมีการศึกษา ค้นคว้า วิจัย คัดเลือกพันธุ์ ผลสัมฤทธิ์ ตลอดจนทดลองปลูก เพื่อให้ได้พันธุ์ขยาย จากนั้นก็นำเอาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่ได้มาผ่านขบวนการคัดฝักรับ คอกกัก คลุกยาและการเก็บรักษา ซึ่งมีการผลิตขึ้นในประเทศ รวมทั้งการนำเข้าจากต่างประเทศ
2. เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่น หมายถึง เมล็ดข้าวโพด (Corn Grain) ที่เกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่นทำการคัดเลือกเมล็ดข้าวโพดที่มีลักษณะดี โดยมีเมล็ดสวย น้ำหนักมาก ทนทานต่อโรคและแมลง เพื่อนำมาใช้หรือจำหน่ายเป็นเมล็ดพันธุ์สำหรับการเพาะปลูกข้าวโพดในฤดูถัดไป
3. ลูกไร่ หมายถึง เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดที่ได้รับความช่วยเหลือในด้านการเงินลงทุนปัจจัยการผลิตต่าง ๆ และเครื่องอุปโภคบริโภคจากพ่อค้าหรือนายทุนท้องถิ่น ซึ่งการชำระหนี้เป็นเงินสดหรือนำผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ไปขายให้แก่พ่อค้าหรือนายทุนที่ตนได้รับสินเชื่อมา
4. ข้าวไร่ หมายถึง ข้าวไร่ที่ไม่ใช่ลูกไร่

5. ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง หรือธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหรือหน่วยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด หมายถึง บริษัทผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง
6. ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่น หมายถึง ร้านค้าหรือพ่อค้าที่ดำเนินกิจกรรมการซื้อขาย การบรรจุหีบห่อและการขนส่งเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่น
7. การส่งเสริมการขาย หมายถึง การส่งเสริมการขายทางการค้าจากธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงไปยังตัวกลาง

วิธีวิจัย

วิธีการที่ใช้ในการวิจัยนี้จะมุ่งให้ความสำคัญแก่งานวิจัยในภาคสนาม (Field Work) โดยข้อมูลส่วนใหญ่ที่ได้นั้นจะได้มาจากแบบสอบถาม ซึ่งออกแบบไว้เป็นแบบผสมระหว่างแบบสอบถามเปิด (Open-Ended Questionnaire) และแบบปิด (Closed-Ended Questionnaire) โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามนี้จะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลการศึกษาระบบการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดและผลการทดสอบสมมติฐานตามที่กำหนดไว้ข้างต้น ส่วนข้อมูลอื่น ๆ นั้นจะเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับบทบาทของข้าวโพดและเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด สำหรับรายละเอียดของวิธีการวิจัยที่สำคัญ ๆ มีสาระพอสรุปได้ดังนี้

1. การเลือกท้องถิ่น

การเลือกท้องถิ่นที่เลือกจังหวัดที่มีการเพาะปลูกมาก และมีปริมาณการผลิตสูง ได้แก่

- 1.1 จังหวัดสระบุรี
- 1.2 จังหวัดลพบุรี
- 1.3 จังหวัดนครสวรรค์
- 1.4 จังหวัดเพชรบูรณ์
- 1.5 จังหวัดนครราชสีมา
- 1.6 จังหวัดเลย

2. การกำหนดตัวอย่างและวิธีการเลือก

ในการวิจัยนี้ ได้กำหนดจำนวนตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด โดยเป็นเกษตรกรจำนวน 200 ตัวอย่าง และเป็นร้านค้าอีก 50 ตัวอย่างจากนั้นก็แบ่งจำนวนตัวอย่างของเกษตรกรและร้านค้า

ไปตามสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดในแต่ละจังหวัด เมื่อได้จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละจังหวัดแล้ว ก็ทำการสุ่มตัวอย่างจากสองอำเภอ ที่มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดมากเป็นอันดับหนึ่งและอันดับสองในจังหวัดนั้น โดยแบ่งจำนวนตัวอย่างของเกษตรกรและร้านค้าที่จะเก็บของแต่ละจังหวัด ตามสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพด ของสองอำเภอที่เลือกไว้

3. การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างไม่มีอคติอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยจะสุ่มจากกลุ่มเกษตรกรและร้านค้าในท้องที่ทำการสำรวจ เก็บข้อมูล

4. การเก็บข้อมูล

ใช้แบบสอบถาม 2 ชุด ชุดหนึ่งใช้สัมภาษณ์เกษตรกร และอีกชุดหนึ่งสัมภาษณ์ร้านค้าที่ขายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด

4.1 การสัมภาษณ์ นักสัมภาษณ์ประกอบด้วยนิสิตปริญญาโท 10 คน และทุกคนได้รับคำชี้แจงถึงรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามแล้วเป็นอย่างดี

4.2 การเตรียมการและขั้นตอนในการเก็บข้อมูลมีดังนี้

4.2.1 ทดสอบแบบสอบถาม ด้วยการไปสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด และร้านค้าจำนวน 20 ชุด และ 5 ชุดตามลำดับ เพื่อตรวจสอบการใช้ถ้อยคำในแบบสอบถามว่าผู้ตอบเข้าใจถูกต้องหรือไม่เพียงใด

4.2.2 แกะไขแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด

4.2.3 ขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่อนำไปแสดงต่อเกษตรจังหวัดในท้องถิ่นที่จะทำการวิจัย เพื่อขอความร่วมมือและเกษตรจังหวัดได้ออกหนังสือให้กับผู้สัมภาษณ์ เพื่อติดต่อไปแสดงต่อเกษตรอำเภอ เพื่อช่วยนัดข่าวไร่ให้แก่ผู้สัมภาษณ์ สำหรับเวลาที่ใช้ในการติดต่อเพื่อเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัดที่ทำการสำรวจประมาณ 3-4 สัปดาห์

- เพื่อนำไปยื่นกับเจ้าของร้านค้าที่จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดในการขอสัมภาษณ์เก็บข้อมูล

4.2.4 การสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์ต่อข่าวไร่ 1 รายใช้เวลาประมาณ 20 นาที สำหรับร้านค้าใช้เวลาประมาณ 30 นาทีต่อราย

ในการขอสัมภาษณ์ชาวไร่ ได้รับความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี ส่วนทางด้านร้านค้าส่วนใหญ่ได้รับความร่วมมือ ทั้งนี้เพราะร้านค้าได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยนี้จากจดหมายที่ยื่นให้ อย่างไรก็ตามมีร้านค้าบางร้านปฏิเสธ ซึ่งถ้านักสัมภาษณ์ได้พยายามชี้แจงแล้ว แต่ยังไม่ได้รับความร่วมมือก็จะใช้วิธีเลือกตัวอย่างใหม่แทน

5. การเล่นข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกนำมารวบรวมสรุปผล และแสดงรายละเอียดต่าง ๆ ออกมาในรูปของแผนภาพและตาราง ซึ่งจะแสดงผลทั้งในรูปข้อมูลดิบ และแสดงในรูปของร้อยละ อีกด้วยตามความเหมาะสม

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้จะมีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการทางคุณภาพ (Qualitative) อันเป็นลักษณะพรรณนา และผลที่ได้จากการวิเคราะห์นี้จะเป็นการพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าเป็นจริงหรือไม่ประการใด ซึ่งรายละเอียดของการทดสอบสมมติฐานนั้นมีดังนี้

6.1 การทดสอบสมมติฐานในข้อ 1 และข้อ 2 จะแสดงในรูปร้อยละ และนำอัตราร้อยละของข้อมูลที่รวบรวมได้ มาเปรียบเทียบกับพิจารณา เพื่อสรุปผลในการที่จะยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานนั้น

6.2 การทดสอบสมมติฐานในข้อ 3 จะแสดงในรูปข้อมูลดิบ และในรูปร้อยละ และนำข้อมูลดิบ อัตราร้อยละของข้อมูลที่รวบรวมได้มาเปรียบเทียบ พิจารณา เพื่อสรุปผลในการที่จะยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานนั้นหรือไม่

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับทางราชการในการพิจารณา กำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด

7.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายทางการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง

7.3 เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาวิจัยทางการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 1.1 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิตปริมาณ และมูลค่าส่งออกของข้าวโพดในระหว่างปีการเพาะปลูก 2514/15 ถึง 2523/24 ของประเทศไทย

ปี	เนื้อที่เพาะปลูก ¹ (พันไร่)	ผลผลิต ² (พันตัน)	ผลผลิตต่อไร่ ³ (กก./)	ปริมาณการส่งออก ⁴ (พันตัน)	มูลค่าส่งออก ⁵ (ล้านบาท)
2514/15	6,368	2,300	361	1,873	2,286
2515/16	6,231	1,315	211	1,844	2,085
2516/17	7,172	2,339	326	1,386	2,969
2517/18	7,749	2,500	323	3,232	6,078
2518/19	8,199	2,863	349	2,105	5,705
2519/20	8,029	2,675	333	2,419	5,677
2520/21	7,533	1,676	223	1,542	3,345
2521/22	8,661	2,790	322	1,972	4,275
2522/23	9,337	3,300	353	2,014	5,644
2523/24	9,670	3,150	326	2,209	7,281

ที่มา : 1, 2, 3 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร วังเกษตรและสหกรณ์

4, 5 กรมศุลกากร