

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
สารบัญแผนภาพ	ฑ
สารบัญแผนภูมิ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.4 ขอบเขตการศึกษา	7
1.5 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	7
1.6 การศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
1.7 ระเบียบวิธีการวิจัย	13
บทที่ 2 การจัดการ การผลิตและการตลาดหอมหัวใหญ่	16
2.1 รัฐกับการจัดการการผลิตและการตลาดหอมหัวใหญ่	16
2.2 การผลิตหอมหัวใหญ่	25
2.3 การตลาดหอมหัวใหญ่	31
บทที่ 3 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่จังหวัดเชียงใหม่	48
3.1 กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	48
3.2 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2534 / 35	51
3.3 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2535 / 36	54
3.4 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2536 / 37	58
3.5 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2537 / 38	60

	หน้า
3.6 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2538 / 39	63
3.7 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2539 / 40	70
3.8 การแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2540 / 41	76
3.9 สรุปภาพรวม ของปัญหาการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2534 / 35 – 2540 / 41	78
บทที่ 4 ทักษะของผู้เกี่ยวข้อง	80
4.1 ทักษะของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร ต่อการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	81
4.2 ทักษะของ พ่อค้า / ผู้รวบรวม หอมหัวใหญ่	90
4.3 ทักษะของผู้ส่งออกหอมหัวใหญ่	97
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	102
5.1 ผลการศึกษา	102
5.2 ข้อเสนอแนะ	105
บรรณานุกรม	106
ภาคผนวก ก	108
- แบบสอบถามเกษตรกร เรื่อง การแทรกแซงตลาดสินค้าเกษตร : กรณีศึกษาตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่	109
- แบบสอบถามพ่อค้า ผู้รวบรวมหอมหัวใหญ่ เรื่อง การแทรกแซง ตลาดสินค้าเกษตร : กรณีศึกษาตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่	113
- แบบสอบถามผู้ส่งออกหอมหัวใหญ่ เรื่อง การแทรกแซงตลาดสินค้าเกษตร : กรณีศึกษาตลาดหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่	116
ภาคผนวก ข	120
- ปริมาณการนำเข้าหอมหัวใหญ่และเมล็ดพันธุ์หอมหัวใหญ่ ตามข้อตกลง องค์การการค้าโลก (WTO)	121
ประวัติผู้เขียน	123

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แหล่งผลิตและฤดูกาลผลิตหอมหัวใหญ่	2
1.2	ราคาหอมหัวใหญ่สดเบอร์ 1 ที่เกษตรกรขายได้ทั้งประเทศ ในช่วงการเพาะปลูก ปี 2535 – 2540	3
1.3	จำนวนเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ในการแก้ไขปัญหา ราคาสินค้าเกษตร	6
2.1	การจัดสรรเมล็ดพันธุ์หอมหัวใหญ่	24
2.2	พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตหอมหัวใหญ่ประเทศไทย ปีเพาะปลูก 2534 / 35 – 2540 / 41	27
2.3	แหล่งผลิตช่วงเพาะกล้าและเพาะปลูก	27
2.4	พื้นที่เพาะปลูกหอมหัวใหญ่จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2534 / 35 – 2540 / 41	30
2.5	ผลผลิตหอมหัวใหญ่จังหวัดเชียงใหม่ ปีเพาะปลูก 2534 / 35 – 2540 / 41 (แยกตามแหล่งผลิต)	30
2.6	ปริมาณการส่งออกหอมหัวใหญ่ ในช่วงปี 2535 – 2541	33
2.7	มูลค่าการส่งออกหอมหัวใหญ่ ในช่วงปี 2535 – 2541	33
2.8	ราคาหอมหัวใหญ่เบอร์ 1 ที่เกษตรกรขายได้ ปีเพาะปลูก 2534 / 35 – 2540 / 41	46
2.9	ราคาขายส่งหอมหัวใหญ่ กทม. (เบอร์ 0 - 1) ปีเพาะปลูก 2534 / 35 – 2540 / 41	47
3.1	เปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกและเป้าหมายการเพาะปลูกหอมหัวใหญ่ ปีเพาะปลูก 2534 / 35	51
3.2	เปรียบเทียบเป้าหมายการผลิตกับการผลิตจริง ปี 2534/35	51
3.3	เปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกและเป้าหมายการเพาะปลูกหอมหัวใหญ่ ปีเพาะปลูก 2535 / 36	54
3.4	เปรียบเทียบเป้าหมายผลผลิตกับผลผลิตจริง ปีเพาะปลูก 2535 / 36	54

ตาราง		หน้า
3.5	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกหอมหัวใหญ่ปีเพาะปลูก 2533 – 2536	58
3.6	ต้นทุนการผลิตหอมหัวใหญ่อำเภอสันป่าตองและอำเภอมะนัง	59
3.7	ต้นทุนการผลิตหอมหัวใหญ่อำเภอฝาง	59
3.8	เปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกและเป้าหมายการเพาะปลูกหอมหัวใหญ่ปีเพาะปลูก 2537 / 38	61
3.9	เปรียบเทียบเป้าหมายผลผลิตกับผลผลิตจริง ปีเพาะปลูก 2537 / 38	61
3.10	เปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกและเป้าหมายการเพาะปลูกหอมหัวใหญ่ปีเพาะปลูก 2538 / 39	63
3.11	เปรียบเทียบเป้าหมายผลผลิตกับผลผลิตจริง ปี 2538 / 39	63
3.12	การจัดสรรปริมาณรับซื้อหอมหัวใหญ่ของหน่วยดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ ปีเพาะปลูก 2539 / 40	72
3.13	วงเงินยืมปลอดดอกเบี้ยและวงเงินชดเชยของหน่วยดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ ปีเพาะปลูก 2539 / 40	73
3.14	เงื่อนไขการรับซื้อหอมหัวใหญ่และการชดเชย ของหน่วยดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ ปีเพาะปลูก 2539 / 40	73
3.15	เปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกและเป้าหมายการเพาะปลูกหอมหัวใหญ่ปีเพาะปลูก 2540 / 41	77
3.16	เปรียบเทียบผลผลิตและเป้าหมายการผลิตหอมหัวใหญ่ปีเพาะปลูก 2540 / 41	77
3.17	การดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ปี 2534 / 35 – 2540 / 41 แยกตามรูปแบบการแทรกแซง	79
4.1	ข้อมูลประชากรที่ทำการศึกษา	80
4.2	ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่	82
4.3	ข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายหอมหัวใหญ่	83
4.4	ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	84
4.5	สาเหตุที่เกษตรกรไม่เข้ารับการแทรกแซงตลาดและความเห็นเกี่ยวกับความต้องการการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	85
4.6	ทัศนคติของเกษตรกรเกี่ยวกับราคาและความสำเร็จ ของการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	86

ตาราง		หน้า
4.7	ทัศนคติของเกษตรกรเกี่ยวกับพื้นที่เพาะปลูก ประโยชน์ และการคาดหวัง การดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	87
4.8	ทัศนคติเกี่ยวกับวิธีการที่เหมาะสมในการดำเนินการแทรกแซง ตลาดหอมหัวใหญ่	88
4.9	สาเหตุที่รัฐดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	89
4.10	ข้อมูลทั่วไปของพ่อค้า/ผู้รวบรวมหอมหัวใหญ่จังหวัดเชียงใหม่	90
4.11	ข้อมูลการรวบรวมและจำหน่ายหอมหัวใหญ่ ของพ่อค้า / ผู้รวบรวมหอมหัวใหญ่	91
4.12	ทัศนคติของพ่อค้า / ผู้รวบรวม เกี่ยวกับผลการดำเนินการ แทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่ ต่อการรวบรวมผลผลิต	92
4.13	ทัศนคติพ่อค้า / ผู้รวบรวม เกี่ยวกับปริมาณ และราคาหอมหัวใหญ่ ในการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	93
4.14	ทัศนคติพ่อค้า / ผู้รวบรวม เกี่ยวกับราคาและการช่วยเหลือเกษตรกร ในการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	94
4.15	ทัศนคติพ่อค้า / ผู้รวบรวม เกี่ยวกับผลต่อการดำเนินธุรกิจการตลาด หอมหัวใหญ่ ในการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	94
4.16	ทัศนคติพ่อค้า / ผู้รวบรวม เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายกับผลประโยชน์และสาเหตุ ในการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	95
4.17	ทัศนคติของพ่อค้า / ผู้รวบรวม ต่อดองค์กร ที่เข้าร่วมดำเนินการ แทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	96
4.18	ข้อมูลการดำเนินธุรกิจการค้าหอมหัวใหญ่ของผู้ส่งออก	97
4.19	การเข้าร่วมดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่และผลกระทบ ต่อการดำเนินธุรกิจการค้าหอมหัวใหญ่	98
4.20	ทัศนคติของผู้ส่งออกหอมหัวใหญ่เกี่ยวกับปริมาณและราคา ในการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	99
4.21	ทัศนคติของผู้ส่งออก ต่อสาเหตุที่รัฐ ต้องดำเนินการแทรกแซง ตลาดหอมหัวใหญ่	100
4.22	ทัศนคติของผู้ส่งออกต่อการควบคุมการนำเข้าเมล็ดพันธุ์หอมหัวใหญ่	100

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
3.1	การเก็บรักษาหอมหัวใหญ่ส่วนใหญ่ที่เกิดความเสียหาย ในพื้นที่อำเภอสันป่าตอง	68

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ		หน้า
1.1	ช่วงผลผลิตหอมหัวใหญ่ออกสู่ตลาด	2
2.1	กลไกการดำเนินนโยบายการจัดการผลิตและการตลาดหอมหัวใหญ่	22
2.2	วิถีตลาดหอมหัวใหญ่ อำเภอสันป่าตอง อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่	39
2.3	วิถีตลาดหอมหัวใหญ่ อำเภอฝาง อำเภอไชยปราการ อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	43
2.4	แสดงปริมาณความต้องการและการกระจายผลผลิตหอมหัวใหญ่	44
3.1	ขั้นตอนการใช้งบกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	49
3.2	ช่องทางการดำเนินการแทรกแซงตลาดหอมหัวใหญ่	50

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ		หน้า
1.1	แสดงความเคลื่อนไหว ราคาหอมหัวใหญ่เบอร์ 1 ที่เกษตรกรขายได้	3
1.2	แสดงการปรับภาวะดุลยภาพของสินค้าเกษตร ตามทฤษฎีโยแมงมูม	9
1.3	การกำหนดราคาขั้นต่ำหรือการพยุงราคา	10
2.1	แสดงราคาหอมหัวใหญ่เบอร์ 1 ที่เกษตรกรขายได้ ปีเพาะปลูก 2534 / 35 - 2540 / 41	46
2.2	แสดงราคาขายส่งหอมหัวใหญ่ กทม. (เบอร์ 0 - 1) ปีเพาะปลูก 2534 / 35 - 2540 / 41	47

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University