

**ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์** ประสิทธิภาพด้านราคาของตลาดถั่วเพื่อการบริโภคในประเทศพม่า

**ชื่อผู้เขียน** นางสาว โชน มา มา

**ปริญญา** วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) เกษตรศาสตร์เชิงระบบ

**กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์**

รศ. ดร. อารี วิบูลย์พงษ์	ประธานกรรมการ
รศ. ดร. ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์	กรรมการ
ผศ. ดร. พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

ถั่วเขียวเป็นสินค้าเกษตรและเป็นถั่วที่สำคัญที่สุดจึงได้รับเลือกเป็นกรณีศึกษาของสินค้าตระกูลถั่วในที่นี้วัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและส่วนเหลือการตลาดของแต่ละช่องทางการตลาดอธิบาระบบข้อมูลข่าวสารการตลาดถั่วเขียวของประเทศพม่าและประเมินประสิทธิภาพด้านราคาระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูลการผลิตและการตลาดที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากการสัมภาษณ์เกษตรกรจำนวน 70 รายและพ่อค้าคนกลางจำนวน 20 รายในเขต THONEGWA และ PYINMANA และพ่อค้าขายส่งที่เป็นศูนย์กลางการรับซื้อในเขตย่างกุ้งจำนวน 5 รายเพื่อให้เกิดความเข้าใจในกิจกรรมการตลาดที่เกิดขึ้นในระบบการตลาดถั่วเขียวมากยิ่งขึ้นส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลราคาขายส่งถั่วเขียวรายสัปดาห์เริ่ม ตั้งแต่ช่วงสัปดาห์แรกขอ งเดือนกราคม 2544 จนถึงสัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม 2548 ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีการเผยแพร่อย่างเป็นทางการของกระทรวงเกษตรและชลประทาน

จากการวิเคราะห์งบประมาณการใช้จ่ายของผู้ประกอบการ พบว่า ต้นทุนการผลิตและการตลาดของเกษตรกรต่ำสุดและได้กำไรมากที่สุด ส่วนเหลือมทางการตลาดของพ่อค้าคนกลางที่สูงที่สุดคือ ของผู้ส่งออก (คิดเป็นร้อยละ 23.62) และพบว่าความไม่มีประสิทธิภาพทางการตลาดจะเกิดขึ้นในระดับผู้ส่งออก

จาก การวิเคราะห์ประ สติธิกา พทาง การตล ดโดยวิธีของ ENGLE AND GRANGER CO-INTEGRATION พบว่า ความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาระหว่างพ่อค้าขายส่งในย่างกุ้งและมันดาเลย์เท่ากับ 1.11 และ 0.82 ซึ่งหมายความว่าถ้าราคาขายในมันดาเลย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ราคาขายส่งในย่างกุ้งจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.11 (และในทางกลับกันคือ ร้อยละ 0.82) แสดงว่าสัญญาณราคาจากย่างกุ้งที่ส่งผ่านไปยังมันดาเลย์มีประสิทธิภาพต่ำ และมีอำนาจการผูกขาดอยู่บ้างในย่างกุ้ง

ผลจากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความคลาดเคลื่อนในย่างกุ้งและมันดาเลย์ แสดงให้เห็นว่ามีการปรับตัวของราคาเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาวค่อนข้างช้าคิดเป็นร้อยละ 16 และร้อยละ 17 ต่อสัปดาห์ในส่วนของ การเปลี่ยนแปลงพลวัตในระยะสั้นซึ่งให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลง ลงราคาในมันดาเลย์จะส่งผลกระทบต่อราคาในย่างกุ้งในเวลาเดียวกันแม้จะไม่ใช่ทั้งหมดก็ตามซึ่งชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันในระยะสั้นด้วยค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.41 และ 0.37 จากการศึกษาบ่งบอกถึงความซับซ้อนบางอย่างของพลวัตระยะสั้น ดังนั้นการจัดหาและบริการข้อมูลข่าวสารจะช่วยให้พนักงานและผู้วางนโยบายจัดทำมาตรการเข้ามาแทรกแซงตลาดถั่วเขียวได้อย่างเหมาะสม

