



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

ทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา) อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา

Para Rubber Owners' Attitude Towards the Songkla Para Rubber
Central Market, Hai-Yai District, Songkla Province.

โดย

นายพวงค์ สິงวังเลาว์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (พัฒนาการเกษตร)

เมื่อวันที่ 19 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2536

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

[Signature] 19, MAR, 36

(ดร.สุรพล เศรษฐบุตร)

กรรมการปัญหาพิเศษ

[Signature] 19, MAR, 36

(อาจารย์เอนก บุญยืน)

กรรมการปัญหาพิเศษ

[Signature] 19, MAR, 36

(อาจารย์สุรินทร์ ทองฟัก)

หัวหน้าภาควิชา

[Signature] 19, MAR, 36

(อาจารย์สนอง นิลเพ็ชร)

1463 น
2536



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา) อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา

Para Rubber Owner' Attitude Towards the Songkla Para Rubber
Central Market, Hai-Yai District, Songkla Provice.



T096254

โดย

นายพงศ์ - สິงวังเลาว์

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เพื่อความร่วมมือแห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนาการเกษตร)

พ.ศ. 2536

ปพ.
พ463ก
2536

เลขหมู่.....
ลงทะเบียน 96254
วันเดือนปี - 2 Jun 1993



ชื่อเรื่อง : ทิศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา) อำเภอ
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โดย : นายพวงค์ สິงวังเลาว์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนาการเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :

(ดร.สุรพล เศรษฐบุตร)

19 / 12 / 56

งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงทัศนคติของเจ้าของสวนยาง(สงขลา) อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ศึกษาการรับรู้ และ
แหล่งรับรู้ของของเกษตรกร เกี่ยวกับยางพารา และคุณภาพยางแผ่น ตลอดจนทัศนคติของ
เกษตรกรเกี่ยวกับตลาดกลางยางพาราและปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้ขายผลผลิตยางพาราจาก 15
ตำบล จำนวน 23 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)
เรื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย
หาค่าร้อยละและค่าพิสัย

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 42-47 ปี จบการ
ศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 5-6 คน ใช้แรงงานเกษตรกรอยู่
ระหว่าง 1-2 คน เป็นเจ้าของสวนยางกรีดยางเอง อาชีพของเกษตรกรค้าขายเป็นสมาชิกลูกค้า
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก อยู่ระหว่าง 4-6 ปี ส่วนใหญ่
เกษตรกรเป็นสมาชิกของกลุ่ม

การรับรู้ และแหล่งรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับยางพารา และคุณภาพยางแผ่น
เกษตรกรชาวสวนยางมีระดับความเข้าใจและความสะอาดของยางแผ่นมากที่สุด ความหนาของ

แผ่นยางระดับปานกลาง ความกว้างของแผ่นยางระดับปานกลาง ความยาวของแผ่นยางระดับมากที่สุด น้ำหนักระดับมากที่สุด ความสม่ำเสมอของสีมีความเข้าใจมาก ดอกบนยางแผ่นและความยืดหยุ่นของยางมีความเข้าใจมาก หลักเกณฑ์และวิธีการตลาดยางพาราเกษตรกรได้ทราบหลักเกณฑ์จากหน่วยงานอื่นๆ เช่น พัฒนาชุมชน, เจริญพัฒนาชุมชน กระจายสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบเกษตรกรทราบทุกสี

ทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา เกษตรกรมีรายได้ดีเมื่อนำมาขายกับตลาดกลาง การเข้าคิวรับบัตร และการคัดขึ้นยางเห็นด้วยอย่างยิ่ง การรอการประมูลยางนั้นราคาที่ได้จากการประมูลยาง การชั่งน้ำหนักหลังการประมูล การจ่ายเงินของเจ้าหน้าที่ การบริการของเจ้าหน้าที่ เกษตรกรเห็นด้วย

ปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา มีปัญหาคือ พ่อค้ารับซื้อในราคาต่ำ ปัญหาการดำเนินงานพบว่า สมาชิกไม่มีความสามัคคี ปัญหาการรวมกลุ่มขายยางเกษตรกรระบุว่า ไม่สามารถเก็บยางได้หลายวันและปัญหาที่เห็นว่าควรแก้ไขมากที่สุด คือ ปัญหาเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ซึ่งปัญหาดังกล่าวเจ้าหน้าที่ของตลาดกลางยางพาราควรที่จะแก้ไข เพื่อให้เกษตรกรชาวสวนยางได้นำยางมาขาย และควรส่งเสริมการทำยางแผ่นชั้นดีให้มากขึ้นเพราะจะทำให้ราคาของยางสูงขึ้น และช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยมี อาจารย์ ดร. สรุพล เศรษฐบุตร ประธาน
กรรมการปัญหาพิเศษ อาจารย์เอนก บุญยืน อาจารย์สุรินทร์ ทองฟูก กรรมการปัญหาพิเศษ
โดยให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขให้สำเร็จไปด้วยดี ใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นอกจากนี้ ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยยางสงขลา เจ้าหน้าที่ตลาดกลางยางพารา
(สงขลา) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาและเกษตรกรเจ้าของสวนยางที่สละเวลาอันมีประโยชน์
เพื่อให้ข้อมูลในครั้งนี้ และสุดท้ายขอขอบพระคุณผู้มีอุปการะคุณทุกท่านที่ช่วยให้ปัญหาพิเศษ
ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

พวงค์ สິงวิงเลาว์

มีนาคม 2536

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(1)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	5
ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง	5
การตลาดภายในประเทศ	8
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	17
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
การวิเคราะห์ข้อมูล	19
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	20
บทที่ 4 ผลการศึกษา	21
ข้อมูลทั่วไป	21
การรับรู้และแหล่งรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับยาง	
พาราและคุณภาพยางแผ่น	30
ทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา	34
ปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา	38

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	42
สรุป	42
ข้อเสนอแนะ	43
เอกสารอ้างอิง	45
ภาคผนวก	46

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงการกระจายของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา	18
2	สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม	24
3	แสดงระดับการรับรู้ในหลักเกณฑ์การทำแผนยางชั้นดี	32
4	แหล่งของการรับรู้หลักเกณฑ์และวิธีการทำแผนยาง	33
5	ทัศนคติเกี่ยวกับการขายยางพารา	36
6	แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติของเกษตรกร ที่มีต่อตลาดกลางยางพารา	37
7	ปัญหาการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา	39

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการนำเข้ามาปลูกครั้งแรกที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง เมื่อประมาณปี 2442-2444 โดยพระยารัษฎานุประดิษฐ์ มหิศรภักดี (คอซิมบี๊ ณ ระนอง)... (วิชิต สุวรรณปรีชา, 2529:15)

ในปี 2534 มีเนื้อที่ปลูกยางพาราทั้งหมดในประเทศไทย ประมาณ 10.7 ล้านไร่ ส่วนใหญ่เน้นทางภาคใต้ และผลิตได้ประมาณ 1.34 ล้านตัน เป็นผู้ผลิตยางพาราอันดับหนึ่งของโลก รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย และ อินโดนีเซีย ตามลำดับ ในการผลิตยางของประเทศไทยประมาณร้อยละ 92 ผลิตเพื่อการส่งไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก ประมาณ 40 ประเทศที่เหลืออีกร้อยละ 80 เป็นยางแผ่นรมควัน ยางเหล่านี้ผลิตจากชาวสวนยางขนาดเล็ก ประมาณ 800,000 ราย หรือประมาณร้อยละ 95 ของการผลิตยางทั้งประเทศ มีผลทำให้ยางแผ่นที่ผลิตได้มีคุณภาพแปรปรวนสูง ไม่สม่ำเสมอ และทำให้ยางแผ่นรมควันของประเทศมีความแปรปรวนไปด้วย

สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่ง ทำให้คุณภาพของยางอยู่ในระดับต่ำและมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ คือ ระบบการตลาดยางของประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นระดับท้องถิ่น หรือตลาดยางที่แปรรูปแล้ว ทั้งนี้เพราะระบบการตลาดท้องถิ่น มีลักษณะการตลาดของผู้ซื้อและเป็นตลาดชาวสวนยางแบบต่างคนต่างขายให้กับพ่อค้าคนกลางระดับต่างๆ การตกลงราคาและการกำหนดคุณภาพของยางขึ้นอยู่กับความตกลงใจของทั้งสองฝ่าย และผลประโยชน์ที่แต่ละฝ่ายจะได้รับขึ้นอยู่กับว่าฝ่ายใดมีอำนาจการต่อรองในขณะนั้นมากกว่ากัน ผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะเป็นของพ่อค้าคนกลาง ฉะนั้นพ่อค้าคนกลางหลายระดับจึงกำหนดราคายางที่จะซื้อจากชาวสวนยางในแต่ละแห่งคุณภาพใกล้เคียงกันมาก ทำให้ขาดแรงจูงใจและแรงสนับสนุนให้ชาวสวนยาง ปรับปรุงคุณภาพยางของตน ทั้งนี้การปรับปรุงคุณภาพยางมิใช่เป็นเทคนิคหรือวิธีการที่ไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด ในส่วน

ของระบบการตลาดยางที่แปรรูปแล้ว ก็ยังไม่โปร่งใสโดยเฉพาะในเรื่องของราคาและคุณภาพของยาง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาตลาดยางของประเทศไทย จึงมอบหมายให้สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร เป็นผู้ดำเนินการจัดตั้งตลาดกลางยางพารา (สงขลา) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2534 จนถึงปัจจุบัน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือชาวสวนยางในช่วงที่ราคายางตกต่ำได้

สำหรับการศึกษาถึงทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาถึงความคิดเห็นของชาวสวนยางที่นำยางมาขายให้กับตลาดกลางยางพาราว่ามีความคิดเห็นอย่างไร กับการมีตลาดกลางยางมากขึ้น และมีปัญหาอะไรบ้างที่เกษตรกรชาวสวนยางพบ ในขณะที่นำยางมาขายให้กับตลาดกลางยางพารา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกรในเรื่อง เพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ขนาดพื้นที่ถือครอง อาชีพ และรายได้
2. เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้ และแหล่งรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับตลาดยางพารา และคุณภาพของยางแผ่น
3. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา
4. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการนำเอาผลการศึกษาไปวางแผนในการปรับปรุงตลาดยางพาราให้มีประสิทธิภาพต่อไป
2. เพื่อได้ทราบถึงสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกรในเรื่องเพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ขนาดพื้นที่ถือครอง อาชีพ และรายได้
3. เพื่อได้ทราบถึงการรับรู้ และแหล่งรับรู้ของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา
4. เพื่อได้ทราบถึงทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา
5. เพื่อได้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม การรับรู้เกี่ยวกับตลาดกลางยางพารา ทัศนคติ มุมเหตุจูงใจ และปัญหาที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมพื้นที่และเป็นข้อมูลปัจจุบัน มีการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2535 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ. 2536 โดยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ จำนวน 23 ราย (20 % จากจำนวนตำบลทั้งหมด 15 ตำบล

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง การแสดงทางด้านอารมณ์หรือความคิดเห็นต่างๆต่อบุคคล สิ่งของ ประสบการณ์ หรือค่านิยม อันมีแนวโน้มที่แสดงออกว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยหรือรู้สึกเฉยๆ ต่อสิ่งต่างๆในสังคมการที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น จะต้องมึประสบการณ์โดยตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งนั้น ถ้าบุคคลหรือคณะบุคคลเหล่านั้นไม่รู้ไม่เห็นด้วย ไม่เคยได้ยินเกี่ยวกับสิ่งนี้มาก่อน จะทำให้ไม่มีทัศนคติในทางที่ดีหรือทางบวกในที่นี้ได้แบ่งระดับของทัศนคติออกเป็น 4 ระดับด้วยกัน คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4) เห็นด้วย (3) เฉยๆ (2) และไม่เห็นด้วย (1) ตามลำดับ

ระดับการรับรู้ หมายถึง การที่เกษตรกรผู้ปลูกยางพารามีความรู้ความเข้าใจต่างๆในหลักเกณฑ์การทำยางแผ่นชั้นใดอย่างไรบ้าง โดยระดับการรับรู้ในที่นี้ได้แบ่งออกเป็น 4 ระดับด้วยกัน คือ มากที่สุด (4) มาก (3) ปานกลาง (2) และระดับการรับรู้น้อย (1) ตามลำดับ

ยาง หมายถึง ยางพารา (Hevea brasillensis)

สวนยาง หมายถึง พื้นที่ตั้งแต่ 2 ไร่ขึ้นไป ปลูกยางไม่น้อยกว่า 10 ต้น

ยางธรรมชาติ หมายถึง ยางแผ่นดิบ ยางแผ่นรมควัน ยางเครพ ยางแท่ง น้ำยางสด น้ำยางข้น และเศษยางทุกชนิด

ปีการผลิต หมายถึง ปีการผลิตประจำปี 2535/36

สถานการณ์ยางพารา หมายถึง เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับ ยางพาราโดยทั่วไปเป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน

การแปรรูป หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพยางธรรมชาติ น้ำยางสดเป็น ยางธรรมชาติประเภทอื่น หรือเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์หรือวัสดุที่นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

ตลาดกลางยางพารา หมายถึง สถานที่ที่มีผู้ซื้อและผู้ขายติดต่อกัน เพื่อตกลงซื้อขาย ยางแผ่นดิบร่วมกัน โดยมีกฎและระเบียบของการควบคุม และมีกิจกรรมครบขั้นตอนของธุรกิจ ตลาดจะอำนวยความสะดวกในการจัดสถานที่ตกลงซื้อขาย จัดอุปกรณ์เครื่องชั่งมาตรฐาน คัดคุณภาพยางแผ่นดิบ การซื้อขายอย่างเสรีที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ภายใต้กฎและกติกาของตลาดที่ทุกฝ่ายยอมรับ

280
broad blood

เจ้าหน้าที่ตลาดกลาง หมายถึง ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของศูนย์วิจัย
 ยางสังขลา ทำหน้าที่บริการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้ขายยาง ตลอดจนควบคุมระเบียบ
 ของตลาดกลางให้มีความยุติธรรมทั้งผู้ซื้อและผู้ขายยอมรับทั้งสองฝ่าย

ยางแผ่นดิบ หมายถึง ยางแผ่นที่ผลิตขึ้นโดยเกษตรกรชาวสวนยางโดยตรงยังไม่
 ผ่านการรมควัน หรือขบวนการใดๆทั้งสิ้น

การรับรู้ในที่นี้ หมายถึง ระดับความเข้าใจในด้านต่างๆ ของเกษตรกรที่มีต่อ
 ตลาดกลางยางพารา

ผู้ซื้อ หมายถึง พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าส่งออก และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยาง

ผู้ขาย หมายถึง เกษตรกรชาวสวนยางในเขตท้องที่จังหวัดภาคใต้ และพ่อค้าเร่ พ่อ
 ค้าคนกลาง

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Gruzel (1942:928) ได้ให้ความหมายทัศนคติ หมายถึง การแสดงออก ความรู้สึก นึกคิดของข้อมูลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือทางลบก็ได้ และทัศนคติจัดว่าเป็นส่วนหนึ่งของบุคคล ซึ่งอาจเกิดขึ้นกับบุคคลด้วยสาเหตุ 3 ประการคือ

1. เกิดจากการที่บุคคลยอมรับเอาทัศนคติทางวัฒนธรรมไว้ก่อนที่จะได้พบปะ และมีความรู้สึกจริงๆกับวัตถุที่ทำให้เกิดทัศนคติเช่นนั้น
2. เกิดจากการที่บุคคลสร้างขึ้นโดยจุดคิดความรู้ที่ตนมีอยู่กับประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ความเชื่อตรงจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลได้เรียนรู้ที่จะทำกิจกรรมแสดงถึงความเชื่อตรงเป็นกรณีไป
3. เกิดจากบุคคลแสดงปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างรุนแรง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา (2532) รายงานเกี่ยวกับการตลาด และวิถีการตลาดของชาวพาราไวดังนี้ ชาวพาราในปี 2531 จำหน่ายได้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ประกอบกับตอนกลางปีหลายประเทศได้สั่งซื้อน้ำยางสดจำนวนมาก ตลาดกลางชาวพาราของจังหวัดสงขลากระจายไปทั่วทุกอำเภอ มีตลาดที่สำคัญซึ่งเป็นตลาดชั้นนำต่อการกำหนดราคาซื้อขายในประเทศอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ ซึ่งจะได้รับซื้อจากจังหวัดต่างๆทั่วภาคใต้ ตลาดยางดิบในอำเภอต่างๆ ได้แก่ ตลาดแม่ขรี, ดวนเนียง, รัตนภูมิ, ปริก, คลองหะ, ทุ่งลุง, สะเดา, นาทวี, จะนะ, ลำไทร, เทพา เป็นต้น เมื่อรวบรวมปริมาณที่มากจะจำหน่ายให้กับโรงงานรมควันส่งออกทางท่าเรือสงขลา ท่าเรือกรุงเทพ ส่งผ่านมาเลเซียทางด้านปาดังเบซาร์ไปลงที่ท่าเรือสิงคโปร์ ปัจจุบันการตลาดซื้อขายยางที่นิยมใช้มีซื้อขายกันที่ วิกษ์พ่อค้าและผู้ขายตกลงส่งมอบและรับของพร้อม

กับตกลงราคาและจ่ายเงินสดทันที การซื้อขายล่วงหน้าวิธีนี้พ่อค้าและผู้ขาย จะทำการตกลงขายกันล่วงหน้า โดยกำหนดเวลาส่งมอบในอนาคตที่แน่นอน การกำหนดราคามักใช้ราคาในวันทำสัญญา การฝากขาย วิธีนี้พ่อค้าจะตกลงกับผู้ขายให้ส่งมอบของในวันครบกำหนดเวลาตามสัญญา

ธนาคารกสิกรไทย (2525) ได้ศึกษาถึงลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของยางพาราพอสรุปได้ดังนี้ ยางพาราเป็นไม้ยืนต้นเจริญเติบโตเต็มที่สูงประมาณ 20-30 เมตร เปลือกนอกสีค่อนข้างคล้ำใต้เปลือกมีสีชมพูหรือสีม่วงอ่อน เปลือกหนาประมาณ 6.5-15.0 มิลลิเมตร ด้านในสุดของเปลือกอ่อนจะมีท่อน้ำยางเป็นจำนวนมากพันไปทางขวาอบต้นถึงยอด ก้านใบยาวประมาณ 10-20 เซนติเมตร แต่ละก้านจะมีใบ 2-5 ใบ ผลัดใบปีละครั้ง เริ่มมีดอกเมื่อ อายุประมาณ 5-6 ปี ดอกตัวผู้และดอกตัวเมียอยู่บนก้านดอกเดียวกัน แต่ละดอกจะผสมข้ามเมื่อผสมเกสรแล้วประมาณ 5 เดือน ก็จะเจริญเป็นผล ออกดอกปีละ 2 ครั้ง ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมิถุนายน และเดือนสิงหาคม ถึงเดือนตุลาคม เมล็ดสีน้ำตาลคล้ายเมล็ดถั่ว มีราก 2 ชนิดคือ รากแก้วและรากที่แผ่ไปทางด้านข้าง มีน้ำยางสีขาวคล้ายน้ำนม

สถาบันวิจัยยาง (2530) ได้กล่าวถึง พื้นที่การปลูกยางพาราทั้งสิ้น 10.73 ล้านไร่ในประเทศ โดยแบ่งออกเป็นพื้นที่ปลูกยางซึ่งไม่ได้ผล 3.04 ล้านไร่ และพื้นที่ปลูกซึ่งปลูกยางได้แล้ว 7.69 ล้านไร่ พื้นที่ปลูกยางพาราได้กระจายไปทั่วทุกภาคของประเทศไทย ภาคที่มีการปลูกยางมากที่สุด ได้แก่ ภาคใต้ คิดเป็นจำนวน 9.65 ล้านไร่หรือร้อยละ 89.94 ของพื้นที่ปลูกยางทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออก คิดเป็นจำนวน 1.08 ล้านไร่(ร้อยละ10.66) ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคตะวันตกนั้น เกษตรกรเพิ่งจะเริ่มปลูกเท่านั้น

สำหรับผลผลิตยางของไทยนั้นเพิ่มขึ้นทุกปีตามปริมาณพื้นที่การเพาะปลูกที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2529 ประเทศไทยผลิตยางพาราได้ทั้งสิ้น 782,120 เมตริกตัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2528 ซึ่งผลิตได้ 721,871 เมตริกตันแล้ว ไทยได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น 60.245 เมตริกตัน

การตลาดภายในประเทศ

ลักษณะตลาด ตลาดการซื้อขายภายในประเทศไทยแบ่งเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. ตลาดยางแผ่นดิบ ประกอบด้วยพ่อค้าเร่ พ่อค้าในเมือง เป็นตลาดการซื้อขายยางแผ่นดิบและเศษยาง

2. ตลาดยางแผ่นรมควันและตลาดยางแปรรูป ประกอบด้วยพ่อค้าคนกลาง ผู้ส่งออกและผู้ใช้งานในประเทศไทย เป็นตลาดซื้อขายยางแผ่นรมควัน และยางแปรรูปอื่นๆ

3. ตลาดยางแปรรูป ประกอบด้วยผู้ส่งออกรายใหญ่ นายหน้าในต่างประเทศ เป็นการซื้อขายการแปรรูปที่ได้มาตรฐานสากล

ในด้านผู้ค้ายางมี 4 ระดับคือ

1. ผู้ค้ายางเร่ ผู้ค้าประเภทนี้จะใช้ยานพาหนะโดยเฉพาะอย่างยิ่งรถจักรยานยนต์และรถจักรยานยนต์ตระเวนไปรับซื้อยางแผ่นดิบและเศษยางโดยตรงจากชาวสวน ซึ่งอยู่ในแหล่งกันดารและการคมนาคมไม่สะดวกแล้วนำไปขายให้ผู้ค้าประจำหมู่บ้านหรือตำบลอีกทอดหนึ่งโดยวิธีนี้เจ้าของสวนยางจะได้รับความสะดวกในการขนส่งไม่ต้องนำผลผลิตออกไปจำหน่ายเอง แต่ได้รับราคาต่ำกว่าราคาที่จะได้รับเล็กน้อย

2. พ่อค้ายางประจำหมู่บ้านและตำบล ผู้ค้ายางเหล่านี้มีร้านค้าที่แน่นอน ถ้าอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งของชาวสวนยางและมักขายของชำ หรือสินค้าอื่นๆไปในตัวด้วย พ่อค้าจะรับซื้อยางแผ่นดิบ และเศษยางจากพ่อค้าเร่ และทางสวนแล้วส่งไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางในเมืองอีกทอดหนึ่ง

3. ผู้ค้ายางคนกลางและพ่อค้าในเมือง ผู้ค้ายางเหล่านี้มักกิจการใหญ่พอสมควร มีร้านรับซื้อยางอยู่ในตัวอำเภอหรือตัวจังหวัด และมักทำการค้าแต่เพียงอย่างเดียว โดยรับซื้อยางแผ่นและเศษยางทั้งจากเจ้าของสวนยาง ผู้ค้าเร่ และจากผู้ค้ายางประจำหมู่บ้านและตำบลซึ่งส่วนใหญ่พ่อค้าคนกลางจะเป็นเจ้าของโรงงานยางจะผลิตยางแผ่นรมควันหรือแปรรูปยางแผ่นรมควันหรือแปรรูปยางเพื่อส่งขายออกต่างประเทศหรือขายให้กับพ่อค้าผู้ส่งออก

4. ผู้ค้ายางส่งออกเป็นผู้ซื้อยางแหล่งสุดท้าย สำหรับตลาดภายในประเทศและขณะเดียวกันก็มักเป็นเจ้าของโรงงานแปรรูปยางก่อนส่งจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยจะซื้อยางจากพ่อค้าในเมืองหรือจากสวนขนาดใหญ่ ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก จดทะเบียนเป็นผู้ค้ายาง และมียางไว้ครอบครองต่อกองการยาง กรมวิชาการเกษตร

แต่บางท้องที่ผู้ค้ายางเร่ และผู้ค้ายางประจำหมู่บ้านและตำบลถูกจับตาทกลงไปจากเดิมมาก ทั้งนี้เพราะชาวสวนผู้ผลิตยางพาราอ้อมมีการรวมกลุ่มยางในรูปกลุ่มขายยางเพิ่มมากขึ้น โดยเจ้าหน้าที่จากศูนย์วิจัยการยาง กองการยาง กรมวิชาการเกษตรคอยให้คำแนะนำโดยการรวมกลุ่มทำให้ชาวสวนยางมีอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชาวสวนยาง การรับซื้อวัตถุดิบจากโรงงานขึ้นอยู่กับประเภทและกำลังผลิตของโรงงานโรงงานวันจะรับซื้อยางแผ่นดิบ โรงงานผลิตยางเดรสสีน้ำตาลรับซื้อเศษยางที่เป็นยางก้อนและเป็นยางเส้น ส่วนโรงงานผลิตยางแท่งรับซื้อแผ่นยางดิบและเศษยาง โดยทั่วไปปริมาณการรับซื้อมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับกำลังการผลิตของโรงงานและฤดูกาลด้วย ช่วงที่ผลิตยางได้มาก ซึ่งอยู่ในช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ และระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม จะมีการเร่งซื้อยางมากขึ้น ส่วนใหญ่ช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ซึ่งเป็นฤดูกาลผลิตยางไม่สามารถทำได้อย่างเต็มที่ปริมาณยางจึงออกสู่ตลาดน้อยการรับซื้อก็ลดลงด้วย

พิชัย สราญรัมย์ (2527) ได้กล่าวถึงชนิดของยางพาราและการจัดชั้นยางในการค้าไว้ว่า

สำหรับน้ำยางและชียางที่ชาวสวนเก็บได้ในแต่ละวันจะถูกนำไปแปรรูปขึ้นต้นเป็น 4 รูปแบบ คือ ยางแผ่นรมควัน ยางเครพ น้ำยางข้น และ ยางแท่ง

1. ยางแผ่นรมควัน (Rubber Smoke Sheet)

ซึ่งการจัดชั้นยางแผ่นรมควันทางปฏิบัติปัจจุบันถือตาม "สมุดปกเขียว" ซึ่งเป็นมติของที่ประชุมข้อบังคับสากล ว่าด้วยมาตรฐานของคุณภาพ และการบรรจุหีบห่อยางธรรมชาติ สมัยที่ 3 ซึ่งจัดขึ้นที่ประเทศสิงคโปร์ ปี 2530 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2505

2. ยางเครพ (Crepe Rubber)

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยางเครพสามารถใช้ได้ทั้งน้ำยางและเศษยาง ยางเครพที่ทำจากน้ำยางจะเป็นยางเครพที่มีคุณภาพดีที่เรียกว่า ยางเครพขาว (Pale and Sale crepes) ส่วนยางที่นำมาจากเศษยางจะเป็นยางเครพสีน้ำตาล (Brown crepes)

3. น้ำยางข้น (Latex)

น้ำยางข้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำไปทำวัตถุสำเร็จรูปได้มากมาย อาทิ เช่น ตุ๊กตาสำหรับเด็ก, ทำกาวย, ลูกโป่ง, ถุงมือ, ถุงยางอนามัย เป็นต้น สำหรับการทำยางขั้วมีหลักการสำคัญคือ พยายามไล่น้ำออกเพื่อให้ได้ปริมาณยางแห้ง (Dry rubber content) ในสัดส่วนที่มากเมื่อเทียบกับน้ำยางทั้งหมด ปกติน้ำยางจะมีน้ำยางอยู่ ประมาณร้อยละ 30.40 แต่เมื่อทำเป็นน้ำยางข้นแล้วจะมีเนื้อยางแห้งประมาณร้อยละ 60 ของน้ำหนักทั้งหมด

4. ยางแท่ง (Block rubber)

ยางแท่งคือ ยางที่ทำจากน้ำยางและยางก้อน เศษยางที่ได้จากต้นยางพาราโดยทำเป็นชิ้นเล็กๆ ก่อน แล้วจึงอบด้วยความร้อนให้แห้งแล้วจึงวัดเป็นแท่งๆ แท่งหนึ่งหนัก 75 ปอนด์

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2530) ได้รายงานถึง ลักษณะยางแผ่นคุณภาพดีไว้ว่า

1. แผ่นยางสะอาด ไม่มีรอยคราบน้ำกรด หรือเห็นขุยเข้มน้ำขุ่นลอยดู ต้องไม่มีสิ่งสกปรก หรือจุดดำเจือปนในเนื้อยางและต้องไม่มีจุดฟองอากาศ
2. แผ่นยางความหนาของแผ่นโดยเฉลี่ย 2.8-3.2 มิลลิเมตร แผ่นยางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ความกว้างเฉลี่ย 38-46 เซนติเมตร ยาว 80-90 เซนติเมตร น้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่น 800-1,200 กรัม
3. เนื้อยางแห้งใส สีของแผ่นยางสม่ำเสมอเป็นสีเดียวกัน ตลอดแผ่นไม่ดำด่างหรือสลับลายหรือมีสีคล้ำจนเกินไป
4. แผ่นยางมีดอกนูนเด่นชัด มีความยืดหยุ่นเมื่อตัวแผ่นยางออกดู เนื้อยางต้องไม่ขาดง่ายหรือเป็นรูปพรม

วิทยา เจียรพันธ์ (2529) ได้กล่าวถึง มาตรฐานคุณภาพยางแผ่นดิบไว้ว่า

ยางแผ่นดิบคุณภาพ 1 (สีแดง) มีลักษณะดังนี้

1. มีเนื้อยางแห้งใส่ตลอดแผ่น
2. มีความชื้นในแผ่นประมาณ 2-3 เปอร์เซ็นต์
3. มีสีสม่ำเสมอตลอดแผ่น ไม่มีสีด่างดำและปราศจากฟองอากาศ
4. มีความสะอาดตลอดแผ่น
5. มีความหนาของแผ่นยางประมาณ 2.8-3.2 มิลลิเมตร

ยางแผ่นดิบคุณภาพ 2 (สีเหลือง) มีลักษณะดังนี้

1. มีเนื้อยางแห้งใส่ตลอดแผ่น
2. มีความชื้นในแผ่นประมาณ 3-4 เปอร์เซ็นต์
3. มีความสะอาดตลอดทั้งแผ่นและยอมให้มีฟองอากาศอยู่ในแผ่นยางได้บ้างเล็กน้อย
4. มีความหนาของแผ่นยางประมาณ 3-4 มิลลิเมตร
5. ยางแผ่นเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง 38-46 เซนติเมตร ความยาว 80-90 เซนติเมตร หรือรูปทรงของแผ่นยางเหมาะสำหรับนำเข้าโรงรมควัน
6. มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่น 1,000-1,200 กรัม
7. มีความยืดหยุ่นดี
8. มีลายดอกเห็นเด่นชัดตลอดทั้งแผ่น
9. สามารถรมควันให้แห้งได้ประมาณ 6-7 วัน

ขางแผ่นคุณภาพ 3 (สีน้ำเงิน) มีลักษณะดังนี้

1. ลักษณะเนื้อขางในแผ่นไม่สุกและสีไม่ปรังใส ไม่เห็นเห็ดรา
2. มีความชื้นในแผ่นประมาณ 6-7 เปอร์เซ็นต์
3. แผ่นขางมีความสะอาดอาจมีสิ่งเจือปนและฟองอากาศในแผ่นขางได้บ้างเล็กน้อย
4. มีความหนาของแผ่นขางไม่เกิน 4 มิลลิเมตร
5. แผ่นขางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง 38-46 เซนติเมตร ความยาว

80-90 เซนติเมตร หรือรูปทรงของขางแผ่นเหมาะสำหรับนำเข้าโรงรมควัน

6. มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่นไม่เกิน 1,500 กรัม
7. สามารถรมควันให้แห้งได้ประมาณ 10 วัน

ขางแผ่นคุณภาพ 4 (สีเขียว) มีลักษณะดังนี้

1. สีทึบไม่ปรังใส
2. ความชื้นประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์
3. เนื้อขางมีความชื้นและสิ่งสกปรกเจือปนสูง
4. เป็นขางที่มีคุณภาพต่ำกว่าขางแผ่นดีคุณภาพชั้น 3
5. ขนาดของแผ่นไม่สม่ำเสมอ
6. มีความกว้าง-ยาวไม่แน่นอน
7. ขางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง 38-46 เซนติเมตร ความยาว 80-90

เซนติเมตร หรือรูปทรงของขางแผ่นเหมาะสำหรับนำเข้าโรงรมควัน

8. มีน้ำหนักเฉลี่ย 800-1,200 กรัม
9. มีความยืดหยุ่นดี
10. มีลายดอกเห็นชัดเจนทั้งแผ่น
11. สามารถรมควันให้แห้งได้ประมาณ 5 วัน

ธนาคารกสิกรไทย (2525) ได้สรุปภาวะการส่งออกของพาราของประเทศไทยไว้ว่า ปี พ.ศ. 2529 ส่งออกร้อยละ 80.70, 13.54 และ 3.51 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มของอัตราส่วนการส่งออกพบว่า การส่งออกในรูปแบบแผ่นรมควันมีส่วนสูงขึ้นในขณะที่การขนส่งในรูปแบบอื่นลดลง ส่วนยางแผ่นรมควันที่ประเทศไทยส่งออกนั้นส่วนใหญ่เป็นยางชั้น 3 และชั้น 4 ซึ่งรวมกันประมาณร้อยละ 85.49 สำหรับยางแผ่นที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นยางแท่งส่วนยางชนิดอื่นไม่ค่อยมีการส่งออก ส่วนยางแท่งชนิดอื่นๆ ไม่ค่อยมีการส่งออกทางด้านยางเครพที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นส่วนใหญ่เป็นยางเครพสีน้ำตาลชนิดบางชั้น 2

ขั้นตอนการซื้อขายของตลาดกลางยางพารา

ตลาดกลางยางพารารับซื้อ สินค้าที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายคือ ยางแผ่นดิบโดยตลาดกลางเป็นผู้กำหนดราคากลาง ตัดประกาศให้ผู้ซื้อและผู้ขายในวันเปิดตลาดทุกวัน การซื้อขายจึงแบ่งขั้นตอนดังนี้

1. การลงทะเบียน

- ลงทะเบียนผู้ซื้อ ผู้ซื้อทุกคนที่ต้องการเข้าประมูลหรือซื้อยางวันเปิดตลาดกลาง ต้องลงทะเบียนทุกราย
- ลงทะเบียนผู้ขาย ผู้ขายยางทุกราย เมื่อนำยางเข้าตลาดกลางที่จะนำยางมาขายต้องลงทะเบียน โดยแจ้งชื่อ นามสกุล ที่อยู่ หมายเลขทะเบียนรถ หน้าที่ยาง คุณภาพยาง

2. การคัดเลือก

เจ้าหน้าที่ตลาดกลางจะเป็นผู้คัดคุณภาพยาง เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้รับความเป็นธรรมทั้งด้านคุณภาพและราคา คุณภาพยางแบ่งออกเป็น 4 ชั้นคือ

- คุณภาพยางชั้นที่ 1 ใช้สัญลักษณ์ สีแดง
- คุณภาพยางชั้นที่ 2 ใช้สัญลักษณ์ สีเหลือง
- คุณภาพยางชั้นที่ 3 ใช้สัญลักษณ์ สีน้ำเงิน
- คุณภาพยางชั้นที่ 4 ใช้สัญลักษณ์ สีเขียว

โดยจะแยกคุณภาพออกเป็น 3 ครั้ง

ครั้งที่หนึ่ง คัดคุณภาพที่จุดลงทะเลเป็น โดยเป็นขางทั้งคันรถว่าเป็นขางขึ้นอะไร เพื่อสะดวกในการจัดรถเข้าประจำจุดประมูลตามคุณภาพขาง

ครั้งที่สอง คัดคุณภาพที่จุดประมูล โดยดูว่ารถที่จะเข้าจุดประมูลทุกคันอยู่ในคุณภาพเหมือนกันหรือไม่ ถ้ามีคุณภาพต่างกันมากต้องแยกออกมาประมูลต่างหาก

ครั้งที่สาม คัดคุณภาพขณะที่ขางขึ้นขางที่ตลาดโดยดูว่ารถแต่ละคันที่ผ่านจุดคัดมาแล้วสองจุดยังมีคุณภาพปลอมปนมาหรือไม่ ถ้ามีการปลอมปนต้องคัดออกทันที

3. การประมูล

เมื่อผู้ขายนำขางมารออยู่ที่จุดประมูล เจ้าหน้าที่ตลาดก็จะประกาศให้เจ้าของขางนำรถบรรทุกขางที่มีคุณภาพขางเหมือนกันเข้าสู่จุดประมูล ผู้ซื้อทำการซื้อโดยวิธีประมูลด้วยการเขียนราคาในแบบฟอร์มแล้วมอบให้คณะกรรมการตลาดขาง เพื่อประกาศว่าผู้ซื้อขางใดประมูลได้ราคาสูงกว่ารายอื่นๆ ก็จะประมูลได้ในครั้งนั้น

อนึ่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขางขาง ตลาดกลางจะดำเนินการประมูลขางเป็นระยะตามความเหมาะสม

4. การขึ้นขาง

เมื่อผ่านการประมูลแล้วถ้าผู้ขายพอใจราคาก็นำขางมาขึ้นจุดที่ขึ้นขางที่แน่นอนอีกครั้ง ถ้าผู้ขายไม่พอใจราคาประมูลครั้งนั้นสามารถประมูลครั้งใหม่หรือฝากขางไว้ที่ตลาดกลางเพื่อขายในครั้งต่อไปหรือจำนำไว้ที่ตลาดกลางหรือนำขางออกนอกตลาดกลาง

5. การจ่ายเงิน

หลังจากขึ้นขางแล้วผู้ขายนำหลักฐานการลงทะเลไปแจ้งที่ฝ่ายการเงินเพื่อรับเงินค่าขางตามน้ำหนักและคุณภาพของขางจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินของตลาดกลาง

6. การส่งมอบขาง

การส่งมอบขางมี 2 วิธีคือ

ก. ตลาดกลางเป็นผู้ส่งมอบขางถึงโรงงาน

ข. โรงงานรับมอบช่างที่ตลาดกลาง

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2530) กล่าวถึง ประโยชน์ของผู้มาใช้บริการตลาดกลางดังนี้

ผู้ซื้อ

- ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย
- เลือกชนิดและคุณภาพยางได้ตามต้องการ
- ตลาดเป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการสำหรับผู้ซื้อ
- สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้ซื้อ

ผู้ขาย

- ขายยางได้ตามคุณภาพ
- ได้รับน้ำหนักตรงตามความเป็นจริง
- ผู้ขายมีโอกาสเลือกขายยางได้อีกทางหนึ่ง
- ผู้ขายสามารถรู้ราคายาง
- สร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ขาย
- ผู้ขายสามารถขายผ่านพ่อค้าส่งออกตัดปัญหาเรื่องพ่อค้าคนกลางออกไป
- ตลาดกลางเป็นแหล่งวิชาการยางพาราสำหรับผู้ขาย

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2530) ได้กล่าวถึง ประโยชน์ของตลาดกลางยางพาราที่มีต่อส่วนรวมไว้ดังนี้

1. ช่วยพัฒนาคุณภาพยางดิบของประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะตลาดต้องการยางคุณภาพดีเข้าตลาด ยางที่นำเข้าต้องผ่านการคัดคุณภาพจากเจ้าหน้าที่ของตลาดทุกราย ตลอดจนมีหลักเกณฑ์และมาตรฐานในการคัดคุณภาพ ซึ่งเป็นที่ยอมรับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้ยางมีคุณภาพดีขึ้น

2. ช่วยยกระดับราคายางภายในประเทศให้สูงขึ้น จากการเปิดตลาดกลางยางพารา

ที่ศูนย์วิจัยยางสงขลาที่ผ่านมา ราคายางที่ซื้อขายกันจะสูงกว่าราคาซื้อขายกันตามตลาดท้องถิ่น

3. เป็นแหล่งทางวิชาการสำหรับทางสวนยาง แยกมาเยี่ยมชมตลอดจนทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถสอบถามปัญหาเกี่ยวกับเรื่องยางพาราได้ทุกสาขาวิชา
4. เป็นการกระตุ้นให้ตลาดมีความตื่นตัวและมีการแข่งขันกันมาก เพราะตลาดมีการแข่งแข่งราคายางโดยรัฐบาล
5. ตลาดกลางยางพาราช่วยพัฒนายางของประเทศให้เป็นผู้ซื้อและผู้ขายทั้งในประเทศและต่างประเทศยอมรับ

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร หมายถึง เกษตรกรชาวสวนยางที่ขายผลผลิตยางพาราให้กับตลาดกลางยางพารา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้น ประมาณ 52 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยได้จากการสุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่ขายยางให้กับตลาดกลางยางพารา ในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีขั้นตอนต่างๆตามลำดับต่อไปนี้

1. ทำการสุ่มตัวอย่าง 20 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนตำบลทั้งหมด 15 ตำบล จะได้ตำบลตัวอย่าง 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลทุ่งใหญ่ ตำบลทุ่งตำเสา และตำบลคลองหอยโข่ง ซึ่งในแต่ละตำบลมีเกษตรกรชาวสวนยาง เท่ากับ 10, 12 และ 25 ตามลำดับ รวมทั้งสิ้น 47 ราย

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 50 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนประชากรในแต่ละตำบล ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 23 คน

3. ขั้นตอนสุดท้ายใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ในแต่ละตำบล โดยใช้วิธีการจับฉลากรายชื่อ (Lottery Sampling) (ตารางที่ 1 แสดงการกระจายของกลุ่มที่ทำการศึกษา)

ตารางที่ 1 แสดงการกระจายของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

ตำบล	เกษตรกรชาวสวนยาง	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) 50 %
1. ทุ่งใหญ่	10	5
2. ทุ่งตำเสา	12	6
3. คลองหอยโข่ง	25	12
รวม	47	23

วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Primary data) ทำได้โดยวิธีการใช้แบบสัมภาษณ์เกษตรกรที่ชาวสวนยางพาราในพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อมาทำการวิเคราะห์เพื่อการศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มี 4 ขั้นตอนดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้และแหล่งรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับชาวพารา และคุณ

ภาพยางแผ่น

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางชาวพารา

ตอนที่ 4 ข้อมูลปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางชาวพารา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้แล้ว วัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทนี้ ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดประเด็นเรื่องราวที่จะศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าสถิติดังนี้

1. หาค่าร้อยละ (Percentage) มีสูตรดังนี้

$$\text{ร้อยละ} = \frac{n}{N} \times 100$$

ซึ่ง n = จำนวนตัวอย่างหรือข้อมูลที่ทำการศึกษา

N = จำนวนตัวอย่างหรือข้อมูลทั้งหมด

2. หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) เป็นการรวบรวมข้อมูลแต่ละชุดของสมาชิกทั้งหมดหารด้วยสมาชิกที่ได้จากการศึกษา ซึ่งค่าที่ได้ทำให้ทราบถึงค่าเฉลี่ย หรือค่ากลางของข้อมูลแต่ละชุด ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\Sigma}{N}$$

ซึ่ง \bar{X} = ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

f_i = ความถี่ของชั้นที่ 1

x_i = จุดกึ่งกลางของข้อมูลแต่ละชั้น

N = จำนวนของตัวอย่างทั้งหมด

Σ = ผลรวม

3. การหาค่าพิสัย (Range) คือช่วงคะแนนสูงสุดถึงคะแนนต่ำสุดของข้อมูลในแต่ละชุด ค่าพิสัยนี้ใช้เมื่อต้องการเปรียบเทียบการกระจายถ้าคะแนนในแต่ละชุดจัดกระจายจะเห็นว่าควรต้องนำค่าพิสัยมาพิจารณาประกอบค่ากระจายอื่นๆ

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2535 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2536 รวมระยะเวลา 5 เดือน



บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาถึงทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทำให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรกรในเรื่อง สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม การรับรู้และแหล่งรับรู้ ทัศนคติของเกษตรกร ปัญหาและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

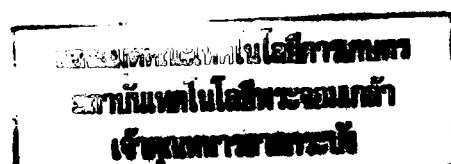
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรที่ขายยาง ให้กับตลาดกลางยางพารา เป็นข้อมูลที่แสดงถึง เพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ขนาดพื้นที่ถือครอง อาชีพ มีรายละเอียดดังนี้ (ค่าแสดงไว้ในตารางที่ 2)

เพศ เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นพบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ 82.61 และเพศหญิงร้อยละ 17.39

อายุ เกษตรกรที่มีอายุเฉลี่ย 44.21 ปี อายุสูงสุด 58 ปี อายุต่ำสุด 31 ปี เกษตรกรที่อายุระหว่าง 42-47 ปี มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมาคืออายุระหว่าง 48-53 ปี ร้อยละ 30.43 อายุระหว่าง 36-41 ร้อยละ 17.40 อายุระหว่าง 31-35 ปี ร้อยละ 13.04 และอายุระหว่าง 54-59 ปี ร้อยละ 4.35

การศึกษา ส่วนใหญ่ร้อยละ 43.48 ของเกษตรกรจบชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 รองลงมาจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 13.04 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 13.04 ระดับปริญญาตรีเป็นร้อยละ 4.35 จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ร้อยละ 4.35 ระดับอนุปริญญา ร้อยละ 4.35 และมีเกษตรกรบางรายที่ไม่ได้รับการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 8.70



สมาชิกในครอบครัว ค่าเฉลี่ย 5.26 คน ค่าสูงสุด 10 คน ค่าต่ำสุด 1 คน ส่วนใหญ่เกษตรกรมีบุตรระหว่าง 5-6 คน ร้อยละ 43.48 ช่วงระหว่าง 3-4 คน ร้อยละ 39.13 ช่วงระหว่าง 9-10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.69 ช่วงระหว่าง 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.53 และช่วงระหว่าง 7-8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.53 ตามลำดับ

การใช้แรงงานเกษตรกร เฉลี่ย 2.13 คน สูงสุด 6 คน ต่ำสุด 1 คน ส่วนใหญ่เกษตรกรใช้แรงงานเกษตร ช่วง 1-2 คน ร้อยละ 47.82 ช่วงระหว่าง 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.43 ช่วงระหว่าง 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 ตามลำดับ

สถานภาพของสมาชิก จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.25 เป็นเจ้าของสวนยางกรีดเอง เป็นเจ้าของสวนยางให้ผู้อื่นกรีดคิดเป็นร้อยละ 30.43 เป็นเจ้าของสวนยางกรีดของตนเอง และรับจ้างผู้อื่นกรีด ร้อยละ 4.35 ตามลำดับ

กรรมสิทธิ์ของตนเอง ยางที่กรีดแล้ว ค่าเฉลี่ย 20.69 ไร่ สูงสุด 80 ไร่ ต่ำสุด 4 ไร่ ยางที่กรีดแล้วมากที่สุดระหว่าง 4-18 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 65.21 รองลงมา ช่วงระหว่าง 19-33 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 17.40 ช่วงระหว่าง 33-48 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 13.04 ช่วงระหว่าง 64-80 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.35 ช่วงระหว่าง 49-63 ไร่ ไม่มีกรรมสิทธิ์ของตนเอง สำหรับสวนยางที่ยังไม่ได้กรีดค่าเฉลี่ย 17.39 ไร่ จำนวนยางที่ยังไม่ได้กรีดสูงสุด 85 ไร่ จำนวนสวนยางที่ยังไม่ได้กรีด ต่ำสุด 3 ไร่ ยางที่ยังไม่ได้กรีดมากที่สุดช่วงระหว่าง 3-20 ไร่ ร้อยละ 60.86 ช่วงระหว่าง 57-74 ไร่ ร้อยละ 17.40 ระหว่าง 39-36 ไร่ ร้อยละ 8.70 ช่วงระหว่าง 75-92 ไร่ ร้อยละ 8.70 และระหว่าง 21-38 น้อยที่สุด ร้อยละ 4.34

อาชีพอื่นๆ (นอกเหนือจากการทำสวนยาง) เกษตรกรชาวสวนยางที่ทำอาชีพค้าขายมากที่สุด 52.16 และทำนา ร้อยละ 17.40 ทำสวนผลไม้คิดเป็นร้อยละ 17.40 และเลี้ยงสัตว์เพื่อการขาย ร้อยละ 13.04

การเป็นสมาชิกของกลุ่ม พบว่าเกษตรกรเป็นลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์มากที่สุด ร้อยละ 65.21 รองลงมาได้แก่กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 34.77 ส่วนร้อยละ 17.38 เป็นสมาชิกของออมทรัพย์เพื่อการผลิต

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3 ปี สูงสุด 12 ปี ต่ำสุด 1 ปี เป็นสมาชิก
ระหว่าง 4-6 ปี ร้อยละ 50.00 สมาชิกระหว่าง 1-3 ปี ร้อยละ 33.34 ช่วงระหว่าง 7-9 ปี
ร้อยละ 8.33 ช่วงระหว่าง 10-12 ปี ร้อยละ 8.33

การดำรงตำแหน่งในกลุ่ม เกษตรกรชาวสวนยางมีตำแหน่งเป็นสมาชิกมากที่สุด
ร้อยละ 26.08 รองลงมาทำหน้าที่คัดและซังยาง ร้อยละ 13.04 และเป็นประธาน ร้อยละ
13.04 เป็นเลขานุการเพียง ร้อยละ 8.69 ทำหน้าที่เป็นเหรัญญิก ร้อยละ 4.34 และเป็น
กรรมการ ร้อยละ 4.34 ส่วนไม่มีตำแหน่งใดๆ ในกลุ่ม ร้อยละ 39.13

ตารางที่ 2 สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	19	82.61
หญิง	4	17.39
<u>อายุ</u>		
31-35	3	13.04
36-41	4	17.40
42-47	8	34.78
48-53	7	30.43
54-59	1	4.35
อายุน้อยที่สุด	31 ปี	
อายุสูงสุด	58 ปี	
เฉลี่ย	42.21 ปี	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)	ร้อยละ
<u>การศึกษา</u>		
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	10	43.48
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 (ม.1-3)	1	4.35
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.4-6)	3	13.04
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	3	13.04
อนุปริญญา	1	4.35
ปริญญาตรี	3	13.04
ไม่ได้รับการศึกษา	2	8.70
<u>สมาชิกในครอบครัว</u>		
1-2	1	4.35
3-4	9	39.13
5-6	10	43.48
7-8	1	4.35
9-10	2	8.69
สมาชิกต่ำสุด	1 คน	
สมาชิกสูงสุด	10 คน	
เฉลี่ย	5.04 คน	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)	ร้อยละ
<u>การใช้แรงงานเกษตร</u>		
1-2	11	47.82
3-4	7	30.43
5-6	1	4.35
ไม่ใช้แรงงาน	4	17.40
ใช้แรงงานต่ำสุด 1 คน		
ใช้แรงงานสูงสุด 6 คน		
เฉลี่ย 2.13 คน		
<u>สถานภาพของสมาชิก</u>		
เป็นเจ้าของสวนยางกรีดยังเอง	15	65.22
เป็นเจ้าของสวนยางให้ผู้อื่นกรีดยัง	7	30.43
เป็นเจ้าของสวนยางกรีดยังของตนเอง		
และรับจ้างผู้อื่นกรีดยัง	1	4.35

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก	ร้อยละ
	(N=23)	
<u>กรรมสิทธิ์ของตนเอง</u>		
ส่วนยางที่กรีดแล้ว		
4-18	15	65.21
19-33	4	17.40
34-48	3	13.04
49-63	-	-
64-80	1	4.35
ยางที่กรีดแล้วต่ำสุด	4 ไร่	
ยางที่กรีดแล้วสูงสุด	80 ไร่	
เฉลี่ย	20.69 ไร่	
ส่วนยางที่ยังไม่กรีด		
3-20	14	60.86
21-38	1	4.34
39-56	2	8.70
57-74	4	17.40
75-92	2	8.70
จำนวนสวนยางที่ไม่ได้กรีดต่ำสุด	3 ไร่	
จำนวนสวนยางที่ไม่ได้กรีดสูงสุด	85 ไร่	
เฉลี่ย	17.39 ไร่	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)*	ร้อยละ
<u>อาชีพอื่นๆ (นอกจากการทำสวนยาง)</u>		
ทำสวนผลไม้	4	17.40
เลี้ยงเพื่อการขาย	3	13.04
ทำนา	4	17.40
ค้าขาย	12	52.16
<u>การเป็นสมาชิกกลุ่ม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)</u>		
ลูกค้า ธ.ก.ส.	15	65.21
ออมทรัพย์เพื่อการผลิต	4	17.38
กลุ่มสหกรณ์เพื่อการเกษตร	8	34.77
<u>ระยะเวลาการเป็นสมาชิก (N=12)</u>		
1-3	4	33.34
4-6	6	50.00
7-9	1	8.33
10-12	1	8.33
ระยะเวลาต่ำสุด 1 ปี		
ระยะเวลาสูงสุด 12 ปี		
เฉลี่ย 3 ปี		

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)*	ร้อยละ
<u>การดำรงตำแหน่งในกลุ่ม</u>		
ประธาน	3	13.04
รองประธาน	-	-
เหรัญญิก	1	4.34
กรรมการ	1	4.34
เลขานุการ	2	8.69
สมาชิก	6	26.08
คัดและชี้้ง	3	13.04
ไม่มีตำแหน่ง	9	39.13

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 การรับรู้และแหล่งรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับยางพาราและคุณภาพยางแผ่น

ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การทำยางแผ่นชั้นดีและกระดาษสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบคุณภาพต่างๆ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 3)

ความสะอาดของยางแผ่น ส่วนใหญ่ของเกษตรกร ร้อยละ 73.91 มีความเข้าใจเรื่องความสะอาดของยางแผ่นมากที่สุด รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 13.04 และเข้าใจในระดับปานกลาง ร้อยละ 8.70 เกษตรกรบางรายมีความเข้าใจน้อยในเรื่องความสะอาดของยางแผ่น คิดเป็นร้อยละ 4.35

ความหนาของแผ่นยาง เกษตรกรมีความเข้าใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.13 รองลงมาได้แก่ มีความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.83 มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.70 และเกษตรกรมีความเข้าใจความหนาของแผ่นยางน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.35

ความกว้างของแผ่นยาง เกษตรกรมีความเข้าใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมาได้แก่ มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.43 มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.40 และมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ความหนาของแผ่นยางน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.04

ความยาวของแผ่นยาง เกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.47 รองลงมาที่มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.09 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.09 และมีความเข้าใจน้อย ในเกณฑ์ความยาวของแผ่นยาง ร้อยละ 4.35

น้ำหนัก พบว่าเกษตรกรมีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำหนักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.57 มีระดับความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.43 สำหรับระดับความเข้าใจปานกลางและน้อย ไม่มีความเข้าใจ

ความสม่ำเสมอของสี มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.43 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.09 และมีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.74 และน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.74 ตามลำดับ

ความยืดหยุ่นและดอกบนแผ่นยาง เกษตรกรมีความเข้าใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 30.43 รองลงมาได้แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.09 มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.74 และน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.74

หลักเกณฑ์และวิธีการตลาดยางพารา เกษตรกรส่วนใหญ่ (66.22 %) ได้ทราบหลักเกณฑ์จากหน่วยงานอื่นๆ (เร่งรัดพัฒนาชนบท, พัฒนาชุมชน) รองลงมาได้รับทราบจากเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล คิดเป็นร้อยละ 30.44 และทราบจากสถาบันวิจัยยาง (ศูนย์วิจัยยางต่างๆ) ร้อยละ 4.34 ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

กระดาษสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบ เกษตรกรทั้งหมด (100 %) ทราบดีว่ากระดาษสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบคุณภาพ 1 พิเศษ คือสีแดง กระดาษสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบคุณภาพ 2 เกษตรกรทราบว่าเป็นสีเหลือง กระดาษสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบคุณภาพ 3 ทราบว่าเป็นสีน้ำเงิน และกระดาษสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบคุณภาพ 4 ทราบว่าเป็นสีเขียว (ตารางที่ 4)

ข้อมูลด้านการรับรู้การทำยางพาราชั้นดีมีข้อสังเกตว่า ยังมีเกษตรกรบางรายมีความรับรู้ การเข้าใจน้อยอยู่ในหลักเกณฑ์บางประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความยืดหยุ่นและลักษณะดอกบนแผ่นยาง (21.74 %) ความสม่ำเสมอของสี (21.74 %) และหลักเกณฑ์ด้านความกว้างยาวของแผ่นยาง (13.04 %)

สรุปโดยภาพรวมแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับของการรับรู้ในหลักเกณฑ์การทำแผ่นยางชั้นดีมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.04 หมายความว่าเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี มีการรับรู้อยู่ในระดับ "มาก" ต่อหลักเกณฑ์การทำแผ่นยางชั้นดี (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงระดับผลการรับรู้ในหลักเกณฑ์การทำแผ่นยางชนิด

ระดับการรับรู้ (N=23)									
หลักเกณฑ์การทำ ยางแผ่นขึ้นดี	(4)		(3)		(2)		(1)		ค่าเฉลี่ย (\bar{x})
	มากที่สุด	จำนวน	มาก	จำนวน	ปานกลาง	จำนวน	น้อย	จำนวน	
	%	%	%	%	%	%	%	%	
ความสะอาด	17	73.91	3	13.04	2	8.70	1	4.35	3.56
ความหนาของแผ่นยาง	9	93.13	2	8.70	11	47.83	1	4.35	2.82
ความกว้างของแผ่นยาง	7	30.43	4	17.40	9	39.13	3	13.04	2.65
ความยาวของแผ่นยาง	10	43.47	6	26.09	6	26.09	1	4.35	3.08
น้ำหนักของแผ่นยาง	16	69.57	7	30.43	-	-	-	-	3.69
ความสม่ำเสมอของสี	5	21.74	7	30.43	6	26.09	5	21.74	2.95
ความยืดหยุ่นและลักษณะ ดอกบนแผ่นยาง	5	21.74	7	30.43	6	26.09	5	21.74	2.57
รวมค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้									3.04
ค่าคะแนนระดับการรับรู้	มากที่สุด (4) = 3.25-4.00								
	มาก (3) = 2.50-3.24								
	ปานกลาง (2) = 1.75-2.49								
	น้อย (1) = 1.00-1.74								

ตารางที่ 4 แหล่งของการรับรู้หลักเกณฑ์และวิธีการทำแผนยาง

รายการ	จำนวนสมาชิก (N=23)	ร้อยละ
<u>แหล่งรับรู้</u>		
เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	4	30.44
เจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยยาง	1	4.34
หน่วยงานอื่นๆ	15	65.22
<u>กระดาษสีที่ใช้แทนยางแผ่นดิบ</u>		
กระดาษสีแดง	23	100.00
กระดาษสีเหลือง	23	100.00
กระดาษสีน้ำเงิน	23	100.00
กระดาษสีเขียว	23	100.00

ตอนที่ 3 ที่สำคัคคิของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา

ข้อมูลทีสำคัคคิของเกษตรกรทำให้ทราบถึงราคาก่อนนำมาขาย และหลังจากการนำมาขายที่ตลาดกลาง การบริการของตลาดกลางยางพาราซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 5)

รายได้ ก่อนนำมาขายกับตลาดกลาง เกษตรกรเห็นว่าดี คิดเป็นร้อยละ 30.43 ส่วนเกษตรกรที่เห็นว่าไม่ดีเนื่องจากถูกกดราคาจากพ่อค้า ร้อยละ 26.08 ต่างคนต่างจำหน่าย ร้อยละ 26.08 เกษตรกรเห็นว่าราคาต่ำร้อยละ 8.69 และเกษตรกรที่เห็นว่าราคามีปัญหาขึ้นตอน ร้อยละ 8.69

เกษตรกรทั้งหมด (100.00 %) มีความคิดเห็นว่าดีเมื่อขายที่ตลาดกลางยางพารา การเข้าคิวรับบัตร เกษตรกรส่วนใหญ่ระบุว่ามีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 47.83 เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 47.83 เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 4.35 และไม่มีเกษตรกรที่ไม่เห็นด้วยกับการเข้าคิวรับบัตรเลย

การคัคคิขึ้นยาง เกษตรกรที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการคัคคิขึ้นยาง คิดเป็นร้อยละ 56.52 เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 39.13 เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 4.35 และไม่มีเกษตรกรที่ไม่เห็นด้วยกับการคัคคิขึ้นยาง

การรอการประมวลยาง เกษตรกรที่เห็นด้วย ร้อยละ 47.82 เกษตรกรที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 43.84 และเกษตรกรที่เฉยๆ ซึ่งน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.70 ส่วนเกษตรกรที่ไม่เห็นด้วยนั้นไม่มี

การประมวลยาง เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 52.17 แสดงความเห็นด้วย และรองลงมาคือ เห็นด้วยร้อยละ 47.83 ส่วนเกษตรกรไม่เห็นด้วย และเฉยๆ นั้นไม่มี

ราคาที่ได้จากการประมวลยาง ส่วนใหญ่ (60.87 %) มีความเห็นด้วยกับราคาที่ได้จากการประมวล รองลงมาได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 34.78 และเกษตรกรที่เฉยๆ น้อยที่สุด ร้อยละ 4.35 ที่ไม่เห็นด้วยนั้นไม่มี

การชั่งน้ำหนักหลังการประมวล พบว่าเกษตรกรที่มีความเห็นด้วย ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.82 รองลงมาได้แก่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 39.13 ที่เฉยๆ ต่อการชั่งน้ำหนัก ร้อยละ 8.70

ส่วนนี้ระบุว่าไม่เห็นด้วยมีเพียงรายเดียว (4.35 %) โดยให้เหตุผลว่า คุณภาพของยางแผ่นดีอยู่แล้ว

การจ่ายเงินของเจ้าหน้าที่ เกษตรกรที่เห็นด้วยกับการจ่ายเงิน ร้อยละ 65.22
เกษตรกรที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 30.43 และเฉยๆต่อการจ่ายเงินของเจ้าหน้าที่ ร้อยละ
4.35 เกษตรกรที่ไม่เห็นด้วยนั้นไม่มี

การบริการของเจ้าหน้าที่ เกษตรกรระบุว่า เห็นด้วยต่อการบริการ ร้อยละ
69.56 เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 21.74 เกษตรกรที่เฉยๆ ร้อยละ 4.35 และเกษตรกรที่ไม่เห็น
ด้วยกับการบริการของเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 4.35 โดยให้เหตุผลว่า การบริการทำได้ล่าช้า

ข้อมูลทางด้านทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารามีข้อสังเกต คือ
ยังมีเกษตรกรชาวสวนยางมีระดับความคิดเห็นน้อย ในเรื่องทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับ
ราคา การชั่งน้ำหนัก การจ่ายเงินของเจ้าหน้าที่และการบริการด้านอื่นๆ

สรุปค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติ (ความคิดเห็น) ของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลาง
ยางพาราในตารางที่ 6 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นมีค่าเท่ากับ 3.28 ซึ่ง
หมายถึง เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ หรือความคิดเห็นต่อตลาดกลางยางพาราอยู่ในระดับ
"เห็นด้วยอย่างยิ่ง"

ตารางที่ 5 ทัศนคติเกี่ยวกับการขายของพารา

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก	ร้อยละ
(N=23)		
<u>ก่อนนำยามาขายยังตลาดกลาง</u>		
ไม่ดี		
ราคาต่ำ	2	8.69
ถูกกดราคาจากพ่อค้า	6	26.09
หลายขั้นตอน	2	8.69
ต่างคนต่างจำหน่าย	6	26.09
ดี	7	30.43
<u>หลังจากขายที่ตลาดกลาง</u>		
ดี	23	100.00

ตารางที่ 6 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา

ระดับความคิดเห็น (N=23)									
ลักษณะการบริการ ของตลาดกลาง ยางพารา	(4)		(3)		(2)		(1)		ค่าเฉลี่ย (\bar{x})
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	จำนวน	%	จำนวน	%	
การเข้าคิวรับบัตร	11	47.83	11	47.83	1	4.35	-	-	3.43
การคัดชั้นยาง	13	56.52	9	39.13	1	4.35	-	-	3.52
การรอการประมวลยาง	10	43.84	11	47.83	2	8.70	-	-	3.34
การประมวล	12	52.17	11	47.83	-	-	-	-	3.52
ราคา	8	34.78	14	60.87	1	4.35	-	-	2.95
การชั่งน้ำหนัก	9	39.13	11	47.82	2	8.70	1	4.35	3.21
การจ่ายเงินของ เจ้าหน้าที่	7	30.43	15	65.22	1	4.35	-	-	3.26
การบริการด้านอื่นๆ	5	21.74	16	69.56	1	4.35	1	4.35	3.08
รวมค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น									3.28

ค่าคะแนนของระดับความคิดเห็น	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	(4) = 3.25-4.00
	เห็นด้วย	(3) = 2.50-3.24
	เฉยๆ	(2) = 1.75-2.49
	ไม่เห็นด้วย	(1) = 1.00-1.74

ตอนที่ 4 ปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาการตลาด ปัญหาการทำยางแผ่น ปัญหาการดำเนินงาน ปัญหาการรวมกลุ่ม และข้อเสนอแนะต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 6)

ปัญหาการทำยางแผ่น พบว่ามีปัญหาด้านเกี่ยวกับอุปกรณ์ ร้อยละ 4.35 น้ำไม่เพียงพอ ร้อยละ 4.35 ส่วนที่ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์การทำยางแผ่น ร้อยละ 91.30

ปัญหาการตลาด เกษตรกรระบุว่ามีปัญหาเกี่ยวกับการที่พ่อค้าซื้อราคาต่ำ ร้อยละ 21.74 การขนส่งไม่สะดวก ร้อยละ 13.04 และเกษตรกรไม่มีปัญหาทางการตลาด ร้อยละ 65.22

ปัญหาการดำเนินงาน พบว่าปัญหาของสมาชิกไม่มีความสามัคคี ร้อยละ 8.69 และความไม่พร้อมของคณะกรรมการ ร้อยละ 4.35 มีข้อบังคับมาก ร้อยละ 4.35 ส่วนไม่มีปัญหาเรื่องการดำเนินงาน ร้อยละ 82.61

ปัญหาการรวมกลุ่มขายยาง เกษตรกรระบุว่าไม่สามารถเก็บยางไว้ได้หลายวันได้ ร้อยละ 47.82 ไม่สะดวกต่อการนำมาขาย ร้อยละ 26.08 คณะกรรมการขาดความยุติธรรม ร้อยละ 17.39 มีหนี้สินกับพ่อค้า ร้อยละ 13.04 ได้รับเงินช้า ร้อยละ 8.69 และราคาในท้องถิ่นใกล้เคียงกับราคากลุ่ม ร้อยละ 8.69

ปัญหาที่สมาชิกเห็นสมควรที่จะมีการแก้ไข ปัญหาที่มีผู้เสนอว่าควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ร้อยละ 26.08 และการคัดชั้นยางไม่ถูกต้องมีการปลอมปนยาง ร้อยละ 26.08 ปัญหาเกษตรกรไม่มีส่วนร่วม ร้อยละ 21.74 ปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกการผลิตไม่เพียงพอ ร้อยละ 17.40 และ น้อยที่สุด คือ ปัญหาควรให้มีการรวมกลุ่ม ร้อยละ 8.70

ตารางที่ 7 ปัญหาการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)	ร้อยละ
<u>ปัญหาการทำยางแผ่น</u>		
อุปกรณ์	1	4.35
น้ำไม่พอ	1	4.35
ไม่มีปัญหา	21	91.30
<u>ปัญหาการตลาด</u>		
พ่อค้าซื้อราคาต่ำ	5	21.74
การขนส่งไม่สะดวก	3	13.04
ไม่มีปัญหา	15	65.22

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)	ร้อยละ
<u>ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่ม</u>		
คณะกรรมการไม่พร้อม	1	4.35
สมาชิกไม่สามัคคี	2	8.69
มีข้อบังคับมาก	1	4.35
ไม่มีปัญหา	19	82.61
<u>ปัญหาการรวมกลุ่มชายฮ่าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)</u>		
ไม่สะดวก	6	26.08
ไม่สามารถเก็บฮ่างไว้หลายวันได้	11	47.82
การรับเงินฮ่าง	2	8.69
ราคาในท้องถิ่นใกล้เคียงกับกลุ่ม	2	8.69
มีหนี้สินกับพ่อค้า	3	13.04
คณะกรรมการขาดความยุติธรรม	4	17.39

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวนสมาชิก (N=23)	ร้อยละ
<u>ปัญหาของตลาดกลางยางพาราที่สมาชิกเห็นด้วยสมควรที่จะแก้ไข</u>		
ควรให้มีการรวมกลุ่ม	2	8.70
เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ	6	26.08
ให้เกษตรกรมีส่วนร่วม	5	21.74
การคัดเลือกไม่ถูกต้องและปลอมปน	6	26.08
สิ่งอำนวยความสะดวกไม่พอ	4	17.40

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา) ในท้องที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษา 4 หัวข้อ ได้แก่ สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม การรับรู้และแหล่งรับรู้ของเกษตรกร ทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา และปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงาน

สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีอายุเฉลี่ย 44 ปี ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 5 คน การใช้แรงงานเฉลี่ย 2 คน สถานภาพของสมาชิกเป็นเจ้าของสวนยางกรีดเองมากที่สุด กรรมสิทธิ์ของตนเองเฉลี่ย 17 ไร่ สำหรับยางที่ไม่ได้กรีด ส่วนสวนยางที่กรีดแล้วเฉลี่ย 21 ไร่ อาชีพอื่นๆ (นอกจากการทำสวนยาง) เกษตรกรมีอาชีพค้าขาย ระยะเวลาการเป็นสมาชิกเฉลี่ย 3 ปี

การรับรู้และแหล่งรับรู้ของเกษตรกร

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรชาวสวนยางมีระดับรับรู้ในหลักเกณฑ์ของการทำยาง อยู่ในระดับ "มาก" ($\bar{x} = 3.04$) ซึ่งรายละเอียดพบว่า เกษตรกรมีระดับการรับรู้ "มากที่สุด" ในหลักเกณฑ์ด้าน ความสะอาด ของน้ำหนักรีดของแผ่นยาง ($\bar{x} = 3.56$ และ 3.69) ส่วนในด้านของความหนา ความกว้าง และความยาวของแผ่นยาง ความสม่ำเสมอของสี และความยืดหยุ่น

ตลอดจนลักษณะดอกบนแผ่นยาง พบว่า เกษตรกรมีการรับรู้ในระดับ "มาก"

ทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา

ทางด้านระดับทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา พบว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.28 ซึ่งอยู่ในระดับ "เห็นด้วยอย่างยิ่ง" ต่อตลาดกลางยางพารา ($\bar{x} = 3.28$) ซึ่งรายละเอียดพบว่า เกษตรกรมีทัศนคติต่อตลาดกลางยางพาราอยู่ในระดับ "เห็นด้วยอย่างยิ่ง" ในการคิดขึ้นยาง การประมูล การเข้าคิวรับบัตร การรอการประมูลยาง การจ่ายเงินของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x} = 3.52, 3.52, 3.43, 3.34, 3.26$) ส่วนด้านของ การชั่งน้ำหนัก การบริการด้านอื่นๆ และราคา เกษตรกรมีทัศนคติ "เห็นด้วย" ต่อตลาดกลางยางพารา

ปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา

ปัญหาการทำยางแผ่นเกี่ยวกับอุปกรณ์มากที่สุด ปัญหาการตลาด พ่อค้าซื้อราคาต่ำเกินไป ปัญหาการดำเนินงานคือสมาชิกไม่มีความสามัคคี ปัญหาการรวมกลุ่มมีปัญหามากที่สุดคือ เกษตรกรไม่สามารถเก็บยางไว้ได้หลายวัน และปัญหาที่เห็นว่าควรแก้ไขมากที่สุดคือ ปัญหาเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจถึงทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพาราได้พบปัญหาต่างๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคหลายประการด้วยกัน

1. ควรมีการจัดการฝึกอบรม และแนะนำเกษตรกรในเรื่องมาตรฐานของยางแผ่น โดยเฉพาะความหนา ความกว้าง ความสม่ำเสมอของสี ความยืดหยุ่น และดอกบนแผ่นยาง โดยเจ้าหน้าที่ของตลาดกลางยางพารา และสถาบันวิจัยยางต่างๆหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะ

ให้เกษตรกรที่นำขางมาขายยังตลาดกลางขางพาราผลิตได้มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐาน

2. รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนขาง ในเรื่องของเงินทุนในการประกอบกิจการ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มการจำหน่ายขางเพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง

3. เกษตรกรควรมีความกระตือรือร้นในการผลิตขางพาราเพื่อให้ขางของตนเองมีคุณภาพตามความต้องการของตลาด ซึ่งจะทำได้ราคาสูงขึ้น

4. รัฐบาลควรมีการปรับปรุงกรรมวิธีการเก็บรักษาคุณภาพขาง โดยมีการค้นคว้าหาวิธีการเก็บที่ได้ผล ใช้เวลาในการเก็บรักษานานรวมทั้งคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลงหรือไม่ทำให้เสื่อมคุณภาพ แล้วควรนำมาส่งเสริมกับเกษตรกรเพื่อนำไปปฏิบัติต่อไป

5. การจัดตั้งกลุ่มทางการเกษตรควรเกิดจากความต้องการของเกษตรกรจึงจะทำให้การเข้าร่วม และการปฏิบัติงานต่างๆ เป็นไปได้ด้วยดี และเกษตรกรอาจมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารกสิกรไทย. 2525. การตลาดยางพารา. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์การพิมพ์.
- พิชัย สราญรัมย์. 2527. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับยางพารา. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ตำรา
วิทยาลัยรำไพพรรณี.
- ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2531. รายงานภาวะเศรษฐกิจ 2530. เอกสารวิชา
การธนาคารกสิกรไทย.
- วิจิต สุวรรณปรีชา. 2529. หลักวิชาและเทคนิคการทำสวนยาง. กรุงเทพมหานคร.
- วิทยา เจียรพันธ์. 2529. "สถานการณ์ยางพาราในอนาคต" วารสารช.ก.ส. (ตุลาคม
2529-มีนาคม 2530 : 79-91).
- สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2530. สถิติยางประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา. 2532. สรุปภาวะการผลิตการตลาดพืชเศรษฐกิจปี 2531/32.
สงขลา. (โรเนียว)
- หน่วยการเกษตร ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2530. ภาวะสินค้าเกษตรที่สำคัญใน
รอบปี 2529. กรุงเทพมหานคร.
- CRUZEL, W.W. 1942. Education Psychology. New York : The Royal Press
CO.,LTD.

ภาคผนวก

ภาควิชาเทคนิคเกษตร
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

ทัศนคติของเจ้าของสวนยางที่มีต่อตลาดกลางยางพารา (สงขลา)

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สัมภาษณ์ ณ

ชื่อผู้สัมภาษณ์

วันที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกรในเรื่อง เพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ขนาดพื้นที่ถือครอง อาชีพและรายได้

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ ปี
3. การศึกษา () ไม่เข้าโรงเรียน () จบการศึกษา
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน คน ใช้แรงงานเกษตรคน
5. สถานภาพของสมาชิก
 - () เป็นเจ้าของสวนยาง กรี๊ดเอง
 - () เป็นเจ้าของสวนยาง ให้ผู้อื่นกรี๊ด
 - () เป็นเจ้าของสวนยาง กรี๊ดของตนเองและรับจ้างผู้อื่นกรี๊ด
 - () เป็นบุตร หลาน ของเจ้าของสวนยาง
 - () อื่นๆ (ระบุ)
6. ปัจจุบันนี้มีกรรมสิทธิ์ของตนเอง
 - ยางที่กรี๊ดแล้วไร่
 - ยางไม่กรี๊ดไร่
 - รวมไร่
7. นอกจากมีอาชีพการทำสวนยางแล้ว ยังมีอาชีพอื่นๆ หรือไม่
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () ไม่มี () มี
 - () ทำสวนผลไม้ () ทำนา
 - () เลี้ยงสัตว์เพื่อขาย () อื่นๆ (ระบุ)

8. นอกจากท่านเป็นสมาชิกของกลุ่มนี้แล้ว ท่านเป็นสมาชิกกลุ่มอื่นอีกหรือไม่

- () ไม่เป็น
- () เป็น
- () ลูกค้า ชกส. ตำแหน่ง.....
- () ออมทรัพย์เพื่อการผลิต
- () กลุ่มสหกรณ์การเกษตร
- () อื่นๆ (ระบุ)

9. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่มนี้ ปี

10. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งใดในกลุ่ม

- () ประธาน () รองประธาน
- () เภรัญญิก () เลขานุการ
- () กรรมการตลาดส่งเสริม () คัดและซั้ง
- () สมาชิก () อื่นๆ (ระบุ)

ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้และแหล่งรับรู้ของเกษตรกร เกี่ยวกับตลาดยางพารา และคุณภาพยางแผ่น

1. ท่านรับรู้หลักเกณฑ์ในการทำยางแผ่นขั้นต่อไปนี้อย่างไร

หลักเกณฑ์การทำยางแผ่นยางขั้นต่อไป	ระดับการรับรู้			
	(4)	(3)	(2)	(1)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย
1.1 ความสะอาดของยางแผ่น				
1.2 ความหนาของแผ่นยางเฉลี่ย				
1.8-3.2 มม.				
1.3 ความกว้างเฉลี่ย				
38-46 ซม.				
1.4 ความยาวเฉลี่ย				
80-90 ซม.				
1.5 น้ำหนักยางแผ่นโดยเฉลี่ย				
800-1,200 กรัม				
1.6 ความสม่ำเสมอของสี				
1.7 ความยืดหยุ่นและลักษณะของ				
ดอกบนยางแผ่น				

2. ท่านรู้เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการตลาดยางพาราจากหน่วยงานใด
- () เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล
 - () เจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยยาง (ศูนย์วิจัยยางต่างๆ)
 - () เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานอื่น เช่น ร.พ.ช. , พัฒนาชุมชน
 - () รู้จากเพื่อนบ้าน
 - () อื่นๆ โปรดระบุ
3. ท่านทราบหรือไม่ กระดาษที่ใช้กำหนดยางแผ่นดิบ คุณภาพ 1 พิเศษ คือ สีอะไร
- () ไม่ทราบ
 - () ทราบ คือ
 - () สีแดง 1
 - () สีแดง 2
 - () สีเหลือง
 - () สีน้ำเงิน
 - () สีเขียว
4. ท่านทราบหรือไม่ กระดาษสีของยางแผ่นดิบคุณภาพ 2
- () ไม่ทราบ
 - () ทราบ คือ
 - () สีแดง
 - () สีเหลือง
 - () สีน้ำเงิน
 - () สีเขียว
5. กระดาษสีของยางแผ่นดิบคุณภาพ 3 ท่านทราบหรือไม่
- () ไม่ทราบ
 - () ทราบ คือ
 - () สีแดง
 - () สีเหลือง
 - () สีน้ำเงิน
 - () สีเขียว

6. กระดาษสีของยางแผ่นดิบคุณภาพ 4 ท่านทราบหรือไม่

() ไม่ทราบ

() ทราบ คือ () สีแดง

() สีเหลือง

() สีน้ำเงิน

() สีเขียว

ตอนที่ 3 ทิศนคติของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลางยางพารา

1. รายได้จากการขายยางก่อนนำมาขายยังตลาดกลางยางพาราหรือไม่

() ดี

() ไม่ได้ เพราะ

2. จากการขายยางที่ตลาดกลางยางพาราทำให้ราคายางแผ่นของท่านดีขึ้น

() ดี

() ไม่ได้ เพราะ

3. การบริการของตลาดกลางยางพารา ดังต่อไปนี้

ลักษณะการบริการของตลาด	ระดับความคิดเห็น			
	(1) ไม่เห็นด้วย	(2) เฉยๆ	(3) เห็นด้วย	(4) เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.1 เห็นด้วยหรือไม่กับการเข้าคิวรับบัตร	—	—	—	—
3.2 การคิดชั้นยางมีความคิดเห็นอย่างไร	—	—	—	—
3.3 เห็นด้วยหรือไม่กับการรอกการประมูลยาง	—	—	—	—
3.4 เห็นด้วยหรือไม่กับการประมูลยางของ ตลาดกลางยางพารา	—	—	—	—
3.5 เห็นด้วยหรือไม่กับราคาที่ได้รับการ ประมูลยาง	—	—	—	—
3.6 มีความคิดเห็นอย่างไรกับการชั่งน้ำหนัก หลังการประมูล	—	—	—	—
3.7 มีความคิดเห็นอย่างไรกับการ จ่ายเงินของเจ้าหน้าที่	—	—	—	—
3.8 มีความคิดเห็นอย่างไรกับการ บริการของเจ้าหน้าที่โดยทั่วๆ ไป	—	—	—	—

เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4) = 3.25-4.00

เห็นด้วย (3) = 2.50-3.24

เฉยๆ (2) = 1.75-2.49

ไม่เห็นด้วย (1) = 1.00-1.74

ตอนที่ 4 ศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา และข้อ

เสนอแนะ

1. ปัญหาการทำยางแผ่น

- () อุปกรณ์ (ระบุเหตุผล)
- () น้ำ (ระบุเหตุผล)
- () อื่นๆ (ระบุเหตุผล)

2. ปัญหาเกี่ยวกับตลาด

- () อุปกรณ์การขาย (ระบุเหตุผล)
- () พ่อค้า (ระบุเหตุผล)
- () การคมนาคม (ระบุเหตุผล)
- () การขนส่ง (ระบุเหตุผล)
- () อื่นๆ (ระบุเหตุผล)

3. ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่ม

- () คณะกรรมการ (ระบุเหตุผล)
- () สมาชิก (ระบุเหตุผล)
- () ระเบียบข้อบังคับ (ระบุเหตุผล)
- () อื่นๆ (ระบุเหตุผล)

4. ปัญหาเกี่ยวกับการรวมกลุ่มขายยาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ไม่สะดวกในการขนส่งยางแผ่นมาขายที่จุดขายยาง
- () ไม่สามารถเก็บยางไว้ได้หลายวัน เพราะต้องมีเงินใช้จ่ายในครอบครัว
- () การขายยางแบบรวมกลุ่มทำให้ได้รับเงินช้า
- () ราคาที่ได้ในท้องตลาดใกล้เคียงกับราคาที่กลุ่มขายได้
- () เนื่องจากมีหนี้สินกับพ่อค้ารับซื้อ
- () คณะกรรมการของกลุ่มขาดความยุติธรรม
- () อื่นๆ (ระบุเหตุผล)

5. ปัญหาของตลาดกลางยางพาราที่เห็นว่าควรได้รับการแก้ไข

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