จากการศึกษาพบว่า จำเป็นที่จะต้องปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสารในตลาดให้ดีขึ้นซึ่งได้แก่ ข่าวสารและการพยากรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดปริมาณความต้องการขาย ปริมาณความต้องการซื้อ และราคาของกระทรวงเกษตรและชลประทาน ข้อมูลเหล่านี้จะกระทบต่อผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าในตลาด และมีผลต่อความแม่นยำในการคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค ณ เวลานั้น ดังนั้นการปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสารจะช่วยให้หน่วยงานเหล่านี้เข้าใจถึงแนวโน้มของระบบการผลิตและระบบการตลาดได้ดีขึ้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางการตลาดมีวิธีการที่หลากหลาย แต่ที่ควรจะได้รับการพัฒนาคือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ส่งออกและผู้ผลิตก่อนเป็นอันดับแรก

การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้นำเรื่องของฤดูกาลเข้ามาพิจารณา ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปหากมีการนำตัวแปรดังกล่าวมาพิจารณาด้วยจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษานโยบายตลาดสินค้าเกษตรและนโยบายราคาสินค้าเกษตรมากขึ้น จะทำให้เห็นถึงการเอารัดเอาเปรียบในตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ การกีดกันการนำเข้าและส่งออกในภาพรวมของตลาดถั่วเขียวในประเทศพม่าที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

**Thesis Title** Pricing Efficiency of Pulses Markets in Myanmar

**Author** Ms. Soe Ma Ma

**Degree** Master of Science (Agriculture) in Agricultural Systems

**Thesis Advisory Committee**

Assoc. Prof. Dr. Aree Wiboonpongse	Chairperson
Assoc. Prof. Dr. Songsak Sriboonchitta	Member
Assist. Dr. Pattana Jierwiryapant	Member

**ABSTRACT**

Mung bean the most important agricultural and pulses commodity, was selected for this study. The objectives of this study were to determine the marketing costs and marketing margins along mung bean marketing channels, to describe the market information system of pulses in Myanmar and to evaluate the efficiency of transmission of price information between the central and local mung bean markets.

Data used in this study comprised of primary and secondary sources. The primary data of production and marketing in mung bean growing areas were collected by interviewing 70 farmers in Thonegwa and Pyinmana areas. Besides that, 20 intermediaries in two regions and 5 central wholesalers in Yangon market were also interviewed to be further understood marketing activities of mung bean marketing systems in the respective regions. The secondary data of mung bean weekly wholesale market prices were taken from the first week of January 2000 to last week of December 2005, which officially released from Ministry of Agriculture and Irrigation.

The primary data of mung bean production costs were analyzed by enterprise budgeting. On the average, the farmers have the lowest marketing and production costs. Additionally, the average margins for the market participants excluding producers were found that the exporters' margin were the highest 23.62 percent, followed by wholesalers in Bayintnaung market 5.22 percent, town wholesalers 4.53 in Thonegwa and 11.63 percent in Pyinmana, primary collectors 0.36 percent in both study sites respectively. Therefore, we could that the marketing inefficiency existed at the exporter's level.

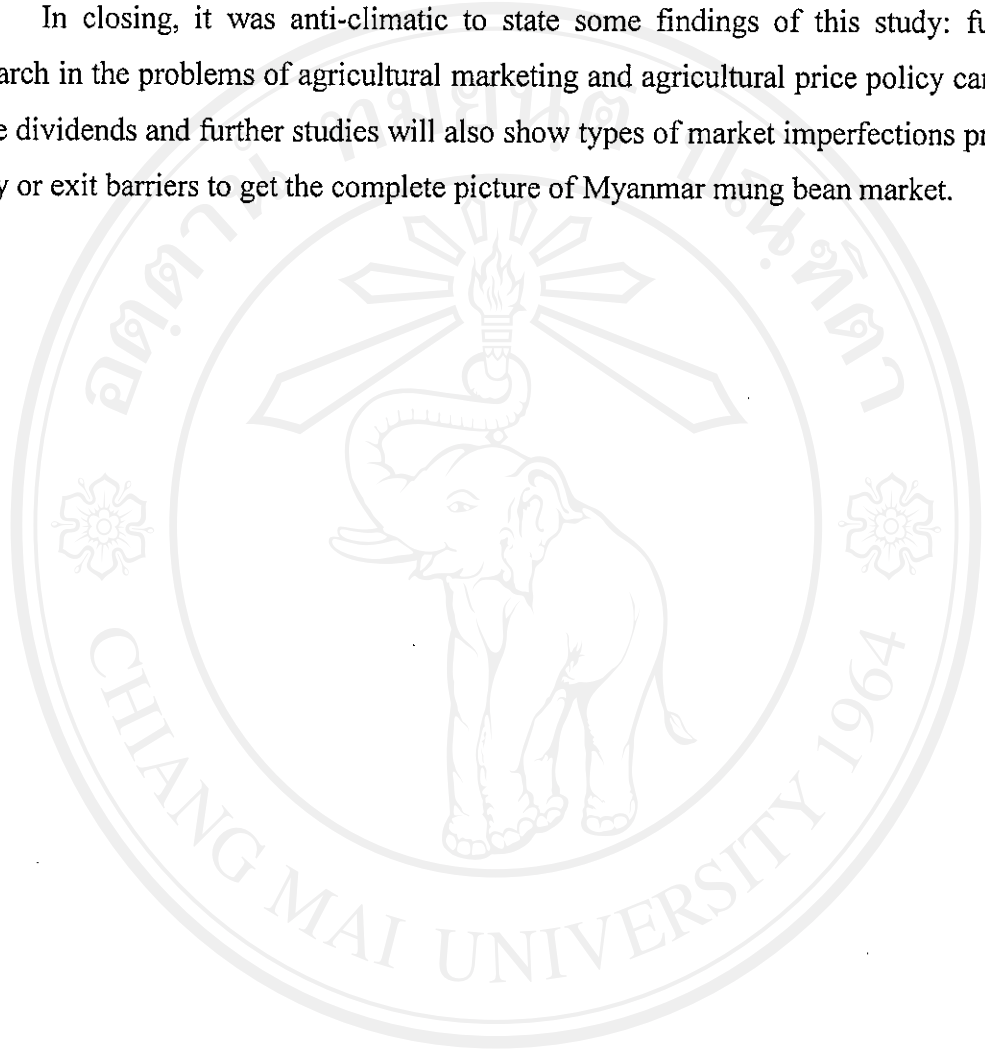
Using Engle and Granger co-integration analysis, the estimated elasticities of Yangon and Mandalay wholesale price were 1.11 and 0.82. That is when Mandalay price increased by 1 percent, Yangon wholesale price would be increased by 1.11 percent and vice versa. The values of coefficients implied that in the long-run the market was slightly less efficient in sending the price signal from Yangon to Mandalay market indicating the existence of certain level of monopoly power in Yangon.

The estimated error correction coefficient of Yangon and Mandalay market price suggested that the adjustment process was relatively slow with 16 percent and 17 percent of the divergence from the long-run equilibrium being corrected each week. The short-run dynamics indicated that changed in Mandalay prices was transmitted to Yangon price contemporaneously although not fully with coefficient of 0.41 and 0.37 and vice versa. This indicated that the markets were also linked in the short-run. This information serves as a guide for planners to make policy interventions in order to correct mung bean market.

Furthermore, the market information systems need to be improved. The monitoring data and forecasts relating to mung bean supply, demand and prices produced by the Ministry of Agriculture and Irrigation should be passed on to producers and traders in timely and in accurate fashion, so as to help them better understand production and markets trends. Moreover, dissemination of market

information by various means particularly radio and television should be developed and priority should be given to producers.

In closing, it was anti-climatic to state some findings of this study: further research in the problems of agricultural marketing and agricultural price policy can pay large dividends and further studies will also show types of market imperfections prevail, entry or exit barriers to get the complete picture of Myanmar mung bean market.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved