



**ทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับ
หมู่บ้านในตำบลพระตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

**Attitudes of Rubber Farmers towards Behaviors on Fresh Latex Purchasing of Village
Middlemen in Patong Sub-District, Hatyai District, Songkhla Province**

ชลินญา ประพรหม

Chalinya Praprom

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Agribusiness Management

Prince of Songkla University

2552

ชื่อสารนิพนธ์ ทศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสด
ของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพระตง อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา

ผู้เขียน นางสาวชลินญา ประพรหม

สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษา

คณะกรรมการการสอบ

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปริญญา เฉิดโฉม)

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปริญญา เฉิดโฉม)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีดีถ พรมมี)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุชัยญา ทองรักษ์)

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบุญ เจริญจิระตระกูล)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร

ชื่อสารนิพนธ์	ทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพระตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน	นางสาวชลินญา ประพรหม
สาขาวิชา	การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยางพารา (2) รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยางพารา (3) ปัจจัยที่มีผลต่อระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน และ (4) ปัญหาการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยางพารา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ และปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากเกษตรกรชาวสวนยางที่เคยจำหน่ายน้ำยางสดให้พ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพระตง อำเภอหาดใหญ่ จำนวน 120 ราย โดยใช้เป็นแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติอย่างง่ายและสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส อายุเฉลี่ย 42 ปี จบการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน เป็นวัยแรงงานเฉลี่ย 2 คน ประกอบอาชีพการทำสวนยางพาราเป็นอาชีพหลักร้อยละ 79 มีรายได้รวมและรายได้จากการทำสวนยางเฉลี่ย 22,520 และ 16,495 บาทต่อเดือน เกษตรกรร้อยละ 68 มีหนี้สิน จำนวนหนี้สินเฉลี่ย 248,843 บาท เกษตรกรส่วนใหญ่กู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อการลงทุนในสวนยาง

เกษตรกรมีเนื้อที่สวนยางพาราเฉลี่ย 31 ไร่ อายุต้นยางพาราเฉลี่ย 14 ปี ร้อยละ 58 จ้างกรีดทั้งหมด โดยมีอัตราส่วนการแบ่งผลประโยชน์ระหว่างเจ้าของสวนต่อคนกรีด 60:40 ได้น้ำยางเฉลี่ย 64 กิโลกรัมต่อวัน โดยผลผลิตร้อยละ 98 จำหน่ายให้พ่อค้าคนกลาง เนื่องจากได้รับเงินสดทันที เปอร์เซ็นต์น้ำยางและราคาที่เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับ 25 – 29% และ 41 – 50 บาท/ก.ก.

เกษตรกรชาวสวนยางมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้านในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเกษตรกรมีระดับทัศนคติดีมากในประเด็น พ่อค้าคนกลางแจ้งการปิดรับซื้อน้ำยางล่วงหน้าทุกครั้งและการจำหน่ายน้ำยางกับพ่อค้าคนกลางทำให้เกษตรกรมีเงินสดหมุนเวียนตลอดเวลา แต่มีระดับทัศนคติไม่สู้ดีในประเด็นพ่อค้าคนกลางเปิดโอกาสให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองราคาได้

ปัญหาการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรที่สำคัญ ได้แก่ การคิดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง เนื่องจากขั้นตอนการวัดความเข้มข้นและการชั่งน้ำหนักจะกระทำโดยผู้รับซื้อเพียงฝ่ายเดียวส่งผลให้ไม่ได้รับความยุติธรรม

Minor Thesis Title	Attitudes of Rubber Farmers towards Behaviors on Fresh Latex Purchasing of Village Middlemen in Patong Sub-District, Hatyai District, Songkhla Province
Author	Miss Chalinya Praprom
Major Program	Agribusiness Management
Academic Year	2008

Abstract

The research is aimed to study (1) the social and economic features and pattern of fresh latex distribution of rubber farmers (2) patterns of production and distribution of fresh latex of rubber farmers (3) factors affecting farmers' attitude level towards behaviors on fresh latex purchasing of village middlemen (4) problems on farmers' fresh latex distribution. The secondary and primary data are applied in the study. The primary data were collected via the structured questionnaire to achieve 120 rubber farmers in Patong Sub-District, Hatyai District. The rubber farmers are defined as the ones who have sold fresh latex to village middlemen. The data are analyzed by the descriptive statistics and Chi-Square test. The results are summarized as details.

Most of the farmers are female, married, and 42 years old in average. Their educational level is high vocational certificate/diploma. The average household members are 4 people. The average household workforce is 2 people. The farmers, 79%, do rubber plantations as their main career. The average total income is 22,520 baht a month. The average income from rubber plantations is 16,495 baht a month. The farmers, 68%, are in debt condition. The average debt amount is 248,843 baht. The farmers, loan, is financed by Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives for the investment in rubber plantations.

The farmers own rubber plantations for 31 rais in average. The average age of rubber trees is 14 years old. The farmers, 58%, employ workforce for rubber tapping. The ratio of benefit sharing is 60:40. The tapped quantity is 64 kilograms a day in average. The outputs are sold to the middlemen due to cash payment and convenience to access. Most of the farmers achieve 25-29% dry rubber content (DRC). The selling price is 41-50 per kilogram.

The farmers' attitudes towards behaviors on fresh latex purchasing of village middlemen in the overall image is rated in the good level. The farmers' attitudes are in the very good level for the fact that the middlemen always notify the closing of fresh latex purchasing in advance. The latex distribution to the middlemen helps the farmers have revolving funds. However, the farmers' attitudes are bad for the fact that the middlemen give chance to the farmers for price negotiation.

Problems and threats raised by the farmers are listed as the percentage calculation of dry rubber content (DRC). The weighing and measuring procedures are only implemented by the buyers, which may lead to injustice.

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานสารนิพนธ์เรื่อง ทศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เป็นเพราะการเสียสละเวลาอันมีค่าโดยกรุณาใส่ใจดูแลและให้คำแนะนำปรึกษาในกระบวนการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปริชญญา เฉิดโฉม อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ โดยเริ่มตั้งแต่การเขียนโครงร่างสารนิพนธ์ การวิเคราะห์ข้อมูล จนกระทั่งขั้นสุดท้าย คือ การเขียนสารนิพนธ์อย่างถูกต้อง ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย ทั้งใคร่ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชัญญา ทองรักษณ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีดถ พรหมมี กรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาชี้แนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เขียน ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากคณาจารย์ทั้ง 3 ท่านแล้ว การวิจัยครั้งนี้จะประสบผลสำเร็จลุล่วงไม่ได้ หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์ และเสียสละเวลาในการให้ข้อมูล รวมทั้งข้อคิดเห็นต่างๆ จากเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้รับซื้อน้ำยาง ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ด้วยดีมาโดยตลอด

สำหรับบุคคลที่สำคัญยิ่งและจะขาดเสียมิได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญเสมอมาโดยตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาจนกระทั่งงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ได้ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยจึงมอบคุณค่าของสารนิพนธ์ฉบับนี้แก่ผู้ที่มีพระคุณทุกๆ ท่านที่ได้กล่าวมาแล้ว

ชลินญา ประพรหม

พฤษภาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	
2.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดน้ำยางสด	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	12
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 วิธีวิจัย	
3.1 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.2 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	
4.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยาง	29
4.2 รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร	35
4.3 ทัศนคติของเกษตรกรต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลาง ระดับหมู่บ้าน	40
4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดกับระดับทัศนคติของเกษตรกร ชาวสวนยางต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลาง	42
4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	45
5.2 ข้อเสนอแนะ	47
5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	48
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก แบบสอบถาม	52
ประวัติผู้เขียน	58

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปี 2545-2551	11
ตารางที่ 4.1	ลักษณะทางสังคมของเกษตรกร	30
ตารางที่ 4.2	ลักษณะทางเศรษฐกิจของเกษตรกร	33
ตารางที่ 4.3	รูปแบบการจัดการด้านการผลิตของเกษตรกร	36
ตารางที่ 4.4	รูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร	38
ตารางที่ 4.5	ทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางพาราต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน	41
ตารางที่ 4.6	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางพาราต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในภาพรวม	43
ตารางที่ 4.7	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางกับทัศนคติเฉลี่ยของชาวสวนยางพาราต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน	43
ตารางที่ 4.8	ปัญหาการจำหน่ายน้ำยางสด	44

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	การหาปริมาณเนื้อเยื่อแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค	6
ภาพที่ 2.2	การหาปริมาณเนื้อเยื่อแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค	7
ภาพที่ 2.3	การหาปริมาณเนื้อเยื่อแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค	7
ภาพที่ 2.4	การหาปริมาณเนื้อเยื่อแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค	8
ภาพที่ 2.5	ชั่งน้ำยาง 50 กรัม โดยเครื่องชั่งชนิดละเอียด	8
ภาพที่ 2.6	เทน้ำยางที่ชั่งแล้วไปใส่ถ้วยอะลูมิเนียม และจับตัวด้วยกรดอะซิติก 2% การหาปริมาณเนื้อเยื่อแห้งโดยการชั่งน้ำหนัก	9
ภาพที่ 2.7	เมื่อยางจับตัวดีแล้วนำไปรีดให้มีความหนาไม่เกิน 2 มิลลิเมตร ล้างให้สะอาดด้วยน้ำ 2-3 ครั้งการหาปริมาณเนื้อเยื่อแห้งโดยการชั่งน้ำหนัก	9
ภาพที่ 2.8	ปล่อยให้เย็นในโอแก้วระบบสุญญากาศที่มีการดูดความชื้นประมาณ 15 นาที	10
ภาพที่ 2.9	นำตัวอย่างยางที่แห้งแล้วไปชั่งด้วยเครื่องชั่งชนิดละเอียด ได้เท่าไร คูณด้วย 2 ผลลัพธ์ที่ได้คือเปอร์เซ็นต์เนื้อเยื่อแห้ง	10
ภาพที่ 3.1	กรอบแนวคิดการศึกษาศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้าน	28

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลกตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา โดยในปี 2551 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณ 16.7 ล้านไร่ ผลผลิตยางพาราที่ได้จะนำไปแปรรูปในลักษณะของสินค้าชั้นกลางเพื่อการส่งออก อาทิเช่น ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน ยางเครป ยางแผ่นผึ่งแห้งและน้ำยางสด ซึ่งสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศ 375,552 ล้านบาทต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2551ก) ยางพาราจึงเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรที่ประกอบอาชีพการทำสวนยางและเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศเหมาะสมในการเพาะปลูกยางพาราเป็นอย่างมาก โดยในปี 2551 มีเนื้อที่ปลูกยางพารา ซึ่งเป็นเนื้อที่ขึ้นต้น 1,983,386 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 1,746,848 ไร่ และที่ยังไม่ให้ผลผลิต 236,538 ไร่ (กรมพัฒนาที่ดิน, 2551ก) นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมยางจำนวน 75 โรงงาน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2551) เช่น โรงงานน้ำยางข้น โรงงานถุงมือยาง ทำให้น้ำยางสดเป็นที่ต้องการ ส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนยางในพื้นที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายผลผลิตจากยางแผ่นดิบมาเป็นน้ำยางสดมากขึ้น ซึ่งน้ำยางสดเป็นวัตถุดิบขั้นต้นที่สำคัญในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น ถุงมือยาง ยางอนามัย เป็นต้น และมีปริมาณความต้องการเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การส่งออกน้ำยางข้นของไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 ในปี 2551 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2551ข)

สำหรับตำบลพะตง ในปี 2551 มีเนื้อที่ปลูกยางพารา 33,693 ไร่ เป็นพื้นที่เปิดกรีด 31,075 ไร่ และให้ผลผลิตรวม 11,839.58 ตัน เฉลี่ย 381 กิโลกรัมต่อไร่ (กรมพัฒนาที่ดิน, 2551ข) เกษตรกรชาวสวนยางจำหน่ายผลผลิตน้ำยางสดให้กับพ่อค้าท้องถิ่นโดยตรง บ้างก็มีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์เพื่อแปรรูปหรือเพื่อส่งขายให้กับโรงงาน แต่เกษตรกรชาวสวนยางรายย่อยส่วนใหญ่ยังนิยมจำหน่ายน้ำยางสดให้แก่พ่อค้าคนกลางเพราะมีความสะดวก แม้จะมีส่วนเหลือมทางการตลาดจากพ่อค้าคนกลางถึงโรงงานกิโลกรัมละ 0.55 บาท โดยในปัจจุบันธุรกิจการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้านมีการแข่งขันสูงมากขึ้น เนื่องจากความต้องการน้ำยางสดเพิ่มขึ้น และราคาน้ำยางสดปรับตัวสูงขึ้นทั้งราคาภายในและราคาส่งออก ซึ่งวิธีการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่นิยมใช้เมโทรแลควัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง แม้วิธีการดังกล่าวจะเป็นวิธีที่รวดเร็วและเกษตรกรได้รับเงินทันที แต่เกษตรกรต้องประสบปัญหาความไม่ยุติธรรมในการวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (นงลักษณ์ สืบชนะ, 2549)

ดังนั้นจากสถานการณ์และปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการจำหน่ายผลผลิตยางของเกษตรกรชาวสวนยาง เกษตรกรมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านอย่างไรและมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อระดับทัศนคติดังกล่าว ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร ผลจากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดเพื่อใช้ในการปรับกลยุทธ์การรับซื้อน้ำยางสดจากเกษตรกรในภาวะที่มีการแข่งขันสูงต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 2) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยางในพื้นที่ศึกษา
- 3) เพื่อศึกษาทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในพื้นที่ศึกษา
- 4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในพื้นที่ศึกษา
- 5) เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยางในพื้นที่ศึกษา

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา ประชากรและระยะเวลาการเก็บข้อมูลไว้ดังนี้

- 1) พื้นที่ศึกษาครอบคลุมทุกหมู่บ้านในตำบลพะตง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา รวม 8 หมู่บ้าน
- 2) ประชากร ได้แก่ เกษตรกรชาวสวนยาง ที่ปัจจุบันจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบน้ำยางสดให้พ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้านหรือเคยจำหน่ายผลผลิตน้ำยางสดให้พ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้าน
- 3) ประเด็นในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรกับระดับทัศนคติ

ของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านใน
ภาพรวม

4) ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – มีนาคม 2552

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

องค์ความรู้ที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อขายนํ้ายางสด สามารถใช้
ผลงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งในการปรับพฤติกรรมกรับซื้อน้ำยางสดและใช้ในการวางแผนและ
ปรับกลยุทธ์เกี่ยวกับการรับซื้อน้ำยางสดจากเกษตรกรชาวสวนยางในภาวะที่มีการแข่งขันสูง
รวมถึงหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการส่งเสริมให้เกษตรกร
ชาวสวนยางเกิดการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองกับผู้รับซื้อ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อ
เกษตรกรชาวสวนยางเป็นอย่างมาก

1.5 นิยามศัพท์

พ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้านในการศึกษานี้ หมายถึง พ่อค้าที่ตั้งจุดรับซื้ออยู่ใน
หมู่บ้านหรือรับซื้อน้ำยางสดจากเกษตรกรชาวสวนยางและรวบรวมส่งขายให้พ่อค้ารับซื้อน้ำยาง
สดในระดับต่อไปหรือส่งให้กับโรงงานโดยตรง

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร

การศึกษาเรื่องทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านต่างๆ ตามลำดับดังนี้

- 2.1) สถานการณ์การผลิตและการตลาดน้ำยางสด
- 2.2) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ
- 2.3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดน้ำยางสด

ในหัวข้อนี้เป็นการกล่าวถึง สถานการณ์การผลิตและการตลาดน้ำยางสด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1.1 สถานการณ์การผลิต

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกยางรายใหญ่ของโลก ในปี 2551 ไทยมีเนื้อที่ปลูกยางพาราถึง 14,338,046 ไร่ โดยภาคใต้ของไทยมีเนื้อที่ปลูกยางมากที่สุดถึง 10,955,548 ไร่ ซึ่งมีพื้นที่เพิ่มขึ้นทุกปี พื้นที่ปลูกยางรวมของไทย มีอัตราเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.84 ต่อปี เป็นผลมาจากการขยายพื้นที่ปลูกยางอย่างรวดเร็วในภาคอีสาน และภาคเหนือ ซึ่งมีพื้นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.61 และ 80.22 ต่อปี ตามลำดับ ส่วนภาคใต้ที่มีพื้นที่ปลูกยางมากที่สุด มีอัตราเพิ่มขึ้นน้อยมากเพียงร้อยละ 0.80 ต่อปีเท่านั้น โดยจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูกยางพารา 5 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง และยะลา (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2551ค)

ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติของไทย มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จาก 2,032,714 เมตริกตัน ในปี 2540 เป็น 3,136,993 เมตริกตัน ในปี 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.44 ต่อปี และมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจาก 1,837,148 เมตริกตัน ในปี 2540 เป็น 2,771,673 เมตริกตัน ในปี 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.32 ต่อปี จะเห็นได้ว่า ไทยเน้นผลิตยางเพื่อการส่งออกเป็นหลัก โดยใช้ในประเทศเพียง 182,020 เมตริกตัน ในปี 2540 และ 320,885 เมตริกตัน ในปี 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.25 ต่อปี และมีสต็อกยาง 159,374 เมตริกตันและ 249,895 เมตริกตันในปี 2540 และ 2549 ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2551ง)

2.2.2 สถานการณ์การตลาดน้ำยางสด

ในหัวข้อนี้เป็นการกล่าวถึง ช่องทางการจำหน่ายน้ำยางสด ขั้นตอนการรับซื้อน้ำยางสด ปัญหาการรับซื้อน้ำยางสด สถานการณ์ราคาน้ำยางสด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ช่องทางการจำหน่ายน้ำยางสด

เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ดังนั้นช่องทางการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ผู้รับซื้อในหมู่บ้านหรือตำบล ในขณะที่เกษตรกรรายใหญ่อาจขายให้ร้านรับซื้อในตัวจังหวัด ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา เกษตรกรชาวสวนยางนิยมที่จะนำผลผลิตน้ำยางสดไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับการทำผลผลิตยางแผ่นดิบ เนื่องจากราคาของน้ำยางสดใกล้เคียงกับยางแผ่นดิบทำให้สะดวกที่ไม่ต้องนำมาทำเป็นแผ่นยางน้ำยางสดที่พ่อค้ารับซื้อ จะต้องนำมาคำนวณคิดเป็นปริมาตรของยางแผ่นที่จะได้จากน้ำยางสด การจำหน่ายน้ำยางสดเกษตรกรจะนำไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าโดยตรง ประมาณร้อยละ 70 และอีกร้อยละ 30 จะนำไปจำหน่ายให้กับโรงงานที่รับซื้อน้ำยางสด และกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เพื่อทำยางแผ่นรมควัน (พูนผล ชรรณวิษ, 2547)

2) ขั้นตอนการรับซื้อน้ำยางสด

ในการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้ามีขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน คือ วิธีเตรียมและใช้แอมโมเนียและโซเดียมซัลไฟท์ การหาปริมาณเนื้อยางแห้ง รายละเอียดต่อไปนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2551)

2.1) วิธีเตรียมและใช้แอมโมเนีย

2.1.1 แอมโมเนีย

เป็นของเหลวและก๊าซ ไม่มีสี กลิ่นฉุนจัด เป็นอันตรายต่อผิวหนังและประสาทตาละลายได้ทั้งในน้ำ แอลกอฮอล์ และ อีเธอร์ ในท้องตลาดมีจำหน่าย 2 แบบ เป็นก๊าซและสารละลายมีความเข้มข้นของแอมโมเนียประมาณ 30%

2.1.2 วิธีเตรียมและใช้แอมโมเนีย

ใช้แอมโมเนียชนิดสารละลาย 30% จำนวน 3 กิโลกรัม ผสมน้ำ 50 ลิตร (ลดลงตามส่วนที่จำเป็นต้องใช้) จะได้แอมโมเนียเข้มข้นประมาณ 2% ใช้แอมโมเนียเข้มข้น 2% จำนวน 10 ซี.ซี. ต่อน้ำยางสด 1 ลิตร หรือหยดในถ้วยรองรับน้ำยาง ถ้วยละ 2-3 หยด

2.1.3 โซเดียมซัลไฟท์

เป็นผงหรือผลึกขาว รสเค็มเหมือนเกลือ มีกลิ่นกำมะถัน ละลายในน้ำ และละลายในแอลกอฮอล์ได้เล็กน้อย ในท้องตลาดมีจำหน่ายเป็นผงสีขาวบรรจุในภาชนะที่มีฝาปิด

2.1.4 วิธีเตรียมและใช้โซเดียมซัลไฟท์

เตรียมโซเดียมซัลไฟท์ 2 ช้อนแกง ผสมน้ำครึ่งลิตร แล้วนำโซเดียมซัลไฟท์ที่ผสมน้ำแล้วหยดลงในถ้วยรองรับน้ำยางถ้วยละ 2-3 หยด หรือใส่ในถังรวมน้ำ

ยางโดยใช้โซเดียมซัลไฟท์ผสมน้ำแล้ว 1 ส่วน ต่อน้ำยาง 64 ส่วนโดยน้ำหนัก อย่าใส่โซเดียมซัลไฟท์ในถังที่ทำด้วยโลหะ และอย่าใส่ปริมาณมากเกินไปจะทำให้ยางเหนียวเหนอะหนะ

นอกจากใช้สารเคมีเพื่อรักษาสภาพน้ำยางสดให้อยู่นานแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนสำคัญในการรักษาสภาพน้ำยาง เช่น รักษาความสะอาดในแปลงยาง ภาชนะต่าง ๆ เช่น ถ้วยรองรับน้ำยาง ถังเก็บน้ำยาง มีดกรีดยาง จะต้องสะอาด พยายามอย่าให้สิ่งแปลกปลอม เช่น เปลือกยาง ใบไม้ หรือดิน ทราหยะปนลงในน้ำยางหรือน้ำยางที่จับตัวแล้ว บางส่วนไม่ควรผสมลงไปในน้ำยางที่อยู่ในสภาพดี รวบรวมน้ำยางและเติมสารเคมีถนอมน้ำยางให้เร็วที่สุด

2.2) การหาปริมาณเนื้อยางแห้ง

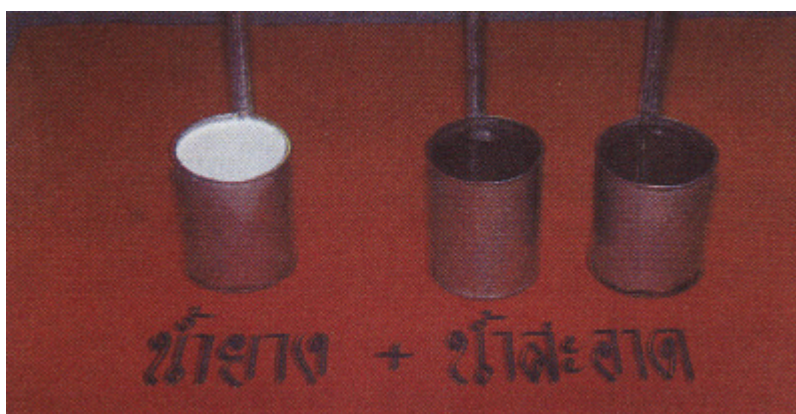
ปริมาณเนื้อยางแห้งในน้ำยางสดผันแปรไปตามฤดูกาล สภาพอากาศ สภาพเดิม ลักษณะพันธุ์ ตัวกระตุ้น และระบบกรีด ตามปรกติน้ำยางจะมีปริมาณเนื้อยางแห้ง ระหว่าง 20-45% โดยเฉลี่ยประมาณ 35%

การหาปริมาณเนื้อยางแห้งมีอยู่หลายวิธี แต่ละวิธีได้มีการประยุกต์ใช้เพื่อความเหมาะสมกับสภาพของงานให้รวดเร็ว ง่ายและประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนความแม่นยำและถูกต้องนั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการวัดของแต่ละแบบที่ประยุกต์ใช้ ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะที่นิยมใช้กันอยู่ในปัจจุบันมี 2 วิธี คือ การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค (ไม่แนะนำให้ใช้ในการซื้อขายเนื่องจากมีความคลาดเคลื่อนสูง) และการหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการชั่ง (ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพ, 2551)

2.2.1) การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค

การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลคมีวิธีการวัดดังนี้

- 1) ใช้น้ำยาง 1 ส่วน ผสมน้ำสะอาด 2 ส่วน ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค

2) เทน้ำยางที่ผสมน้ำแล้วลงในกระบอกตวงจนน้ำยาล้นกระบอกตวงแล้ว เป่าฟองบนผิวเหนือกระบอกตวงออก ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค

3) ค่อยๆ จุ่มเมโทรแลคลงไปหยุดนิ่งแล้วอ่านค่าบนก้านเมโทรแลคกด เมโทรแลคลงไปอีกครั้งหนึ่ง จนลอยตัวขึ้นมาและหยุดนิ่งแล้วอ่านค่าซ้ำอีกครั้ง จึงใช้ค่าที่อ่านได้ ครั้งสุดท้ายคูณด้วย 3 ผลคูณที่อ่านได้เป็นปริมาณเนื้อยางแห้งกรัมต่อลิตร ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค

4) แสดงว่าในน้ำยาง 1 ลิตร จะมีปริมาณเนื้อยางแห้งเป็นกรัมต่อลิตรถ้า น้ำ ยางสดมาขายกิโลกรัม เอาจำนวนน้ำยางคูณปริมาณเนื้อยางแห้ง ก็สามารถรู้ปริมาณเนื้อยางแห้งใน การขายน้ำยางสดครั้งนั้น ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลค

2.2.2) การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการชั่งน้ำหนัก

การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการชั่งน้ำหนักมีขั้นตอน ดังนี้

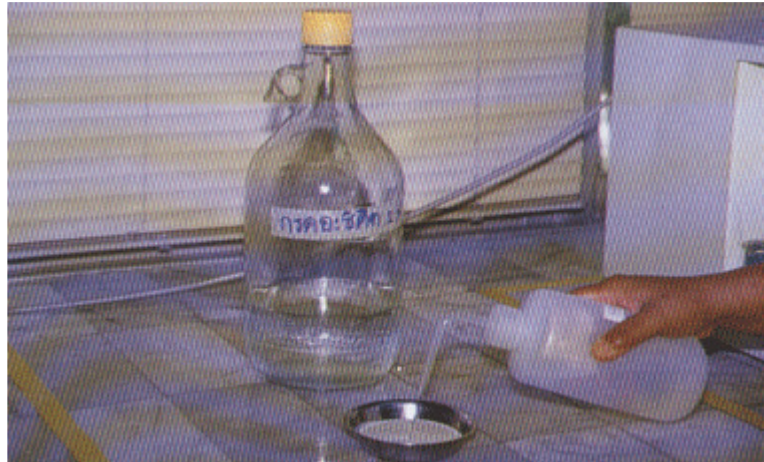
- 1) ชั่งน้ำยาง 50 กรัม โดยเครื่องชั่งชนิดละเอียด ดังภาพที่ 2.5
- 2) เทน้ำยางที่ชั่งแล้วไปใส่ถ้วยอะลูมิเนียม และจับตัวด้วยกรดอะซิติก 2%

ดังภาพที่ 2.6

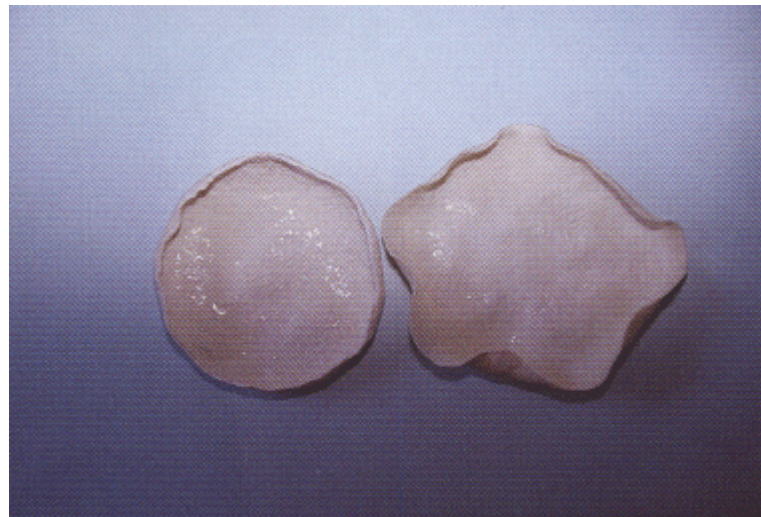
- 3) เมื่อยางจับตัวดีแล้วนำไปรีดให้มีความหนาไม่เกิน 2 มิลลิเมตร ล้างให้สะอาดด้วยน้ำ 2-3 ครั้ง ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.5 ชั่งน้ำยาง 50 กรัม โดยเครื่องชั่งชนิดละเอียด

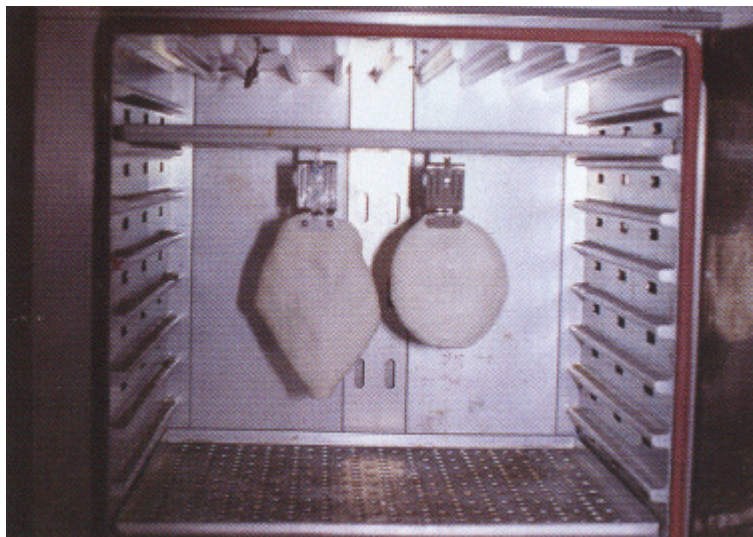


ภาพที่ 2.6 เหน้ย่างที่ซั้งแล้วไปใส่ด้วยอะลูมิเนียม และจับตัวด้วยกรดอะซิติก 2% การหาปริมาณเนื้อย่างแห้งโดยการชั่งน้ำหนัก



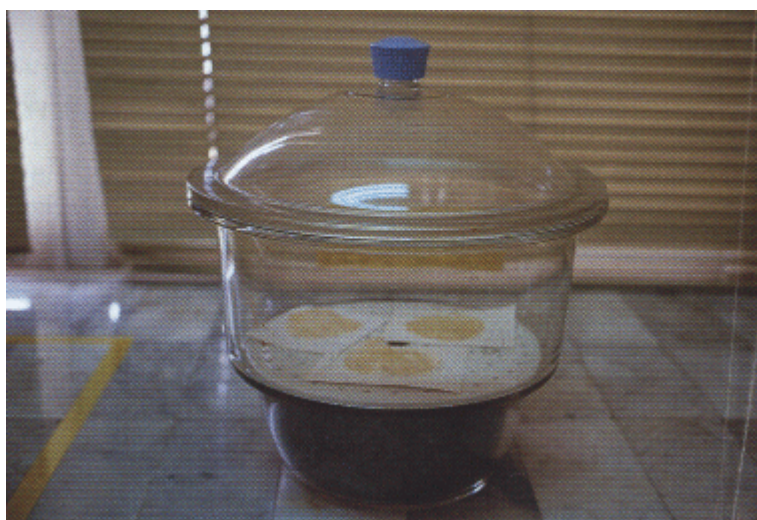
ภาพที่ 2.7 เมื่อย่างจับตัวดีแล้วนำไปรีดให้มีความหนาไม่เกิน 2 มิลลิเมตร ล้างให้สะอาดด้วยน้ำ 2-3 ครั้งการหาปริมาณเนื้อย่างแห้งโดยการชั่งน้ำหนัก

4) ปล่อยให้เย็นใน โอแก้วระบบสุญญากาศที่มีการดูดความชื้นประมาณ 15 นาที ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 ปล่อยให้เย็นในโถแก้วระบบสุญญากาศที่มีการดูดความชื้น ประมาณ 15 นาที

5) นำตัวอย่างแห้งแล้วไปชั่งด้วยเครื่องชั่งชนิดละเอียด ได้เท่าไรคูณ ด้วย 2 ผลลัพธ์ที่ได้คือเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง ดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 นำตัวอย่างที่แห้งแล้วไปชั่งด้วยเครื่องชั่งชนิดละเอียด ได้เท่าไร คูณด้วย 2 ผลลัพธ์ที่ได้คือเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง

3) ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อขายน้ำยางสด

การหาปริมาณเนื้อยางแห้ง (DRC) ปริมาณเนื้อยางแห้งในน้ำยางสดจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล สภาพอากาศ สภาพดิน พันธุ์ยาง ตัวกระตุน และระบบกรีด ตามปกติ น้ำยางสดจะมีปริมาณเนื้อยางแห้งอยู่ระหว่าง 20-45 เปอร์เซ็นต์ แต่โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 35

เปอร์เซ็นต์ การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการชั่งให้ค่าที่แม่นยำ แต่ใช้เวลานานกว่าจะทราบผล
อย่างไรก็ดี เกษตรกรชาวสวนยางที่นำน้ำยางสดมาจำหน่ายมักเกิดความไม่มั่นใจว่าการหาปริมาณ
เนื้อยางแห้งของผู้รับซื้อจะถูกต้องเป็นธรรมหรือไม่ (กรมวิทยาศาสตร์บริการ, 2551)

4) สถานการณ์การราคาน้ำยางสด

ราคาน้ำยางสดเฉลี่ย ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในรอบ 7 ปีที่
ผ่านมา มีทิศทางแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 26.31 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2545 เป็น 75.34 บาท
ต่อกิโลกรัมในปี 2551 แต่อย่างไรก็ตามในปี 2551 ที่ผ่านมาราคาน้ำยางสดมีความผันผวนเป็นอย่างมาก
โดยมีราคาสูงสุดถึง 98.23 บาทต่อกิโลกรัมในเดือนกรกฎาคม และลดลงต่ำสุดเหลือเพียง
32.56 บาทต่อกิโลกรัมในเดือนมีนาคม (ตารางที่ 2.1) แนวโน้มราคาน้ำยางสดในช่วงต้นปี 2552
จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากเข้าฤดูฝนชาวสวนจะกรีดยางได้น้อย ทำให้ปริมาณน้ำยางที่จะมาป้อนโรงงาน
ลดน้อยลง ดังนั้นเมื่อความต้องการสินค้าเพิ่มแต่ปริมาณสินค้าน้อยจึงทำให้มีราคาเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2.1 ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปี
2545-2551

หน่วย : บาท

เดือน	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
ม.ค.	18.32	31.99	39.27	36.40	65.28	64.59	77.05
ก.พ.	22.09	35.61	43.20	43.08	71.21	72.45	82.14
มี.ค.	24.35	40.16	45.66	47.69	76.48	74.23	77.98
เม.ย.	25.67	39.51	46.37	47.96	76.65	73.24	77.50
พ.ค.	25.93	37.63	47.77	48.02	82.36	73.05	86.81
มิ.ย.	29.13	38.87	49.32	52.79	90.50	64.65	97.16
ก.ค.	27.98	35.09	45.00	57.38	77.42	58.22	98.23
ส.ค.	26.45	36.64	42.47	57.31	67.35	62.62	84.47
ก.ย.	26.45	38.24	43.15	59.48	50.10	65.18	84.98
ต.ค.	30.32	42.76	44.00	62.32	57.93	67.43	52.90
พ.ย.	29.12	41.19	42.24	57.43	48.47	72.05	52.24
ธ.ค.	29.93	37.41	35.88	60.33	50.85	68.39	32.56
เฉลี่ย	26.31	37.93	43.69	52.52	67.88	68.01	75.34

ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2552

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.2.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นศัพท์ทางจิตวิทยาการศึกษา เป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์และอื่นๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่มุ่งถึงสถานภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีผู้ให้ความหมายของทัศนคติไว้มากมาย ดังนี้

ทัศนคติ ตามความหมายของพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายไว้ว่าทัศนคติเป็นคำพสม ระหว่างคำว่า ทัศนะ ซึ่งแปลว่าความเห็น กับคำว่า คติ ซึ่งแปลว่าแบบอย่างหรือลักษณะ เมื่อรวมกับเข้าจึงแปลว่า ลักษณะของความเห็นซึ่งหมายถึงความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วยไม่เห็นด้วยต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) ให้ความหมายของ “ทัศนคติ” ว่าเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนพร้อมที่จะมีปฏิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

กาทซ์ และสก็อตแลนด์ อ้างโดย นิทยา กิจกำแหง (2516) ได้กล่าวว่า การที่คนมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะต้องประกอบด้วยการรับรู้ (Cognitive) ความรู้สึกใคร่พอใจ (Affective) และพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งจากสิ่งดังกล่าวจะมีอิทธิพลที่ทำให้บุคคลมีทัศนคติไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง นอกจากนี้ ทัศนคติของแต่ละบุคคลนั้นยังขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงออกมาทางพฤติกรรมที่พึงพอใจหรือชอบรักใคร่อย่างใกล้ชิด สิ่งนั้นเป็นทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) แต่ถ้าแสดงออกไม่พึงพอใจซึ่งขังเป็นทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) เป็นการชี้บอกทิศทางของการแสดงออกของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2518) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า “ทัศนคติ” หมายถึง ความพร้อมในการกระทำของบุคคลต่อสิ่งใด บุคคลใด ความพร้อมดังกล่าวของบุคคลเห็นได้จากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงต่อสิ่งนั้นว่า ชอบหรือไม่ชอบเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

2.2.2 ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะสำคัญของทัศนคติมีองค์ประกอบ คือ การเกิดลักษณะของทัศนคติและอิทธิพลที่ทำให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล ซึ่งจะมาในรูปของประสบการณ์ตรงและประสบการณ์โดยอ้อม แล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ

1) การเกิดทัศนคติ ได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการเกิดทัศนคติว่าขึ้นอยู่กับเหตุ 2 ประการ คือ

1.1) ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อบุคคลหรือสถานการณ์ ทัศนคติจึงเกิดในตัวบุคคลจากการได้พบเห็นได้คุ้นเคยได้กระทำ ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์ตรงและการได้ยินได้ฟังได้เห็นจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งไม่ได้พบได้เห็นด้วยตนเอง

ถือว่าเป็นประสบการณ์โดยอ้อม และเนื่องจากทัศนคติเป็นเรื่องที่เกิดจากการรับทราบ ดังนั้นบุคคลจะไม่อาจมีทัศนคติต่อสิ่งที่เขามิได้มีประสบการณ์ได้เลย

1.2) ค่านิยมและการตัดสินใจ ค่านิยม การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจมีความรู้สึกที่สิ่งนั้นถูกหรือสิ่งนั้นผิด ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมค่านิยม หรือมาตรฐานของกลุ่มที่บุคคลนั้นใช้ชีวิตอยู่

2) ลักษณะของทัศนคติ อ้างจาก ทิตยา สุวรรณชฎ (2520) กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติว่า มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการคือ

2.1) ทัศนคติ เป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมโต้ตอบจะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง

2.2) ทัศนคติ จะมีความคงอยู่ในช่วงระยะเวลาคือ มีความมั่นคงถาวรพอสมควรเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง

2.3) ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่จะนำไปสู่ความสอดคล้องของพฤติกรรม กับความรู้สึกนึกคิดไม่ว่าจะเป็นไปในรูปของการแสดงออกโดยวาจาหรือความรู้สึก ตลอดจนการที่ต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.4) ทัศนคติ มีคุณสมบัติแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผลเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่ง หมายถึง การกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่เป็นจริงด้วย

3) อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

อุทัย หิรัญโต (2519) กล่าวว่าทัศนคติของบุคคลนั้น มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ด้วยการศึกษาอบรม สั่งสอน และสิ่งแวดล้อมความเจริญทางการศึกษาการสื่อสารและคมนาคมมีผลต่อทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้เป็นอันมาก ทั้งนี้เพราะบุคคลมีโอกาสได้พบกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ตลอดเวลา จึงทำให้บุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคิดเห็นได้ เมื่อทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ก็ย่อมจะเปลี่ยนแปลงได้ โดยเปลี่ยนไปจากทิศทางหนึ่งไปอีกทิศทางหนึ่ง เช่น ดี-ไม่ดี ถูก-ไม่ถูก ชอบ-ไม่ชอบ เป็นต้น แต่การเปลี่ยนแปลงจะไม่เกิดขึ้นจากการบังคับไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่บุคคลนั้นกำลังรู้สึกว่าคุณค่าอื่นพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเขา การบังคับที่ว่าแทนที่จะให้มีผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล กลับจะทำให้ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วเพิ่มความเข้มข้นและรุนแรงยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็สร้างการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ทั้งนี้โดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตามจะเห็นว่าทัศนคติของบุคคลจะเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ด้วยตนเองและอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อบุคคลนั้น

2.2.3 องค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude Component)

บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ (2531) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ดังนี้

1) ความรู้ (Cognitive Component) บุคคลใดจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้นจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในสิ่งนั้นก่อน เพื่อใช้เป็นรายละเอียดสำหรับให้เหตุผลในการที่จะสรุปเป็นความเชื่อต่อไป

2) ความรู้สึก (Feeling Component) องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหลังจากรู้และเข้าใจสิ่งนั้นแล้ว กล่าวคือ เมื่อบุคคลใดรู้ และเข้าใจเรื่องใดก็สรุปเป็นความเห็นในรูปการประเมินผลว่า สิ่งนั้นเป็นที่พอใจหรือไม่ สำคัญหรือไม่ ดีหรือเลว ซึ่งเท่ากับเกิดอารมณ์หรือความรู้สึกต่อสิ่งนั้น

3) ความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติ (Action Tendency Component) เป็นองค์ประกอบสุดท้ายที่รวมตัวมาจากความรู้ และความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จนทำให้เกิดความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติ หรือตอบสนองต่อสิ่งนั้นในทิศทางที่สนับสนุนคล้อยตาม หรือขัดแย้ง ตามความรู้สึกที่เป็นพื้นฐานนั้น

2.2.4 การวัดทัศนคติ

เนื่องจากทัศนคติมีความสำคัญ และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของบุคคลอย่างมาก การวัดทัศนคติเป็นการวัดภาวะความโน้มเอียงในการแสดงออกไม่ใช่เป็นการกระทำแต่เป็นความรู้สึก ซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรม บุคคลอาจไม่ให้ข้อเท็จจริงด้วยความจริง เพราะเป็นเรื่องส่วนตัวและการแสดงออกต่อเรื่องใดนั้นไม่ว่าจะเป็นด้วยวาจา หรือการเขียนก็ตามบุคคลจะไตร่ตรองถึงความเหมาะสมของสภาพการณ์ทางสังคมคือ ตามค่านิยม ตามการยอมรับ และไม่ยอมรับและการเห็นชอบหรือไม่ชอบของคนส่วนใหญ่ในสังคม ดังนั้นการวัดทัศนคติ จึงจะต้องคำนึงถึง หลักการข้อควรคำนึงและเครื่องมือในการวัดทัศนคติ ไว้ดังนี้

1) หลักการวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติมีหลักการเบื้องต้นที่จะต้องพิจารณา 3 ประการ คือ

1.1) เนื้อหา การวัดทัศนคติต้องมีสิ่งเร้าไปกระตุ้นให้แสดงปฏิกิริยาทำที่ออกมา สิ่งเร้าโดยทั่วไปได้แก่เนื้อหาที่ต้องการวัด เช่น ต้องการวัดทัศนคติต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับชีวิตครอบครัวของบุคคล เนื้อหาที่เป็นสิ่งเร้าในที่นี้คือ สถานการณ์การตัดสินใจเกี่ยวกับชีวิตครอบครัว ซึ่งได้แก่ การเลือกคู่ครอง อายุแรกสมรส ระยะการมีบุตรคนแรก และคนต่อไป ขนาดของครอบครัวและความสัมพันธ์ในครอบครัว เป็นต้น

1.2) ทิศทาง การวัดทัศนคติโดยทั่วไปกำหนดให้มีทิศทางเป็นเส้นตรงที่ต่อเนื่องกันเป็นลักษณะซ้าย-ขวา หรือเป็นบวกกับลบ กล่าวคือเริ่มจากเห็นด้วยอย่างยิ่งและลด

ความเห็นลงเรื่อย ๆ จนถึงความรู้สึกเฉย ๆ และลดลงต่อไปเป็นไม่เห็นด้วยจนไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ลักษณะของการเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอยู่เป็นเส้นตรงเดียวกันและต่อเนื่องกัน

1.3) ความเข้ม กิริยาท่าทีหรือความรู้สึกที่แสดงออกต่อสิ่งเรานั้น เป็นปริมาณมากน้อยแตกต่างกัน ถ้ามีความเข้มสูงไม่ว่าจะเป็นในทิศทางใดก็ตาม จะมีความรู้สึกหรือ กิริยาท่าทีรุนแรงมากกว่าที่มีความเข้มเป็นกลาง

2) ข้อควรคำนึงในการวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติมีความจำกัดในตัวของมันเองหลายประการ ในการสร้าง เครื่องมือวัด จะต้องคำนึงถึงสิ่งที่สำคัญ ได้แก่

2.1) ทัศนคติเป็นตัวแปรในลักษณะสมมติ ซึ่งในการศึกษาต้องอาศัย เทคนิคและวิธีการที่ยุ่ยากซับซ้อนที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยง่าย ดังนั้น การศึกษาต้องใช้เวลาในการศึกษานาน ๆ และต้องระมัดระวังในการสร้างแบบวัดเป็นพิเศษด้วย

2.2) ทัศนคติจะวัดได้เพียงบางส่วนเท่านั้น ฉะนั้นในการวัดทัศนคติในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของบุคคลที่แสดงออกให้เห็นนั้น จะต้องเลือกให้เป็นตัวแทนของกิริยาที่แสดงออกทั้งหลายทั้งปวง ที่บุคคลแสดงออกให้เห็น นั่นคือ ข้อความวัดทัศนคติต้องครอบคลุมในประเด็นที่ต้องการวัดทั้งหมด

2.3) ทัศนคติเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ และความรู้สึก ฉะนั้นในการวัด ทัศนคติจะต้องไม่ถามข้อเท็จจริง และข้อความที่ถามต้องไม่มีคำถามที่มีคำตอบถูกผิดอย่างเด่นชัด

2.4) ทัศนคติเป็นเรื่องที่มีความหมายไม่แน่นอนและมีขอบเขตกว้างขวางมาก การวัดทัศนคติในแต่ละเรื่องจะต้องให้ความหมายและขอบเขตในเรื่องที่จะวัดให้ชัดเจน มิฉะนั้นจะทำให้วัดทัศนคติผิดโดยไม่ตั้งใจ หรือไม่ก็วัดทัศนคติหลายเรื่องพร้อมกันทั้ง ๆ ที่ต้องการวัดเพียงเรื่องเดียว

2.5) ทัศนคติเป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลงได้ การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติในแต่ละเรื่องจะแตกต่างกัน ฉะนั้นการวัดจะต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงและความคงอยู่ของ ทัศนคตินั้น ๆ ด้วย

3) เครื่องมือวัดทัศนคติ

เครื่องมือวัดทัศนคติโดยทั่วไปเรียกว่า มาตรการวัดทัศนคติ มีอยู่ 4 ชนิด ได้แก่

3.1) มาตรการวัดแบบของเธอร์สโตน หมายถึง เธอร์สโตนพัฒนาเครื่องมือวัดทัศนคติแบบนี้เมื่อ ค.ศ.1929 ส่วนดีของเครื่องมือวัดแบบนี้คือไม่ต้องมีมาตรการตัวเลขติดเอาไว้ให้ผู้ตอบเห็น จะมีแต่ข้อความแสดงความรู้สึกทั้งทางบวก กลาง และลบ ครอบคลุมตามจำนวน มาตรการที่กำหนดไว้ตอนสร้างตอนแรกเท่านั้น เช่น อาจกำหนด 5 มาตรการ จำนวนข้อน้อยที่สุด ควรได้ 5 ข้อ ถ้ากำหนดมาตรการวัดไว้ 11 มาตรการ จำนวนข้อความที่แสดงความรู้สึกทางบวกและ

ลบน้อยต้องให้ใช้ได้ 11 ข้อ วิธีการดำเนินการสร้างมีขั้นตอนง่าย ๆ ดังนี้จะได้เครื่องมือที่เรียกว่า Equal Appearing Interval Scale

3.2) มาตรฐานวัดแบบของลิเกิต สร้างขึ้นเมื่อ ค.ศ.1932 และเป็นวิธีการสร้างที่ง่ายกว่าวิธีของเซอร์สโตน มีความเชื่อมั่นสูงและพัฒนาเพื่อวัดด้านความรู้ได้หลายอย่าง การสร้างเครื่องมือวัดทัศนคติ แบบนี้เป็นวิธีประเมินน้ำหนักความรู้สึกของข้อความในตอนหลังคือหลังจากเอาเครื่องมือไปสอบวัดแล้ว ซึ่งตรงกับแบบของเซอร์สโตนที่กำหนดค่าน้ำหนักของข้อความไว้ก่อนการนำไปสอบ การสร้างข้อความที่แสดงความรู้สึกต่อเป้าหมายทัศนคติจะต้องให้ครอบคลุมและสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ข้อความอาจจะเป็นทางบวกหมดหรือ ทางลบหมด หรือ ผสมกันได้ การนำคะแนนข้อที่เห็นด้วยหรือข้อที่ไม่เห็นด้วยมาพล็อต กราฟจะเป็นรูปแบบ Monotonous คือลักษณะที่ไปด้วยกัน

3.3) มาตรฐานวัดแบบของกัตต์แมน แนวคิดของกัตต์แมน เป็นแนวคิดการจัดการมาตราที่มีความเข้มข้นแตกต่างกันตามลำดับ เพื่อวัดองค์ประกอบหรือมิติเดียว (Unidimensional) ใช้ได้ทั้งโครงสร้างการวัดความสามารถทางสมองและวัดด้านความรู้สึก การพิจารณาจากการวัดด้านความสามารถหรือวัดด้านสติปัญญาจะมองเห็นชัดว่า มาตรฐานแบบนี้เป็นลักษณะความเข้มข้นสะสม (Cumulative Scale)

3.4) มาตรฐานวัดแบบของออสกูต ออสกูตเป็นหัวหน้าคณะในการพัฒนาเครื่องมือวัดทัศนคติแบบหนึ่งเมื่อปี ค.ศ.1957 ให้ชื่อเครื่องมือวัดแบบนี้ว่า มาตรฐานวัดแบบนัยจำแนก (Semantic Differential Scale หรือ SDS) การสร้างมาตรฐานวัดทัศนัยแบบนัยจำแนก อาศัยทฤษฎีและผลงานวิจัยเกี่ยวกับความหมายของคำ ในประโยคที่แสดงความรู้สึกประโยคนั้น ดูเหมือนเป็นประโยคยาว แต่ความจริงแล้วอาจจะแทนด้วยคำที่มีความหมายเพียงคำเดียว เช่น ครูเป็นอาชีพที่น่ายกย่อง คำสำคัญที่แสดงความรู้สึกจากประโยคนี้คือ คำว่า “ยกย่อง” เป็นต้น คำทางภาษาต่าง ๆ นั้นมีลักษณะสำคัญอยู่ 2 อย่าง คือ บางคำมีความหมายสัมพันธ์นอกเหนือจากความหมายเดิม นั่นก็คือความหมายได้หลายอย่างเรียกว่า Canotation เช่นคำว่า “แดง” นอกจากจะเป็นลักษณะของสีแดงแล้ว ยังมีความหมายสัมพันธ์กับคำว่า “ร้อน” หรือ “กล้าหาญ” ก็ได้ คำว่า “ขาว” มีความหมายเดิมว่าสีขาว แต่ความหมายที่สัมพันธ์นอกเหนือไปจากเดิมอาจหมายถึงบริสุทธิ์ สะอาด สว่าง ดังนี้ เป็นต้น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุมพล พูลศิริ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการขายยางแผ่นดิบและน้ำยางสด ในจังหวัดพังงา มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพทางสังคม เศรษฐกิจของชาวสวนยางพาราขนาดเล็ก (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการขายยางแผ่นดิบและน้ำยางสด รวมทั้งปัญหา

ที่เกี่ยวข้องและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา (3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่าง ในการขายยางแผ่นดิบและน้ำยางสดในจังหวัดพังงา การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) ใช้การสัมภาษณ์เป็นวิธีการในการรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ได้เริ่มขึ้นในเดือนสิงหาคม-กันยายน 2542 พบว่า เป็นชาวสวนยางผู้ขายยางแผ่นดิบ 84 คน และชาวสวนยางผู้ขายน้ำยางสด 84 คน รวมทั้งสิ้น 168 คน คิดเป็นร้อยละ 2.58 ของประชากรทั้งหมด จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ชาวสวนยางผู้รับการสัมภาษณ์เป็นเพศชายผ่านการสมรสแล้ว มีฐานะเป็นหัวหน้าครอบครัวและมีสภาพการจัดการสวนยาง โดยเป็นเจ้าของ ในการดำเนินกิจการสวนยางพาราด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มชาวสวนยางผู้ขายยางแผ่นดิบ มีอายุเฉลี่ย 49 ปี ขณะที่กลุ่มชาวสวนยางผู้ขายน้ำยางสด มีอายุเฉลี่ย 44 ปี ประมาณร้อยละ 83.0 นับถือศาสนาพุทธ ส่วนที่เหลือนับถือศาสนาอิสลาม มากกว่าร้อยละ 60.0 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา 4 ชาวสวนยางทั้งสองกลุ่มมีขนาดครอบครัวเฉลี่ย 4 คน และมีอาชีพหลักจากการทำสวนยางพารามากกว่าร้อยละ 80.0 และมีอาชีพรองมากกว่าร้อยละ 85.0 มีสถานภาพการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดิน เป็นของตนเองทำเองทั้งหมดมากกว่าลักษณะการถือครองแบบอื่น ๆ โดยมีรายได้เฉลี่ยทั้งหมดจากอาชีพหลักและอาชีพรอง เป็นของกลุ่มชาวสวนยางที่ขายยางแผ่นดิบเท่ากับ 83,209.75 บาทต่อครัวเรือนต่อปี และของกลุ่มชาวสวนยางที่ขายน้ำยางสด เท่ากับ 93,281.60 บาทต่อครัวเรือนต่อปี

กลุ่มชาวสวนยางที่ขายยางแผ่นดิบ ขายยางแต่ละครั้ง พบมากที่สุดร้อยละ 31.0 มีน้ำหนักยางไม่เกิน 200 กิโลกรัม ยางที่ขายอยู่ในชั้น 4 เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นยางชั้น 3-2-1 ราคาขายที่ขายได้ครั้งล่าสุดเป็นจำนวนมากอยู่ระหว่าง 18.60 – 20.10 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีราคาเฉลี่ย 21.48 บาทต่อกิโลกรัม และสถานที่ ที่ชาวสวนยางนำยางไปขายมากที่สุด คือ ขายให้กับพ่อค้าที่ร้านรับซื้อในหมู่บ้านหรือตำบล ร้อยละ 45.0 ขายให้กับพ่อค้าที่เปิดร้านรับซื้อในตลาดระดับอำเภอ ร้อยละ 25.0 ขายที่จุดแทรกแซงตลาดยางพารา ร้อยละ 17.0 และขายให้กับพ่อค้าเร่ซึ่งมารับซื้อที่บ้าน ร้อยละ 13.0 กลุ่มชาวสวนยางที่ขายน้ำยางสด เมื่อคิดค่านี้อย่างหนึ่งในน้ำยางสดที่ขายแต่ละครั้ง พบมาก อยู่ระหว่าง 21-40 กิโลกรัม ระดับเปอร์เซ็นต์ นี้อย่างหนึ่งในน้ำยางสดที่ขายได้ อยู่ระหว่าง 29-30 เปอร์เซ็นต์ ราคาขายที่ขายได้ครั้งล่าสุดอยู่ระหว่าง 15.50-17.0 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีราคาเฉลี่ย 17.54 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนสถานที่ ที่ชาวสวนยางนำยางไปขายมากที่สุด คือ ขายให้พ่อค้าเร่ซึ่งมารับซื้อถึงที่บ้านหรือที่สวนยาง ร้อยละ 60.0 นำไปขาย ณ จุดรับซื้อของพ่อค้า สหกรณ์กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจำกัด กลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้านหรือตำบล ร้อยละ 40.0 เหตุผลที่ชาวสวนยางทั้งสองกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อการผลิต

การขายยางและผลตอบแทนที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มชาวสวนยางที่ขายยางแผ่นดิบให้ความสำคัญในเรื่องราคาผลผลิตต่อหน่วยและผลตอบแทนรวมต่อปีที่สูงกว่าและเสียเปรียบพ่อค้า

ที่รับซื้อผลผลิตน้อยกว่าการขายน้ำยางสด ส่วนกลุ่มชาวสวนยางที่ขายน้ำยางสดคำนึงถึงมูลค่าต่อหน่วยน้อยกว่าในขณะที่ราคาขาย ไม่แตกต่างกันมากนัก แต่จะให้ความสำคัญถึงวิธีการผลิตที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ลดต้นทุนการผลิตได้มากกว่า สามารถใช้เวลาส่วนที่เหลือต่างกันไปประกอบอาชีพอื่นๆ ที่ได้รับประโยชน์และคุ้มค่ากว่าเมื่อคิดถึงผลตอบแทนรวมต่อปี

การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ พบว่าชาวสวนยางผู้ขายยางแผ่นดิบและน้ำยางสดมีรายได้จากอาชีพหลักและรายได้ทั้งหมดของครัวเรือนที่ไม่แตกต่างกัน มีสถานภาพการถือครองที่ดินและมีขนาดเนื้อที่ถือครองที่ดินที่ใกล้เคียงกันหรือไม่แตกต่างกัน แต่ชาวสวนยางผู้ขายยางแผ่นดิบขายยางได้ในราคาที่สูงกว่าชาวสวนยางที่ขายน้ำยางสดและพบความแตกต่างทางสถิติเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือวัดหาค่าเนื้อยางแห้งในน้ำยางสด โดยชาวสวนยางผู้ขายน้ำยางสดมีความรู้และความเข้าใจถึงวิธีการดังกล่าวได้ดีกว่าชาวสวนยางผู้ขายยางแผ่นดิบ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในส่วนบุคคล ที่มีผลกระทบต่อการขายยางแผ่นดิบและน้ำยางสด อันมีผลสืบเนื่องไปถึงการพัฒนาด้านการผลิตการตลาด เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีขึ้น นอกจากนี้ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาด้านการผลิตแก่ชาวสวนยางรายย่อย ในอดีตหน่วยงานที่เคยดำเนินการมาแล้วควรมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตให้ครบทั้งระบบต่อไป เพื่อพัฒนายางแผ่นดิบชั้น 4-3 ไปสู่ยางแผ่นชั้น 3-2-1 แทนเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงการยกระดับเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งในน้ำยางสดที่ผลิตได้จำนวนมากอยู่ระหว่าง 27-30 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 35 เปอร์เซ็นต์ ด้านการตลาดยางพาราหากราคาขายพาราตามตลาดท้องถิ่นตกต่ำ ใกล้เคียงหรือต่ำกว่าต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อกิโลกรัมแล้ว รัฐควรได้ดำเนินการแทรกแซงตลาดยางพาราและควรเพิ่มจุดแทรกแซงในแหล่งผลิตที่มีความพร้อมทั้งสถานที่ อุปกรณ์ ธรรมชาติ และควรได้มีการแทรกแซงตลาดยางพารา ในส่วนของน้ำยางสดด้วย โดยรัฐกำหนดกฎเกณฑ์ กลไก ให้กับโรงงานน้ำยางขั้นเข้ามามีส่วนร่วมอาจจะคล้ายคลึงกันกับการแทรกแซงราคาปาล์มน้ำมัน

บุญนิศา ศรีปรารงค์ (2547) ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางในเขตพื้นที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรังโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระบุปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยาง และ (2) แนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางในอำเภอกันตัง จังหวัดตรัง โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อเก็บตัวอย่างจากประธานสหกรณ์กองทุนสวนยางจำนวน 3 ตัวอย่าง และจากสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยาง 200 ตัวอย่างจากสหกรณ์ที่ยังเปิดดำเนินการอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอกันตังจำนวน 3 สหกรณ์ และทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยใช้สถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ระดับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในภาพรวมในส่วน
ของประธานสหกรณ์กองทุนสวนยาง เมื่อพิจารณาจากด้านบุคลากร ด้านการบริหารจัดการ
ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง และภาพรวมในส่วนระดับ
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสมาชิก พบว่าอยู่ในระดับน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการ
ดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางในพื้นที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง มีประสิทธิภาพในการ
ดำเนินงานในระดับหนึ่ง แต่เพื่อการพัฒนาขององค์กรให้ดียิ่งขึ้นประธานสหกรณ์ควรมีการ
ปรับปรุงทางด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานของคณะบริหารงาน รวมทั้งประธานสหกรณ์
ควรมีบทบาทสำคัญในการชี้แจงปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลถึงสมาชิกของสหกรณ์ เพื่อเข้าใจถึงปัญหา
และสามารถระดมความคิดร่วมกัน ในการแก้ไขปัญหาก่อนการประชุมใหญ่ของสหกรณ์ เพื่อลด
ความขัดแย้ง อคติ ความไม่โปร่งใส

ในการดำเนินงานสหกรณ์ประธานสหกรณ์ควรมีความรู้ในการบริหารจัดการสหกรณ์
มีเวลาทุ่มเทในการทำงานให้กับสหกรณ์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประธานสหกรณ์ควรมีการ
ประสานงานในการทำงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจแก่
ประธานสหกรณ์ และควรทำการจัดประชุมสัมมนาให้แก่ประธานของสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ
เพื่อจะได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และความคิดเห็น รวมทั้งแก้ไขปัญหาได้อย่างมีหลักการ
และถูกต้อง

ระดับดวง คงเลิศ (2547) ได้ศึกษาผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการ
เปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตยางพารา จากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสดในตำบลพัฒนา
กิ่งอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม
ของชาวสวนยางพาราที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยาง
สด (2) การจัดสรรเวลาของเกษตรกรชาวสวนยางพาราและผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจาก
การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสด และ (3) ราคาเชิง
เปรียบเทียบระหว่างราคาน้ำยางสด (คิดเป็นเนื้อยางแห้ง) กับราคาของแผ่นดิบ โดยใช้วิธีการเลือก
แบบเจาะจง ซึ่งได้เลือกพื้นที่ในตำบลนิคมพัฒนา กิ่งอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล โดยจะมีทั้งหมด 9
หมู่บ้าน จะเลือกสุ่มตัวอย่างจาก 4 หมู่บ้าน จากนั้นเลือกตัวอย่างเกษตรกรที่เป็นเจ้าของสวนยาง
ซึ่งกรีดยางพาราเอง หมู่บ้านละ 25 คน รวม 100 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
นอกจากนี้ยังได้สำรวจราคาน้ำยางสด (คิดเป็นเนื้อยางแห้ง) กับราคาของแผ่นดิบ (บาท/กิโลกรัม)
ในพื้นที่ โดยจะเก็บข้อมูลประมาณ 30 วัน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ซึ่งในแต่ละเดือนจะมีการ
เลือกสุ่มตัวอย่าง 5 – 6 ครั้งต่อเดือน โดยในการสุ่มตัวอย่างแต่ละเดือนจะหมุนสลับกันไปให้ครบ
ทุกวันใน 1 สัปดาห์ ซึ่งข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลราคาเฉลี่ยในพื้นที่ในการรับซื้อผลผลิตยางพารา
ประมาณ 3-4 ราย

ผลการศึกษาพบว่า จากการศึกษาผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสด ได้ศึกษาลักษณะทางสังคมเกษตรกรส่วนใหญ่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นชาย มีอายุเฉลี่ย 42.72 ปี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ เกษตรกรมีระดับการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา เกษตรกรมีขนาดเนื้อที่ถือครองเฉลี่ย 18.73 ไร่ ลักษณะการกรีดยางเป็นแบบกรีดเอง โดยแรงงานที่ใช้ในการกรีดเป็นแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.01 คน มีประสบการณ์ในการทำสวนยางเฉลี่ย 16.29 ปี เกษตรกรได้เปลี่ยนรูปแบบการผลิตเป็นการทำน้ำยางสด 3.64 ปี ปริมาณน้ำยางสด (คิดเป็นเนื้อยางแห้ง) เฉลี่ย 21.43 กิโลกรัมต่อวัน

ผลทางเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึงการจัดสรรเวลาของเกษตรกรที่เปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นเป็นการทำน้ำยางสด ในการทดสอบสถิติ ที่พบว่า เวลาที่ใช้ในการทำยางแผ่นดิบแตกต่างกับเวลาที่ใช้ในการทำน้ำยางสดอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.01 ซึ่งเวลาที่ประหยัดได้จากการเปลี่ยนรูปแบบการผลิตเป็นการทำน้ำยางสดนั้น เกษตรกรสามารถนำไปประกอบอาชีพเสริม ได้แก่ การรับจ้าง ทำสวนผลไม้ ค้าขาย และพืชไร่/พืชผัก เป็นต้น และมีเวลาพักผ่อนเพิ่มขึ้น โดยรายได้เฉลี่ยจากอาชีพเสริมของเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดทั้งกรณีมีอาชีพเสริมเหมือนและไม่เหมือนกับการทำยางแผ่นดิบมีมากกว่ากรณีขายยางแผ่นดิบเช่นเดียวกัน และจากการทดสอบสถิติ ที่พบว่า รายได้เฉลี่ยอาชีพเสริมกรณีทำยางแผ่นดิบแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยกรณีทำน้ำยางสดอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนรูปแบบการทำน้ำยางสดทำให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากรายได้จะเพิ่มขึ้นแล้ว เวลาที่ใช้ในการพักผ่อนก็เพิ่มขึ้นด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกิจกรรมที่ทำเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ นอน ดูหนัง ฟังเพลง เป็นต้น ทำให้เกษตรกรมีสุขภาพดีขึ้นทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เกษตรกรและสมาชิกในครัวเรือนมีเวลาว่างในด้านการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม มีความอบอุ่นในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ทำให้สังคมในชุมชนเกษตรกรตำบลนิคมพัฒนา มีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้น

ส่วนเรื่องความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคายางแผ่นดิบและน้ำยางสด พบว่า ราคาเฉลี่ยยางแผ่นดิบไม่แตกต่างกับน้ำยางสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่การทำยางแผ่นดิบมีขั้นตอนในการแปรรูปที่ยุ่งยากมากกว่า และต้องใช้เวลาในการผลิตมากกว่า เกษตรกรจึงหันมาเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายเป็นน้ำยางแทนการทำยางแผ่นดิบ

ถึงแม้ว่าผลสรุปข้างต้นเป็นเพียงการศึกษาในระดับจุลภาค ศึกษาตำบลหนึ่งของจังหวัดสตูลเท่านั้น แต่ก็สามารถสะท้อนให้เห็นว่า การเปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสดนั้น ส่งผลทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้ดีขึ้น เกษตรกรสามารถวางแผนในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ ซึ่งเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาในระดับมหภาคได้ โดยหน่วยงานของรัฐต้องเข้าไปส่งเสริมและให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกร

วโรทัย หนูขาว (2549) ได้ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุของการเกิดกลุ่มธรรมชาติของธุรกิจรวบรวมน้ำยางสด กิจกรรมและรูปแบบองค์กรของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรวบรวมและขายน้ำยางสด โดยมีข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากเอกสารตามแหล่งข้อมูลต่างๆ และข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกัน 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้นำกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด ใช้วิธีการเลือกพื้นที่และตัวอย่างในแต่ละตำบลแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 กลุ่ม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์รายบุคคล ด้วยแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (2) เจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) จำนวน 2 ราย และเจ้าหน้าที่ชุมนุมสหกรณ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทยจำกัด (ชสยท.) จำนวน 3 ราย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา จากการศึกษาพบว่า ผู้นำกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นชายสูงอายุ มีอาชีพเป็นเกษตรกรชาวสวนยางเป็นหลัก และได้เคยผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ เกี่ยวกับการพัฒนาของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดจากหน่วยงานของภาครัฐ และหน่วยงานของภาคเอกชนมาแล้ว เช่นเดียวกับคณะกรรมการและสมาชิกของกลุ่ม โดยทางกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดมีประสบการณ์ในการดำเนินงานมาแล้วเฉลี่ย 6 ปี โดยมีความคิดริเริ่มในการรวมกลุ่มส่วนใหญ่จะมาจากผู้นำกลุ่ม หลักจากนั้นทางเจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) เข้ามาให้ความรู้กับกลุ่ม ทางด้านการดำเนินงานในรูปแบบของธุรกิจ ซึ่งเงินลงทุนเริ่มแรกของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดมาจากค่าสมัครการเป็นสมาชิกของกลุ่ม หากไม่เพียงพอ จะทำการกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่างๆ โดยสมาชิกภายในกลุ่มมีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน กิจกรรมอย่างหนึ่งที่ทางกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดทุกกลุ่มทำอย่างสม่ำเสมอ คือ การประชุมสรุปผลการดำเนินงานของกลุ่มอย่างน้อยปีละครั้ง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินงานของกลุ่มเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถรู้ถึงจุดบกพร่องในการดำเนินงานของกลุ่มได้อย่างครอบคลุม ทางด้านปริมาณและคุณภาพของน้ำยางสดในแต่ละกลุ่ม มีปัจจัยหลักที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง คือ สภาพดินฟ้าอากาศซึ่งเป็นสิ่งที่เกษตรกรไม่สามารถกำหนดได้ จึงจัดได้ว่าเป็นปัญหาใหญ่ที่เกษตรกรต้องทำการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าอยู่เรื่อยๆ ไป

ผลการศึกษาพบว่าทางกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด มีปัญหาทางด้านบุคลากรในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด มีปัญหาทางด้านปริมาณของผลผลิตในแต่ละฤดูกาลน้อยเกินไป และมีปัญหาทางด้านสมาชิกยังขาดความรู้ทางด้านการตลาดในระดับปานกลาง ส่วนปัญหาทางด้านบุคลากรในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด เช่น ปัญหาด้านการวางแผนในการดำเนินงาน การจัดระบบการบริหารงาน และการแบ่งหน้าที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งปัญหาเหล่านี้

ส่งผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มทั้งสิ้น ส่วนปัญหาทางด้านการผลิตมีปัญหาในระดับปานกลางถึงน้อย ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ของสมาชิกภายในกลุ่มเป็นสำคัญ ปัญหาด้านการตลาดมีปัญหาในระดับน้อยในทุกประเด็น และปัญหาทางด้านการเงินมีปัญหาในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด โดยมักพบในช่วงแรกของการจัดตั้งกลุ่มเท่านั้น

นงลักษณ์ สืบชนะ (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1)ศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา (2) ศึกษาลักษณะการผลิตและการขายผลผลิตยางพาราในรูปแบบต่างๆ ของเกษตรกรชาวสวนยางพารา ในพื้นที่ศึกษา (3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ การผลิตและการขายกับการตัดสินใจขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางพารา ในพื้นที่ศึกษา (4) ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ในพื้นที่ศึกษา ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างและการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้สถิติอย่างง่าย เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่มีสถานภาพเป็นเจ้าของสวนยางส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 43.30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพการทำสวนยางพาราเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม เกษตรกรที่ขายน้ำยางสดมีรายได้รวมเฉลี่ย 22,134 บาทต่อเดือน น้อยกว่าเกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบซึ่งมีรายได้รวมเฉลี่ย 32,122 บาทต่อเดือน

เกษตรกรถือครองสวนยางเฉลี่ย 17 ไร่ เป็นสวนยางขนาดเล็ก มีอายุเฉลี่ย 15 ปี ส่วนใหญ่มีเอกสารสิทธิ์เป็นโฉนดที่ดิน อยู่ห่างจากแหล่งรับซื้อประมาณ 5 กิโลเมตร เกษตรกรจัดการดูแลสวนยางเอง โดยมีทั้งการจ้างกรีดยางและกรีดยางเอง ระบบการกรีดยางที่ใช้กันมากคือ ระบบการกรีดยางแบบสองวันเว้นวันและสามวันเว้นวัน เกษตรกรที่ขายน้ำยางสดจะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อถึงสวน ในกรณีที่เกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบ เจ้าของสวนยางหรือคนรับจ้างกรีดยางต้องนำผลผลิตไปขายให้แก่พ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น เกษตรกรที่ขายน้ำยางสดร้อยละ 90 ไม่คิดจะเปลี่ยนแปลงไปขายยางแผ่นดิบโดยให้เหตุผลว่า มีพ่อค้ามารับถึงสวน ไม่มีความยุ่งยากในการขายผลผลิต ได้รับเงินเร็ว ไม่เหน็ดเหนื่อย เสร็จงานเร็ว ทำให้มีเวลาพักผ่อนมากขึ้น ประกอบอาชีพเสริมได้และราคาไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนเกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบไม่คิดจะเปลี่ยนไปขายน้ำยางสด โดยให้เหตุผลของการเลือกขายยางแผ่นดิบว่าได้รับความยุติธรรมในการชั่งน้ำหนัก สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เร็วกว่า รายได้ดีกว่าการขายน้ำยางสด

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจและด้านการผลิตและการขายกับการตัดสินใจผลผลิตยางพารา พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจขายผลผลิต ได้แก่

รายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน เอกสารสิทธิถือครอง ระยะทางจากสวนถึงแหล่งรับซื้อ ส่วนปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจและด้านการผลิตและการขายไม่มีความสัมพันธ์กับการการตัดสินใจขายผลผลิตทั้งรูปแบบน้ำยางสดและยางแผ่นดิบ

ปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดที่สำคัญ คือ การคิดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง เนื่องจากขั้นตอนการวัดความเข้มข้นและการชั่งน้ำหนักจะกระทำโดยผู้รับซื้อฝ่ายเดียว ส่งผลให้ไม่ได้รับความยุติธรรม สำหรับเกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบจะประสบปัญหาการตกลงราคาขายและการจัดชั้นคุณภาพยางแผ่นดิบ

มาโนชญ์ สินตระกูล (2550) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสดในตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร พ่อค้ารายย่อย และพ่อค้ารายใหญ่ 2) ศึกษาการจัดการด้านการผลิตและการตลาดน้ำยางสดของเกษตรกรในตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3) ศึกษาการดำเนินธุรกิจของพ่อค้ารับซื้อน้ำยางสดรายย่อยและรายใหญ่ 4) วิเคราะห์วิธีการตลาดและส่วนเหลือการตลาดของธุรกิจซื้อขายน้ำยาง และ 5) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสด ในตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนข้อมูลปฐมภูมิใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างและการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้สถิติอย่างง่าย เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ผลิตน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 41.1 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ย 334,500 บาทต่อปี โดยเป็นรายได้จากการขายน้ำยางสดเฉลี่ย 227,750 บาทต่อปี สำหรับพ่อค้ารายย่อยที่รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 38.1 ปี และนับถือศาสนาพุทธ มีสถานภาพสมรสแล้ว มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ย 274,000 บาทต่อปี มีรายได้จากการขายน้ำยางสดเฉลี่ย 206,000 บาทต่อปี

เกษตรกรผู้ผลิตน้ำยางสดส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการปลูกยางพาราเฉลี่ย 19.8 ไร่ มีพื้นที่สามารถกรีดยางได้ 16 – 20 ไร่ เกษตรกรร้อยละ 82.5 ไม่ได้ใส่ปุ๋ย และร้อยละ 90 ใช้แรงงานในครอบครัวในการทำสวนยางพารา ราคาที่เกษตรกรจำหน่ายน้ำยางสดเฉลี่ยในฤดูฝน ปี 2549 มีราคา 77.5 บาทต่อกิโลกรัม ราคาที่เกษตรกรจำหน่ายน้ำยางสดเฉลี่ยในฤดูร้อนปี 2549 มีราคา 65.5 บาทต่อกิโลกรัม

การกำหนดราคาซื้อขายน้ำยางสดพ่อค้ารายย่อยจะกำหนดราคาตามราคาหน้าโรงงานราคาซื้อขายน้ำยางสดทั้งปีเฉลี่ย 73.5 บาทต่อกิโลกรัม และราคาขายน้ำยางสดทั้งปีเฉลี่ย 74.5 บาทต่อกิโลกรัม ต้นทุนการตลาดของพ่อค้ารายย่อย เท่ากับ 0.089 บาทต่อกิโลกรัม

พ่อค้ารายใหญ่ที่รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 2 ราย มีปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อในแต่ละวันประมาณ 110,000 กิโลกรัม โดยช่วงที่มีน้ำยางสดมากรับซื้อในราคา 66.5 บาทต่อกิโลกรัม ช่วงที่มีน้ำยางสดน้อยรับซื้อในราคา 78.5 บาทต่อกิโลกรัม และช่วงที่มีน้ำยางสดมากขายในราคา 67.5 บาทต่อกิโลกรัม ช่วงที่มีน้ำยางสดน้อยขายในราคา 79.5 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีแหล่งจำหน่ายคือ โรงงานอุตสาหกรรมน้ำยางข้น

วิธีการตลาดน้ำยางสด พบว่า เกษตรกรขายให้กับพ่อค้ารายย่อยและโรงรมของสหกรณ์ จากนั้นพ่อค้ารายย่อยขายน้ำยางสดให้กับพ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ หรือพ่อค้ารายใหญ่นอกพื้นที่ และโรงงานอุตสาหกรรมน้ำยางข้น และพ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ขายน้ำยางสดให้กับโรงงานอุตสาหกรรมน้ำยางข้นทั้งหมด

โดยส่วนแหล่่อมทางการตลาดทั้งหมดที่เกิดขึ้นในระบบธุรกิจน้ำยางสดเฉลี่ย 2.0 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบด้วยต้นทุนการตลาดของพ่อค้ารายย่อยเท่ากับ 0.089 บาทต่อกิโลกรัม กำไรของพ่อค้ารายย่อย 0.911 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้ารายใหญ่เท่ากับ 1.0 บาทต่อกิโลกรัม

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสดในตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คือ 1) ปัญหาต้นทุนการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น 2) ปัญหาเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งต่ำ 3) ปัญหาการแข่งขันในตลาดมีสูง 4) ปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินธุรกิจของพ่อค้า 5) ปัญหาการใช้เครื่องมือวัดที่ไม่ได้มาตรฐานในการวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.1 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาจากข้อมูลที่มีผู้ศึกษาเก็บรวบรวมไว้แล้ว ในเรื่องของสถานการณ์การผลิตและการตลาดน้ำยางสด แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ เพื่อเพิ่มความรู้ให้แก่ผู้วิจัยและนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ต่อไป ซึ่งได้รวบรวมมาจากเอกสารประเภทรายงานการวิจัย ภาคนิพนธ์ สารนิพนธ์ เอกสารทางวิชาการต่างๆ โดยได้ค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถโกวิสุนทร ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมนี้จะได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากภาคสนาม (Field Survey) โดยมีการสุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดขั้นตอนดังนี้

2.1) ประชากรและตัวอย่าง

2.1.1) ประชากร คือ เกษตรกรชาวสวนยางในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ปัจจุบันจำหน่ายน้ำยางสดหรือเคยจำหน่ายน้ำยางสดให้พ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้าน

2.1.2) ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากประชากรโดยกระจายจำนวนตัวอย่างใน 8 หมู่บ้าน ๆ ละ 15 ราย รวม 120 ราย

2.2) การเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีการดังนี้

2.2.1) สัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) โดยเน้นสัมภาษณ์เกษตรกรที่มีบทบาทในการตัดสินใจจำหน่ายน้ำยางสด ใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีแนวคำถามแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้ (ภาคผนวก)

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยาง
 ส่วนที่ 2 รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร
 ส่วนที่ 3 ทักษะของเกษตรกรต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน
 ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

สำหรับทักษะของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน ผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนความคิดเห็นต่อข้อความเชิงบวกที่ผู้วิจัยกำหนดออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (สมบุรณ์ เจริญจิระตระกูล, 2550)

ระดับคะแนน	เห็นด้วยในระดับ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

2.2.2) การทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองสัมภาษณ์บุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างคือ เกษตรกรชาวสวนยางที่ปัจจุบันจำหน่ายหรือเคยจำหน่ายน้ำยางสด ในตำบลคลองหอยโข่งอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 7 ราย เพื่อตรวจสอบความง่ายและความสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยพิจารณาถึงความเข้าใจและความชัดเจนในการตอบคำถาม รวมถึงเวลาที่ใช้ในการตอบคำถามเหมาะสมที่นำไปใช้รวบรวมข้อมูลจริงหรือไม่ โดยนำข้อบกพร่องของแบบสอบถามมาปรับปรุงและแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วจึงนำแบบสอบถามนั้นไปดำเนินการสอบถามจริง

3.2 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์รายบุคคล มาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) รายละเอียดดังนี้

- 1) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ด้วยโปรแกรม SPSS

ในการวิเคราะห์ทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการขายผลผลิตน้ำยางสด ให้แก่พ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยไว้ 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.50-5.00	ดีมาก
3.50-4.49	ดี
2.50-3.49	ดีปานกลาง
1.50-2.49	ไม่สู้ดี
1.00-1.49	ไม่ดี

2) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ คือ การทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสด ซึ่งเป็น ตัวแปรอิสระ ระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในภาพรวมเป็นตัวแปรตาม

ขั้นตอนการทดสอบ มีดังนี้

2.1) ตั้งสมมติฐาน

H_{01} : ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

H_{A1} : ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

H_{02} : รูปแบบการผลิต และการจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

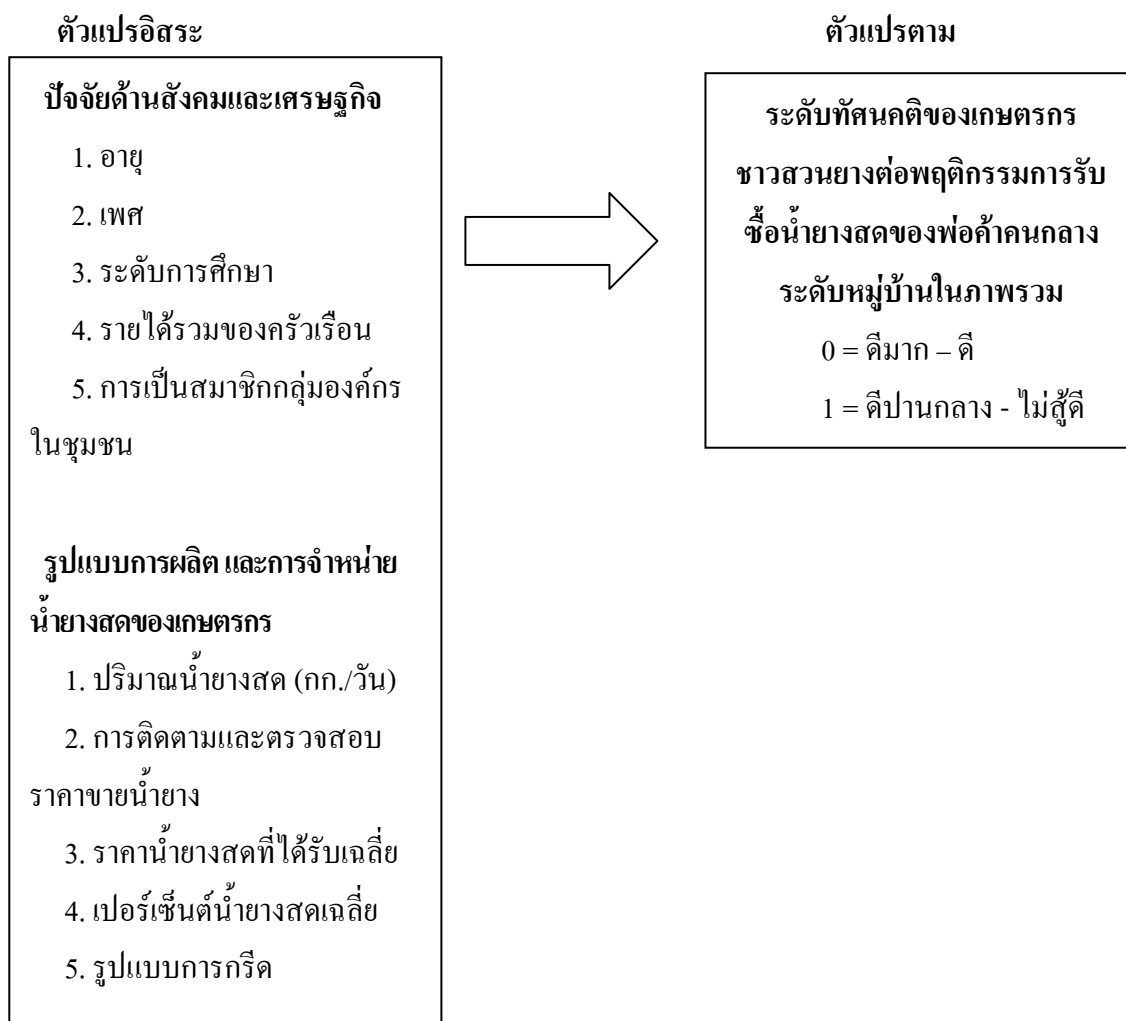
H_{A2} : รูปแบบการผลิต และการจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

2.2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

2.3) กำหนดค่า P-value จากโปรแกรม SPSS

2.4) สรุปผลการทดสอบ คือถ้า P-value น้อยกว่าค่า α จะปฏิเสธ H_0 หรือยอมรับ H_A หมายความว่า ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการผลิตและการจำหน่าย มีความสัมพันธ์ระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ในทางตรงกันข้าม

ถ้าค่า P-value มากกว่าค่า α จะยอมรับ H_0 หรือปฏิเสธ H_A หมายความว่า ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการผลิต และการจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจและรูปแบบการผลิต และการจำหน่ายน้ำยางสดกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้าน

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยาง

ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ทัศนคติของเกษตรกรต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ รูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลาง

ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

4.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยาง

ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วนใหญ่ ได้แก่ ลักษณะทางสังคมของเกษตรกร และลักษณะทางเศรษฐกิจของเกษตรกร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 ลักษณะทางสังคมของเกษตรกร

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอลักษณะทางสังคมของเกษตรกรชาวสวนยาง ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยที่ทำสวนยางพารา การเป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรในชุมชนและกลุ่มหรือองค์กรในชุมชนที่เกษตรกรเป็นสมาชิก (ตารางที่ 4.1)

1) เพศ

เกษตรกรชาวสวนยางเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.5 และเพศชาย ร้อยละ 47.5 จะสังเกตได้ว่าเกษตรกรเพศหญิงและเพศชายมีบทบาทในการตัดสินใจจำหน่ายน้ำยางสดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

2) อายุ

เกษตรกรชาวสวนยางมีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 30.8 รองลงมา มีอายุ มากกว่า 50 ปี ร้อยละ 26.7 อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 25.8 และไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 16.7 โดยพบว่าเกษตรกรที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 24 ปี และอายุมากที่สุด 78 ปี และอายุเฉลี่ย 42 ปี ซึ่งเป็นอายุในวัยทำงาน

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางสังคมของเกษตรกร

ลักษณะทางสังคมของเกษตรกร	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
1) เพศ		
หญิง	63	52.5
ชาย	57	47.5
2) อายุ (ปี)		
≤ 30	20	16.7
31 – 40	37	30.8
41 – 50	31	25.8
> 50	32	26.7
เฉลี่ย	42	
3) ศาสนา		
พุทธ	120	100
4) ระดับการศึกษา		
ไม่ได้รับการศึกษาในระบบ	22	18.3
ประถมศึกษา	26	21.7
มัธยมศึกษา	25	20.8
ปวส./อนุปริญญา	26	21.7
ปริญญาตรี	21	17.5
5) สถานภาพสมรส		
โสด	25	20.8
สมรส	85	70.8
หย่าร้าง/หม้าย	10	8.4
6) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
1 – 3	42	35.0
4 – 6	74	61.7
>6	4	3.3
เฉลี่ย	3.9	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางสังคมของเกษตรกร	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
7) จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยทำสวนยาง (คน)		
1 – 2	84	70.0
3 – 4	35	29.2
>4	1	0.8
เฉลี่ย	2	
8) การเป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรในชุมชน		
เป็น	98	81.7
ไม่เป็น	22	18.3
9) กลุ่มหรือองค์กรในชุมชนที่เป็นสมาชิก*	(n=98)	
กลุ่มออมทรัพย์	77	78.6
กองทุนหมู่บ้าน	68	69.4
สหกรณ์น้ำยาง	15	15.3
กลุ่มรวบรวมน้ำยาง	2	2.0

หมายเหตุ * ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3) ศาสนา

เกษตรกรชาวสวนยางนับถือศาสนาพุทธทั้งหมดซึ่งสอดคล้องกับสภาพสังคมของประชากรในพื้นที่ศึกษาที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ

4) ระดับการศึกษา

เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาและปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 21.7 เท่ากัน ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 20.8 ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 17.5 และไม่ได้รับการศึกษาในระบบ ร้อยละ 18.3 จะเห็นได้ว่าเกษตรกรชาวสวนยางมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกษตรกรมีทัศนคติในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน

5) สถานภาพสมรส

เกษตรกรชาวสวนยางมีสถานภาพสมรสมากที่สุด ร้อยละ 70.8 รองลงมาได้แก่ โสด ร้อยละ 20.8 และหย่าร้าง/หม้าย ร้อยละ 8.4

6) จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและสมาชิกที่ช่วยทำสวนยาง

เกษตรกรชาวสวนยางมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 – 6 คน มากที่สุด ร้อยละ 61.7 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1 – 3 คน ร้อยละ 35 และมากกว่า 6 คน ร้อยละ 3.3 โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน และเป็นสมาชิกที่ช่วยทำสวนยาง เฉลี่ย 2 คน โดยส่วนใหญ่ จะเป็นหัวหน้าครอบครัวและภรรยาหัวหน้าครอบครัว

7) การเป็นสมาชิกและกลุ่มองค์กรที่เป็นสมาชิก

เกษตรกรชาวสวนยางร้อยละ 81.7 เป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรในชุมชน มีเพียงร้อยละ 18.3 เท่านั้นที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรใดๆ เลย โดยกลุ่มองค์กรที่เกษตรกรเป็นสมาชิกมากที่สุดได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์ ร้อยละ 78.6 รองลงมา กองทุนหมู่บ้าน ร้อยละ 69.4 สหกรณ์น้ำยาง ร้อยละ 12.5 และกลุ่มรวบรวมน้ำยาง ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

4.1.2 ลักษณะทางเศรษฐกิจของเกษตรกร

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยาง ได้แก่ อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้รวมของครัวเรือน รายได้จากการทำสวนยาง ภาวะหนี้สินครัวเรือน และจำนวนหนี้สินของครัวเรือน แหล่งกู้ยืมเงิน และจุดประสงค์ของการกู้ยืม (ตารางที่ 4.2)

1) อาชีพหลัก

เกษตรกรส่วนใหญ่ทำสวนยางพาราเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 79.1 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 9.2 รับราชการ ร้อยละ 6.6 อื่นๆ ร้อยละ 11.9 ได้แก่ เลี้ยงสัตว์ ปลูกผัก และสวนผลไม้

2) อาชีพรอง

เกษตรกรชาวสวนยางที่มีอาชีพรองร้อยละ 35 โดยทำสวนยางพาราเป็นอาชีพรอง ร้อยละ 59.5 สวนผลไม้ ร้อยละ 26.2 และอื่นๆ ร้อยละ 11.9 ได้แก่ ค้าขาย เลี้ยงสัตว์ ขับรถรับจ้าง

3) รายได้รวมและรายได้จากการทำสวนยาง

เกษตรกรชาวสวนยางมีรายได้รวมไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 27.5 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 20.0 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 17.5 มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 22,520 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำสวนยางไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 49.1 รายได้จากการทำสวนยาง 10,001 -20,000 บาท ร้อยละ 30.0 รายได้จากการทำสวนยาง 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 11.7 รายได้จากการทำสวนยางมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 9.2 และเกษตรกรมีรายได้จากการทำสวนยางพาราเฉลี่ย 16,495 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 4.2 ลักษณะทางเศรษฐกิจของเกษตรกร

ลักษณะทางเศรษฐกิจของเกษตรกร	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
1) อาชีพหลัก		
ทำสวนยางพารา	95	79.1
ธุรกิจส่วนตัว	11	9.2
ข้าราชการ	8	6.7
อื่นๆ	6	5.0
2) อาชีพรอง		
ไม่มี	78	65.0
มี	42	35.0
3) รายได้รวมของครัวเรือน (บาท/เดือน)		
≤ 10,000	42	35.0
10,001 – 20,000	33	27.5
20,001 – 30,000	24	20.0
> 30,000	21	17.5
เฉลี่ย	22,520	
4) รายได้จากการทำสวนยางพารา (บาท/เดือน)		
≤ 10,000	59	49.1
10,001 – 20,000	36	30.0
20,001 – 30,000	14	11.7
> 30,000	11	9.2
เฉลี่ย	16,495	
5) ภาวะหนี้สินครัวเรือน		
มี	81	67.5
ไม่มี	39	32.5

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลักษณะทางเศรษฐกิจของเกษตรกร	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
6) จำนวนหนี้สินของครัวเรือน (บาท)	(n=81)	
≤ 100,000	33	40.7
100,001 – 200,000	18	22.2
200,001 – 300,000	16	19.7
>300,000	14	17.4
เฉลี่ย	248,843	
7) แหล่งกู้ยืมเงิน*	(n=81)	
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	41	50.6
กองทุนหมู่บ้าน	38	46.9
ธนาคารพาณิชย์	18	22.2
แหล่งกู้ยืมนอกระบบ	13	16.0
อื่นๆ	6	7.4
8) จุดประสงค์ของการกู้ยืม*	(n=81)	
การลงทุนในสวนยาง	46	56.8
บริโภคในครัวเรือน	42	51.9
การศึกษาบุตร	17	21.0
อื่นๆ	12	14.8

หมายเหตุ * ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4) ภาวะหนี้สินและจำนวนหนี้สินของครัวเรือน

เกษตรกรชาวสวนยางมีภาวะหนี้สิน ร้อยละ 67.5 และไม่มีหนี้สิน ร้อยละ 32.5 ซึ่งจำนวนหนี้สินไม่เกิน 100,000 บาท ร้อยละ 40.7 จำนวน 100,001 -200,000 บาท ร้อยละ 22.2 จำนวน 200,001 -300,000 บาท ร้อยละ 19.7 และมากกว่า 300,000 บาทคิดเป็น ร้อยละ 17.4 จำนวนหนี้สินของครัวเรือนเฉลี่ย 248,843 บาท

5) แหล่งกู้ยืมเงินและจุดประสงค์ของการกู้ยืม

เกษตรกรชาวสวนยางมีแหล่งในการกู้ยืมเงิน ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ 50.6 รองลงมากองทุนหมู่บ้าน ร้อยละ 46.9 ธนาคารพาณิชย์ ร้อยละ 22.2 แหล่งเงินกู้นอกระบบ ร้อยละ 16.0 และอื่นๆ ร้อยละ 7.4 ได้แก่ สหกรณ์หมู่บ้าน

ธนาคารเกียรตินาคิน สำหรับจุดประสงค์ของการกู้ยืมเพื่อใช้สำหรับการลงทุนในสวนยาง ไร่ละ 56.8 บริโภคในครัวเรือน 51.9 การศึกษาบุตร 21.0 และ อื่นๆ ไร่ละ 14.8 ได้แก่ ซื้อมอเตอร์รถ ซื้อมอเตอร์รถ

4.2 รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วนใหญ่ ได้แก่ รูปแบบการจัดการด้านการผลิต และการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 รูปแบบการจัดการด้านการผลิต

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอรูปแบบการจัดการด้านการผลิตยางพาราในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ขนาดเนื้อที่ถือครอง อายุสวนยาง รูปแบบการกรีดย อัตราส่วนแบ่งการจ้างกรีดย ปริมาณยางที่กรีดยได้ (ตารางที่ 4.3)

1) ขนาดเนื้อที่ถือครองทำสวนยาง พื้นที่เปิดกรีดย และอายุของสวนยาง

เกษตรกรชาวสวนยาง มีพื้นที่ถือครองในช่วง 11 – 20 ไร่ ไร่ละ 30 รองลงมา มากกว่า 30 ไร่ ไร่ละ 29.2 ไม่เกิน 10 ไร่ ไร่ละ 22.5 จำนวน 21 – 30 ไร่ ไร่ละ 18.3 มีเนื้อที่ถือครองเฉลี่ย 30.86 ไร่ เป็นพื้นที่เปิดกรีดยในช่วง 11 – 20 ไร่ ไร่ละ 37.5 ไม่เกิน 10 ไร่ ไร่ละ 32.5 มากกว่า 30 ไร่ ไร่ละ 20.8 และในช่วง 21 – 30 ไร่ ไร่ละ 9.2 เป็นพื้นที่เปิดกรีดย เฉลี่ย 23 ไร่ โดยมีอายุสวนยาง ไม่เกิน 10 ปี ไร่ละ 25 อายุ 11 – 20 ปี ไร่ละ 69.2 อายุ 21 – 30 ปี ไร่ละ 5.8 อายุสวนยางเฉลี่ย 14.06 ปี

2) รูปแบบการกรีดย

เกษตรกรชาวสวนยางมีการจ้างกรีดย ไร่ละ 58.3 รองลงมา กรีดยเอง ไร่ละ 30 กรีดยเองบางส่วนและจ้างกรีดยบางส่วน ไร่ละ 11.7 เกษตรกรมีการจ้างกรีดยมากทั้งนี้อาจเนื่องจากเนื้อที่ถือครองทำสวนยางพารามีมาก ประกอบกับในพื้นที่ที่มีแรงงานพม่ามากทำให้เกษตรกรเลือกที่จะจ้างกรีดยมากกว่ากรีดยตัวเอง

3) อัตราส่วนแบ่งการจ้างกรีดย

เกษตรกรชาวสวนยางมีอัตราส่วนแบ่งการจ้างกรีดย 60:40 ทั้งหมด กล่าวคือ เกษตรกรได้ 60 ส่วน ส่วนผู้กรีดยได้ 40 ส่วน จากทั้งหมด 100 ส่วน เนื่องจากเป็นอัตราที่ยุติธรรม และมีการใช้อัตราส่วนแบ่งนี้มานาน

4) ปริมาณน้ำยางที่กรีดยได้

เกษตรกรชาวสวนยางมีปริมาณน้ำยางสดที่กรีดยได้ไม่เกิน 60 กิโลกรัมต่อวัน ไร่ละ 34.5 รองลงมา ปริมาณน้ำยางสดมากกว่า 90 กิโลกรัมต่อวัน ไร่ละ 8.2 ปริมาณน้ำยางสด

61 – 70 กิโลกรัมต่อวัน ร้อยละ 5.5 ปริมาณน้ำยางสด 71 – 80 กิโลกรัม ร้อยละ 5.0 และปริมาณน้ำยางสด 81 – 90 กิโลกรัมต่อวัน ร้อยละ 1.8 ปริมาณน้ำยางสดเฉลี่ยที่กรี๊ดได้ 64.08 กิโลกรัมต่อวัน

ตารางที่ 4.3 รูปแบบการจัดการด้านการผลิตของเกษตรกร

รายการ	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
1) ขนาดเนื้อที่ถือครองทำสวนยางพารา (ไร่)		
≤ 10	27	22.5
11 – 20	36	30.0
21 – 30	22	18.3
> 30	35	29.2
เฉลี่ย	31	
2. พื้นที่เปิดกรี๊ด (ไร่)		
≤ 10	39	32.5
11 – 20	45	37.5
21 – 30	11	9.2
> 30	25	20.8
เฉลี่ย	23	
3) อายุของสวนยาง (ปี)		
≤ 10	30	25.0
11 – 20	83	69.2
21 – 30	7	5.8
เฉลี่ย	14.06	
4) รูปแบบการกรี๊ด		
จ้างกรี๊ดทั้งหมด	70	58.3
กรี๊ดเองทั้งหมด	36	30.0
กรี๊ดเองบางส่วนและจ้างกรี๊ดบางส่วน	14	11.7
5) อัตราส่วนการแบ่งผลประโยชน์	(n=84)	
60:40	84	100

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
6) ปริมาณน้ำยางที่กรี๊ดได้ (กิโลกรัม/วัน)		
≤ 60	76	34.5
61 – 70	12	5.5
71 – 80	11	5.0
81 -9 0	4	1.8
>90	18	8.2
เฉลี่ย	64.08	

4.2.2 การจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร ซึ่งประกอบด้วย สาเหตุที่เลือกขายน้ำยาง เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งที่ได้รับ แหล่งจำหน่ายน้ำยางสด และเหตุผลในการจำหน่ายน้ำยางสด ราคาขายน้ำยางสดที่ได้รับ รูปแบบการรับเงิน และราคาที่ได้รับ เกษตรกรได้รับ (ตารางที่ 4.4)

1) สาเหตุที่เลือกขายน้ำยางสด

เกษตรกรชาวสวนยางเลือกจำหน่ายน้ำยางสด เนื่องจากสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที ร้อยละ 95 ใช้ระยะเวลาในการทำงานได้น้อยลง ร้อยละ 32.5 กรี๊ดได้ในปริมาณไร่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.7 และอื่นๆ ร้อยละ 0.8 ได้แก่ ต้องการเงินหมุนเวียน ยืมเงินพ่อค้าคนกลางได้ก่อน และป้องกันการลักขโมย

2) เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งที่ได้รับ

เกษตรกรชาวสวนยางได้รับเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง 25 – 29 ร้อยละ 55.8 ไม่เกิน 25 เปอร์เซ็นต์ ร้อยละ 29.2 เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง 30 – 35 เป็น ร้อยละ 15 เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งที่เกษตรกรได้รับแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก อายุของยางที่แตกต่างกันและการวัดของพ่อค้าที่เกษตรกรนำไปขาย

3) การติดตามและตรวจสอบราคาน้ำยาง

เกษตรกรมีการตรวจสอบราคาน้ำยาง ร้อยละ 81.7 และไม่มีการตรวจสอบราคาน้ำยาง ร้อยละ 18.3 โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ตรวจสอบราคาน้ำยางจากพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 81.6 รองลงมาติดตามจากสหกรณ์น้ำยาง ร้อยละ 13.2 สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

ร้อยละ 4.0 กลุ่มรวบรวมน้ำยาง ร้อยละ 1.0 จากการสัมภาษณ์เกษตรกร ทราบว่าเกษตรกรทราบราคาน้ำยางจากพ่อค้าคนกลางจากป้ายราคาที่พ่อค้าคนกลางได้ติดประกาศไว้

4) แหล่งจำหน่ายและเหตุผลในการจำหน่ายน้ำยางสด

เกษตรกรชาวสวนยางเลือกขายน้ำยางให้กับพ่อค้าคนกลางร้อยละ 98.3 และขายให้กับสหกรณ์น้ำยาง ร้อยละ 1.7 เหตุผลที่เกษตรกร ร้อยละ 98.3 เลือกขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ ได้รับเงินสดทันที คิดเป็นร้อยละ 93.1 รองลงมาคือ แหล่งจำหน่ายอยู่ใกล้สวนยาง ร้อยละ 51.3 บริการขนส่งน้ำยาง ร้อยละ 5.1 มีความยุติธรรมในการตีค่าเปอร์เซ็นต์น้ำยาง ร้อยละ 3.4 และมีเครื่องชั่งที่เที่ยงตรงได้มาตรฐาน ร้อยละ 2.6 เนื่องจากในปี 2551 เกษตรกรชาวสวนยางที่จำหน่ายน้ำยางสดคำนึงถึงราคาน้ำยางสดและยางแผ่นไม่แตกต่างกันมากนัก และวิธีการผลิตที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ลดต้นทุนการผลิตได้มากกว่า สามารถใช้เวลาส่วนที่เหลือต่างกันไปประกอบอาชีพอื่นๆ ที่ได้รับประโยชน์และคุ้มค่ากว่า

ตารางที่ 4.4 รูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

รายการ	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
1) สาเหตุที่เลือกขายน้ำยางสด*		
สามารถได้รับเงินสดทันที	114	95.0
ใช้ระยะเวลาในการทำงานได้น้อยลง	39	32.5
กรีดยางได้ในปริมาณไร่ที่เพิ่มขึ้น	20	16.7
อื่นๆ	3	2.4
2) เปอร์เซนต์เนื้อยางแห้งที่ได้รับ (%)		
< 25	35	29.2
25 – 29	67	55.8
30 – 35	18	15
3) การติดตามและตรวจสอบราคาน้ำยาง		
มี	98	81.7
ไม่มี	22	18.3

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
4) แหล่งข้อมูลราคาน้ำยางสด	(n=98)	
พ่อค้าคนกลาง	80	81.6
สหกรณ์น้ำยาง	13	13.3
สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง	4	4.1
กลุ่มรวบรวมน้ำยาง	1	1.0
7) ราคาน้ำยางสดที่ได้รับ (บาทต่อกิโลกรัม)		
≤ 30	1	0.8
31 – 40	20	16.7
41 – 50	49	40.8
51 – 60	42	35.0
> 60	8	6.7
เฉลี่ย	51.14	
8) รูปแบบการรับเงินค่าน้ำยาง		
รับเงินสดทันทีที่ขาย	115	95.8
รับเฉพาะบิลแล้วนำไปเบิกสัปดาห์ละครั้ง	5	4.2
9) ราคาที่เกษตรกรได้รับ		
เท่ากับท้องตลาด	76	63.3
ต่ำกว่าท้องตลาด	44	36.7
10) ราคาที่เหมาะสม (บาทต่อกิโลกรัม)	(n=44)	
≤ 50	4	3.3
51 – 60	15	12.5
61 – 70	16	13.3
71 – 80	5	4.2
> 80	4	3.3
เฉลี่ย	68.63	

หมายเหตุ * ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

5) ราคาน้ำยางสดที่ได้รับเฉลี่ย รูปแบบการรับเงิน และราคาที่เกี่ยวข้องที่ได้รับ

เกษตรกรชาวสวนยางได้รับราคา 41 – 50 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 40.8 ราคา 51 – 60 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 35 ราคา 31 – 40 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 16.7 ราคาสูงกว่า 60 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 7.5 ราคาน้ำยางเฉลี่ย 51.14 บาทต่อกิโลกรัม และการรับเงินของเกษตรกรชาวสวนยางเกษตรกรได้รับเงินสดทันที ร้อยละ 95.8 มีเพียงร้อยละ 4.2 เท่านั้นที่รับเฉพาะบิลแล้วนำไปเบิกสัปดาห์ละครั้ง และราคาที่เกี่ยวข้องเกษตรกรคิดว่าเหมาะสม ราคาไม่เกิน 50 บาท ร้อยละ 3.3 ราคา 51 – 60 บาท ร้อยละ 12.5 ราคา 61 – 70 บาท ร้อยละ 13.3 ราคา 71 – 80 บาท ร้อยละ 4.2 และมากกว่า 80 ร้อยละ 3.3 ราคาเฉลี่ยที่ 68.63

4.3 ทักษะของเกษตรกรต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

การศึกษาทักษะของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลาง ผู้วิจัยได้ศึกษาภาพรวมซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้ (ตารางที่ 4.5)

ผลการวิเคราะห์ทักษะของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน พบว่า เกษตรกรมีทัศนคติโดยมีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.98 คือระดับทัศนคติดี หากแยกพิจารณาในรายละเอียดพบว่า

4.3.1 เกษตรกรชาวสวนยางมีระดับทัศนคติดีมาก

เกษตรกรชาวสวนยางมีระดับทัศนคติดีมากใน 2 ประเด็น ดังนี้

- 1) พ่อค้าคนกลางแจ้งการปิดรับซื้อน้ำยางล่วงหน้าทุกครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 เนื่องจากเกษตรกรสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจจำหน่ายผลผลิต
- 2) การจำหน่ายน้ำยางกับพ่อค้าคนกลางทำให้เกษตรกรมีเงินสดหมุนเวียนตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.50 ทั้งนี้เนื่องจากการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านนิยมใช้เมโทรแลควัตเปอร์เซ็นต์เนื่อยางแห้ง ทำให้ทราบเปอร์เซ็นต์เนื่อยางแห้ง และนำมาคำนวณมูลค่าได้ทันที จึงสามารถจ่ายเงินสดให้เกษตรกรนำเงินไปใช้จ่ายได้ทันที

4.3.2 เกษตรกรชาวสวนยางมีระดับทัศนคติดี

เกษตรกรมีระดับทัศนคติดีใน 6 ประเด็น ดังนี้

- 1) พ่อค้าคนกลางติดป้ายราคาน้ำยางให้ลูกค้าทราบทุกวัน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 เนื่องจากเกษตรกรชาวสวนยางไม่มีเวลาในการติดตามราคาน้ำยางจากหน่วยงานต่างๆ เมื่อพ่อค้าคนกลางมีการติดป้ายราคาน้ำยางทำให้เกษตรกรชาวสวนยางทราบราคาน้ำยางของพ่อค้าคนกลางแต่ละรายเพื่อใช้ตัดสินใจในการจำหน่ายน้ำยางสดของตนเอง
- 2) พ่อค้าคนกลางให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาน้ำยางอย่างเพียงพอทันสมัยและรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64

ตารางที่ 4.5 ทักษะของเกษตรกรชาวสวนยางพาราต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

พฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสด	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1) พ่อค้าคนกลางแจ้งการปิดรับซื้อน้ำยางล่วงหน้าทุกครั้ง	4.51	ดีมาก
2) การจำหน่ายน้ำยางกับพ่อค้าคนกลางทำให้เกษตรกรมีเงินสดหมุนเวียนตลอดเวลา	4.50	ดีมาก
3) พ่อค้าคนกลางคิดป้ายราคาน้ำยางให้ลูกค้าทราบทุกวัน	4.11	ดี
4) พ่อค้าคนกลางให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาน้ำยางอย่างเพียงพอทันสมัยและรวดเร็ว	3.64	ดี
5) จำนวนพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อน้ำยางในแต่ละจุดรับซื้อมีมากเพียงพอ	4.31	ดี
6) พ่อค้าคนกลางอำนวยความสะดวกในเรื่องการขนส่งน้ำยาง	4.31	ดี
7) พ่อค้าคนกลางกำหนดเวลารับซื้อที่แน่นอน (07.00 น.-13.00 น.)	4.36	ดี
8) พ่อค้าคนกลางมีของขวัญให้กับลูกค้าในเทศกาลต่างๆ	3.55	ดีปานกลาง
9) พ่อค้าคนกลางกำหนดราคาซื้อที่เหมาะสมกับเปอร์เซ็นต์น้ำยาง	3.07	ดีปานกลาง
10) พ่อค้าคนกลางมีเครื่องมือชั่งน้ำหนักที่เชื่อถือได้	3.10	ดีปานกลาง
11) พ่อค้าคนกลางมีเครื่องมือในการวัดเปอร์เซ็นต์น้ำยางแห้งที่เชื่อถือได้	3.21	ดีปานกลาง
12) พ่อค้าคนกลางสามารถจ่ายเงินให้กับเกษตรกรก่อนในกรณีลูกค้าขอความช่วยเหลือด้านการเงิน	3.20	ดีปานกลาง
13) พ่อค้าคนกลางเปิดโอกาสให้เกษตรกรต่อรองราคาได้	2.41	ไม่สู้ดี
14) ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางของพ่อค้าในภาพรวม	3.98	ดี

3) จำนวนพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อน้ำยางในแต่ละจุดรับซื้อมีมากเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 เนื่องจากจำนวนพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ศึกษามีจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันสูง ส่งผลให้ราคาซื้อน้ำยางสูงขึ้น และเกษตรกรมีความสะดวกในการจำหน่ายน้ำยาง

4) พ่อค้าคนกลางอำนวยความสะดวกในเรื่องการขนส่งน้ำยาง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 เนื่องจากพ่อค้าคนกลางมีรถรับน้ำยางมาที่จุดรับซื้อส่งผลให้เกษตรกรมีทัศนคติที่ดีในเรื่องการบริการการขนส่งน้ำยาง

5) การรวมกลุ่มขายน้ำยางของเกษตรกรจะทำให้ขายได้ราคาสูงขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 เกษตรกรชาวสวนยางคิดว่าการรวมกลุ่มของเกษตรกรทำให้เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาน้ำยางสดต่อพ่อค้าคนกลาง

6) พ่อค้าคนกลางกำหนดเวลารับซื้อที่แน่นอน (07.00 น. – 13.00 น.) โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับดี

4.3.3 เกษตรกรมีระดับทัศนคติดีปานกลาง

เกษตรกรชาวสวนยางมีทัศนคติดีปานกลางใน 4 ประเด็น ดังนี้

- 1) พ่อค้าคนกลางมีของขวัญให้กับลูกค้าในเทศกาลต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55
- 2) พ่อค้าคนกลางกำหนดราคารับซื้อเหมาะสมกับเปอร์เซ็นต์น้ำยาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.07
- 3) พ่อค้าคนกลางมีเครื่องมือชั่งน้ำหนักที่เชื่อถือได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.10
- 4) พ่อค้าคนกลางสามารถจ่ายเงินให้กับเกษตรกรก่อนในกรณีลูกค้าขอความช่วยเหลือด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.20

4.3.3 เกษตรกรมีระดับทัศนคติไม่สู้ดี

เกษตรกรชาวสวนยางมีทัศนคติไม่สู้ดีในประเด็น เกษตรกรมีอำนาจต่อรองราคา โดยมีค่าเฉลี่ย 2.41 เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบันเกษตรกรขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง และต้องการเงินสดหมุนเวียน ทำให้เกษตรกรชาวสวนยางขาดอำนาจในการต่อรองราคา

4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลาง

4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจกับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือน การเป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรในชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมกรรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางพารา
ต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในภาพรวม

ปัจจัยทางสังคม	ค่าสถิติ χ^2	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
เพศ	0.923	NS
อายุ	2.762	NS
ระดับการศึกษา	7.520	NS
รายได้รวมของครัวเรือน	5.483	NS
การเป็นสมาชิกกลุ่มในองค์กรในชุมชน	0.068	NS

หมายเหตุ NS หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดกับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางพาราต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดกับระดับทัศนคติของชาวสวนยางพาราต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน พบว่า ปริมาณ การติดตามและตรวจสอบราคาขายน้ำยาง ราคาซื้อขายที่ได้รับ เปอร์เซ็นต์น้ำยางสดเฉลี่ย รูปแบบการกรีด ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเฉลี่ยของชาวสวนยางพาราต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางกับทัศนคติของชาวสวนยางพารา

ต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในภาพรวม

ปัจจัย	ค่าสถิติ χ^2	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
ปริมาณ	8.938	NS
การติดตามและตรวจสอบราคาขายน้ำยาง	0.706	NS
ราคาซื้อขายที่ได้รับเฉลี่ย	0.219	NS
เปอร์เซ็นต์น้ำยางสดเฉลี่ย	0.926	NS
รูปแบบการกรีด	3.432	NS

หมายเหตุ NS หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

ปัญหาในการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยางพาราพบว่า เกษตรกรมีปัญหาจากการขาดอำนาจการต่อรองราคา ร้อยละ 20.8 เนื่องจากเกษตรกรขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งต่างคนต่างจำหน่าย การจำหน่ายส่วนใหญ่จึงผ่านพ่อค้ากลาง ปัญหาการชั่งน้ำยางสด/การคิดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง ร้อยละ 16.7 เนื่องจากขั้นตอนการวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งและการชั่งน้ำหนักจะกระทำโดยผู้รับซื้อเพียงฝ่ายเดียว ส่งผลให้ไม่ได้รับความยุติธรรม เกษตรกรชาวสวนยางที่จำหน่ายผ่านสหกรณ์ต้องถูกหักน้ำหนักน้ำยางสด ร้อยละ 15.0 และความผันผวนของราคาน้ำยางสด ร้อยละ 12.5 (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ปัญหาการจำหน่ายน้ำยางสด

ปัญหาการจำหน่ายน้ำยางสด	จำนวน (n=120)	ร้อยละ
1) ขาดอำนาจการต่อรองราคา	25	20.8
2) ปัญหาการชั่งน้ำยางสด/การคิดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง	20	16.7
3) เกษตรกรที่ขายผ่านสหกรณ์ต้องถูกหักน้ำหนักน้ำยางสด	18	15.0
4) ความผันผวนของราคาน้ำยางสด	15	12.5

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถสรุปผลการวิจัย ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยางพารา (2) รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยางพารา (3) ปัจจัยที่มีผลต่อระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมมารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน (4) ปัญหาการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยางพารา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ และปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากเกษตรกรชาวสวนยางที่เคยจำหน่ายน้ำยางสดให้พ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จำนวน 120 ราย โดยใช้เป็นแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติอย่างง่าย และสถิติไคสแควร์ ได้ผลการศึกษา ดังนี้

5.1.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรชาวสวนยาง

เกษตรกรชาวสวนยางเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.5 ซึ่งมีอายุเฉลี่ยที่ 42 ทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ เกษตรกรจบการศึกษาในระดับ ประถมศึกษา และปวส./อนุปริญญาในจำนวนที่เท่ากัน ร้อยละ 21.7 สถานภาพสมรส ร้อยละ 70.8 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย ซึ่งเป็นแรงงานที่ช่วยทำสวนยาง ร้อยละ 2 เป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรในชุมชน ร้อยละ 81.7 โดยเป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ร้อยละ 64.2 เกษตรกรประกอบอาชีพทำสวนยางพาราเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 79.1 มีรายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ย 22,520 บาทต่อเดือน โดยเป็นรายได้จากการทำสวนยางพาราเฉลี่ย 16,495 บาทต่อเดือน มีภาวะหนี้สิน ร้อยละ 67.5 มีจำนวนหนี้สินเฉลี่ย 248,843 บาท โดยมีแหล่งกู้ยืมจาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ร้อยละ 50.6 โดยมีจุดประสงค์ของการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในสวนยาง ร้อยละ 56.8

5.1.2 รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

เกษตรกรชาวสวนยางมีขนาดเนื้อที่ถือครองทำสวนยางเฉลี่ย 30.86 ไร่ มีอายุของสวนยางเฉลี่ย 14.06 ปี มีการจ้างกรีดยังกรีดยัง ร้อยละ 58.3 ทุกรายมีอัตราส่วนแบ่งผลประโยชน์ 60:40 จำนวน 84 ราย มีปริมาณน้ำยางที่กรีดยังได้เฉลี่ย 64.08 กิโลกรัมต่อวัน สาเหตุที่เกษตรกรเลือกขายน้ำยางสดเนื่องจากสามารถได้รับเงินสดทันที ร้อยละ 95.0 ได้น้ำยาง 25 – 29 เปอร์เซ็นต์

ร้อยละ 55.8 มีการติดตามตรวจสอบราคาน้ำยางสด ร้อยละ 81.7 โดยติดตามจาก พ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 81.6 และจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 98.3 เหตุผลที่เลือกขายให้กับพ่อค้าคนกลางคือ ได้รับเงินสดทันที ร้อยละ 93.1 ราคาน้ำยางสดที่ได้รับเฉลี่ย 51.14 บาทต่อกิโลกรัม รูปแบบการรับเงินค่าน้ำยางคือ รับเงินสดทันทีที่ขาย ร้อยละ 95.8 เกษตรกรคิดว่าราคาที่ได้รับเท่ากับท้องตลาด ร้อยละ 63.3

5.1.3 ทักษะคติของเกษตรกรต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

เกษตรกรชาวสวนยางมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้านในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเกษตรกรมีระดับทัศนคติดีมากในประเด็น พ่อค้าคนกลางแจ้งการปัดรับซื้อน้ำยางล่วงหน้าทุกครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 การจำหน่ายน้ำยางกับพ่อค้าคนกลางทำให้เกษตรกรมีเงินสดหมุนเวียนตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.50 เกษตรกรมีระดับทัศนคติดีในประเด็น พ่อค้าคนกลางติดป้ายราคาน้ำยางให้ลูกค้าทราบทุกวัน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 พ่อค้าคนกลางให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาน้ำยางอย่างเพียงพอทันสมัยและรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 จำนวนพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อน้ำยางในแต่ละจุดรับซื้อมีมากเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 พ่อค้าคนกลางอำนวยความสะดวกในเรื่องการขนส่งน้ำยาง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 พ่อค้าคนกลางกำหนดเวลารับซื้อที่แน่นอน (07.00 น. – 13.00 น.) โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 พ่อค้าคนกลางมีของขวัญให้กับลูกค้าในเทศกาลต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55 เกษตรกรมีระดับทัศนคติปานกลางในประเด็น พ่อค้าคนกลางกำหนดราคารับซื้อเหมาะสมกับเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 พ่อค้าคนกลางมีเครื่องมือชั่งน้ำหนักที่เชื่อถือได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.10 พ่อค้าคนกลางสามารถจ่ายเงินให้กับเกษตรกรก่อนในกรณีลูกค้าขอความช่วยเหลือด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.20 และเกษตรกรมีระดับทัศนคติไม่สู้ดีในประเด็นพ่อค้าคนกลางเปิดโอกาสให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองราคาได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.41

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมเศรษฐกิจ และรูปแบบการจำหน่ายน้ำยางสดต่อระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลาง

จากการวิเคราะห์พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ครัวเรือน การเป็นสมาชิกกลุ่มองค์กรในชุมชน ปริมาณ การติดตามและตรวจสอบราคาขายน้ำยาง ราคาน้ำยางสดที่ได้รับเฉลี่ย เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง รูปแบบการกรีด ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในภาพรวมของตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

5.1.5 ปัญหาของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในการจำหน่ายน้ำยางสด

เกษตรกรประสบปัญหาในการจำหน่ายน้ำยางสด คือ ขาดอำนาจการต่อรองราคา ร้อยละ 20.8 ปัญหาการชั่งน้ำยางสด/การคิดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง ร้อยละ 16.7 เกษตรกรที่จำหน่ายผ่านสหกรณ์ต้องถูกหักน้ำหนักน้ำยางสด ร้อยละ 15.0 ความผันผวนของราคาน้ำยางสด ร้อยละ 12.5

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรชาวสวนยางมีระดับทัศนคติปานกลางในประเด็นพ่อค้าคนกลางมีของขวัญให้กับลูกค้าในเทศกาลต่างๆ พ่อค้าคนกลางกำหนดราคารับซื้อเหมาะสมกับเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง พ่อค้าคนกลางมีเครื่องมือชั่งน้ำหนักที่เชื่อถือได้ พ่อค้าคนกลางสามารถจ่ายเงินให้กับเกษตรกรก่อนในกรณีลูกค้าขอความช่วยเหลือด้านการเงิน และเกษตรกรมีระดับทัศนคติไม่สู้ดีในประเด็นพ่อค้าคนกลางเปิดโอกาสให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองราคาได้ ดังนั้นขอเสนอแนะให้

1) พ่อค้าคนกลางควรมีความซื่อสัตย์ และมีความยุติธรรมในการชั่งน้ำหนัก โดยใช้เครื่องชั่งที่ได้มาตรฐาน และมีการวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งแบบตรงไปตรงมา นอกจากนี้พ่อค้าคนกลางอาจคืนกลับผลประโยชน์ให้กับเกษตรกรที่เป็นลูกค้าประจำ โดยมีของขวัญเล็กๆ น้อยๆ ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น

2) พ่อค้าคนกลางควรมีบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิตการตลาดมาเผยแพร่ให้เกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรรับรู้ถึงสถานการณ์ราคาน้ำยางสดในปัจจุบัน

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับเกษตรกร

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรประสบปัญหาในการจำหน่ายน้ำยางสดในประเด็นขาดอำนาจการต่อรองราคา ในการจำหน่ายน้ำยางสดผ่านสหกรณ์ต้องถูกหักน้ำหนักน้ำยางสดและความผันผวนของราคาน้ำยางสด ดังนั้นขอเสนอแนะให้

1) เกษตรกรต้องรักษาระดับคุณภาพของน้ำยางสดอย่างสม่ำเสมอ ไม่มีการเจือปนสิ่งแปลกปลอม

2) เกษตรกรควรมีการเปรียบเทียบราคารับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางในแต่ละรายเพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางรายใดรายหนึ่ง

3) เกษตรกรควรมีการติดตามสถานการณ์การด้านราคาอย่างใกล้ชิด จากสื่อ และหน่วยงานต่างที่เกี่ยวข้องที่ไม่ใช่พ่อค้าคนกลางเพียงอย่างเดียว เช่น ติดตามจากตลาดกลางยางพารา

4) เกษตรกรชาวสวนยางควรมีการรวมกลุ่มอย่างจริงจัง เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มอำนาจการต่อรองราคา และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในด้านราคา

5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาของเกษตรกรในการจำหน่ายน้ำยางสด คือ ปัญหาในการชั่งน้ำยางสด/การคิดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง ดังนั้นขอเสนอแนะ

1) สนับสนุนให้สถาบันการศึกษาคิดค้นเครื่องวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งที่รวมเร็ว และมีประสิทธิภาพสามารถนำไปใช้ได้ทางปฏิบัติ

2) กรมการค้าภายใน สำนักชั่งตวงวัด ดำเนินการตรวจสอบเครื่องชั่งของพ่อค้าคนกลางอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันการเอาเปรียบกับเกษตรกร

3) ตลาดกลางยางพาราควรมีช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลด้านการตลาด และราคาแก่เกษตรกรหลายช่องทางมากขึ้น และสอดคล้องกับพฤติกรรมกรับข้อมูลของเกษตรกร เช่น การให้ข้อมูลผ่านทางกลุ่มเกษตรกรที่เกษตรกรร้อยละ 80 เป็นสมาชิกกลุ่ม เป็นต้น

5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.1 ข้อจำกัดในการวิจัย

1) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการจดบันทึกข้อมูลรายรับรายจ่ายเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จึงเป็นข้อมูลประมาณการของเกษตรกรชาวสวนยาง

2) ในการรวบรวมข้อมูลในแต่ละหมู่บ้านซึ่งห่างไกลกันทำให้ผู้วิจัยต้องใช้เวลาในการเดินทางและเส้นทางคมนาคมไม่สะดวกนัก

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาหรือทำการวิจัยในครั้งต่อไป คือ

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนยางในการจำหน่ายน้ำยางสดแก่สหกรณ์น้ำยาง

2) ปัจจัยที่มีผลต่อความเข้าใจ ทักษะคิดและพฤติกรรมกรับรู้ข่าวสารด้านราคาน้ำยางสดของเกษตรกรชาวสวนยาง

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาที่ดิน. 2551ก. การใช้เทคโนโลยีการสำรวจระยะไกลและระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
สำรวจและประเมินผลผลิตยางพารา. [ออนไลน์] : URL: <http://www.ladd.go.th/menu/assess/report%20para2547.pdf> [ค้นวันที่ 29 พฤษภาคม 2551]
- กรมพัฒนาที่ดิน. 2551ข. การใช้เทคโนโลยีการสำรวจระยะไกลและระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์
สำรวจและประเมินผลผลิตยางพารา. [ออนไลน์] : URL: <http://www.ladd.go.th/menu/assess/report%20para2547.pdf> [ค้นวันที่ 29 พฤษภาคม 2551]
- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2551. ที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรม. [ออนไลน์] : URL:<http://www.industry.go.th/page/home.aspx>[ค้นวันที่ 27 เมษายน 2551]
- ชุมพล พูลศิริ. 2543. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการขายยางแผ่นดิบละน้ำยางสดในจังหวัด
พังงา. [ออนไลน์]URL:<http://lib.oae.go.th/elib/cgi-bin/opacexe.exe?op=dsp&opt=crd&bid=3466&kid=0&db=Main&pat=fulltext&cat=aut&skin=u&lpp=20&catop=&scid=zzz&lang=0> [ค้นวันที่ 29 สิงหาคม 2551]
- ดวงเดือน พันธมนาวิน. 2518. อิทธิพลของสังคมต่อทัศนคติของวัยรุ่น. [ออนไลน์] : URL:
<http://search.library.tu.ac.th/ipac20/ipac.jsp?session=1C4A74T531955.333708&profile>
[ค้นวันที่ 30 เมษายน 2552]
- นงลักษณ์ สืบชนะ. 2549. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกร
ชาวสวนยางในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 2549.
- บุญนิสา ศรีปรางค์. 2547. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางใน
เขตพื้นที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง. [ออนไลน์] URL:<http://opac.trang.psu.ac.th/BibDetail.aspx?bibno=12581>
- บุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ์. 2539. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย.
[ออนไลน์]. URL <http://opac2.clib.psu.ac.th/BibDetail.aspx?bibno=598>:
- ประดับดวง คงเลิศ. 2546. ผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการขาย
ผลผลิตยางพารา จากยางแผ่นดิบเป็นน้ำยางสด ในตำบลนิคมพัฒนา กิ่งอำเภอมะนัง
จังหวัดสตูล. สงขลา: สารนิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

บรรณานุกรม(ต่อ)

- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526. **ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย.**[ออนไลน์]:
URL: <http://opac2.clib.psu.ac.th/BibDetail.aspx?bibno=18592> [ค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2552]
- พูนผล ธรรมธวัช. 2547. **ยางพารา.** กรุงเทพฯ. เซาเทริน์รับเบอร์, สนพ.
- มาโนชญ์ สีนตระกูล. 2550. **รูปแบบการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสดในตำบลทุ่งคำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.** สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วโรทัย หนูขาว. 2549. **ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.** สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพ. 2551. **การหาปริมาณเนื้อยางแห้ง.** [ออนไลน์] :
URL:http://web.agri.cmu.ac.th /rdunit/research %20fund/fund_050751.html[ค้นวันที่ 22 พฤษภาคม 2552]
- สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร. 2548. **ข้อมูลวิชาการยางพารา.** (ออนไลน์). URL: <http://www.rubberthai.com> (ค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2552)
- สมมาตร แสงประดับ. 2537. **การตลาดยางของชาวสวนยางรายย่อยในเขตภาคใต้ตอนบน.** [ออนไลน์]. URL: <http://www.rubberthai.com/research/year/36/14.htm> [สืบค้นวันที่ 18 ธันวาคม 2551]
- สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล. 2550. **เอกสารประกอบการเรียนการสอน วิชาวิธีวิจัยทางธุรกิจเกษตร.** หลักสูตรปริญญาโท สาขาธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สมาคมยางพาราไทย. 2549. **สถิติยาง.** (ออนไลน์). URL:<http://www.thainr.com> (ค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2552)
- สุพล ธนุรักษ์. ม.ป.ป. **การหาค่าเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งในน้ำยางสด.** กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551ก. **สถิติการเกษตรของประเทศไทย.** [ออนไลน์]. URL: <http://www.oae.go.th/statistic> [ค้นวันที่ 5 มกราคม 2552]
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551ข. **สถิติการเกษตรของประเทศไทย.** [ออนไลน์]. URL: <http://www.oae.go.th/statistic> [ค้นวันที่ 5 มกราคม 2552]

บรรณานุกรม(ต่อ)

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551ค. สถิติการเกษตรของประเทศไทย. [ออนไลน์]. URL: <http://www.oae.go.th/statistic> [ค้นวันที่ 19 เมษายน 2552]
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551ง. สถิติการเกษตรของประเทศไทย. [ออนไลน์]. URL: <http://www.oae.go.th/statistic> [ค้นวันที่ 20 พฤษภาคม 2552]
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. 2551. ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ปี 2545-2551. [ออนไลน์] : URL: http://rubber.co.th/rubberprice_1a.xls[ค้นวันที่ 21 พฤษภาคม 2551]
- เสมอ สมนาถ. 2536. ส่วนเหลือมการตลาดของพ้อค้ำคนกลางจังหวัดระยอง. [ออนไลน์]. URL: <http://www.rubberthai.com/research/year/36/14.htm> [สืบค้นวันที่ 3 กันยายน 2551]

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ชุดที่.....

สถานที่.....

วันที่สัมภาษณ์...../...../.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการรวบรวมข้อมูลโครงการวิจัยเพื่อสารนิพนธ์ (Minor Thesis) สำหรับหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย และเพื่อศึกษาทักษะคิดของเกษตรกรชาวสวนยางต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้านในพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามบนความเป็นจริง และโดยอิสระ ข้อมูลทั้งหมดที่ได้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในครั้งนี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางสังคม เศรษฐกิจของเกษตรกร

ส่วนที่ 2 รูปแบบจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดของเกษตรกรต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค ในการขายน้ำยางสดของเกษตรกร

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความและกรอกรายละเอียดในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจชาวสวนยาง

1. เพศ (A 01)

() 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ (โปรดระบุ).....ปี (A 02)

3. ศาสนา (โปรดระบุ)..... (A 03)

4. ระดับการศึกษา (A 04)
- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษา
- () 3. ปวส./อนุปริญญา () 4.ปริญญาตรี
- () 5. สูงกว่าปริญญาตรี () 6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
5. สถานภาพ (A 05)
- () 1. โสด () 2. สมรส
- () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (โปรดระบุ).....คน (A 06)
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยเหลือสวณยาง (โปรดระบุ).....คน (A 07)
8. อาชีพ(โปรดระบุ) (A 08)
- 6.1 อาชีพหลัก.....
- 6.2 อาชีพรอง.....
9. รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน (โปรดระบุ).....บาท (A 09)
10. รายได้จากการทำสวนยางพาราเฉลี่ยต่อเดือน (โปรดระบุ).....บาท (A 10)
11. ภาวะหนี้สินของครอบครัว (A 11)
- () 1. มี () 2. ไม่มี(ข้ามไปทำข้อ 15)
12. ท่านมีหนี้สินรวม(โปรดระบุ).....บาท (A 12)
13. ท่านกู้ยืมเงินจากแหล่งใดบ้าง (A 13)
- () 1. ธนาคารพาณิชย์ () 2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
- () 3. กองทุนหมู่บ้าน () 4. แหล่งเงินกู้นอกระบบ
- () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
14. ท่านกู้ยืมเงินเพื่อวัตถุประสงค์ใด (A 14)
- () 1. ใช้จ่ายในครัวเรือน () 2. ใช้จ่ายเพื่อการศึกษาบุตร
- () 3. เพื่อการลงทุนในส่วนยาง () 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
15. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่มหรือองค์กรในชุมชนหรือไม่ (A 15)
- () 1. ไม่เป็น (ข้ามไป ส่วนที่ 2) () 2. เป็น
16. กลุ่มหรือองค์กรในชุมชนที่ท่านเป็นสมาชิก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (A 16)
- () 1. กลุ่มรวบรวมน้ำยาง () 2. กองทุนหมู่บ้าน
- () 3. กลุ่มออมทรัพย์ () 4. สหกรณ์น้ำยาง
- () 5. อื่น ๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2 รูปแบบการจัดการด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำยางสดของเกษตรกร

1. ท่านมีที่ดินทำสวนยางพาราทั้งหมด.....ไร่ (B 01)
เป็นสวนยางที่เปิดกรีดยางได้ไร่ อายุของสวนยาง.....ปี
2. รูปแบบการกรีด (B 02)
 - () 1. กรีดเองทั้งหมด () 2. จ้างกรีดทั้งหมด
 - () 3. กรีดเองจำนวน ไร่ และจ้างกรีด จำนวน ไร่
3. กรณีจ้างกรีด อัตราส่วนการแบ่งผลประโยชน์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง เป็นอย่างไร (B 03)
 - () 1. 60:40 () 2. 50:50
 - () 3. 70:30 () 4. อื่นๆ (ระบุ).....
4. ปริมาณน้ำยางที่กรีดได้เฉลี่ย.....กิโลกรัมต่อวัน (B 04)
5. สาเหตุที่ท่านเลือกจำหน่ายน้ำยางสดเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (B 05)
 - () 1. สามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที
 - () 2. ใช้ระยะเวลาในการทำงานได้น้อยลง
 - () 3. กรีดยางได้ในปริมาณไร่ที่เพิ่มขึ้น
 - () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. เปอร์เซนต์เนื้อยางแห้งของท่านอยู่ในระดับใด (B 06)
 - () 1. 36 -40 เปอร์เซนต์ () 2. 30-35 เปอร์เซนต์
 - () 3. 25-29 เปอร์เซนต์ () 4. ต่ำกว่า 25 เปอร์เซนต์
7. ท่านมีการติดตามและตรวจสอบราคาน้ำยางหรือไม่ (B 07)
 - () 1. มี () 2. ไม่มี (ข้ามไปทำข้อ 5)
8. ท่านได้ติดตามและตรวจสอบราคาน้ำยางจากที่ใด (B 08)
 - () 1. พ่อค้าคนกลาง () 2. กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
 - () 3. สหกรณ์น้ำยาง () 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
9. ท่านเลือกจำหน่ายน้ำยางกับใคร**บ่อยที่สุด** (ตอบได้เพียง 1 ข้อ) (B 09)
 - () 1. พ่อค้าคนกลาง () 2. สหกรณ์น้ำยาง
 - () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. เหตุผลที่ท่านเลือกจำหน่ายให้ผู้รับซื้อข้างต้น เพราะ (B 10)
 - () 1. ได้รับเงินสดทันที
 - () 2. มีความยุติธรรมในการตีค่าเปอร์เซนต์น้ำยาง
 - () 3. เครื่องชั่งเที่ยงตรง ได้มาตรฐาน
 - () 4. แหล่งจำหน่ายอยู่ใกล้สวนยาง

- () 5. อื่น ๆ ระบุ.....
11. ราคาน้ำยางสดที่ท่านได้รับเฉลี่ย (ปี 2551) กิโลกรัมละ.....บาท (B 11)
12. ท่านได้รับการชำระเงินค่าน้ำยางที่นำมาจำหน่ายในแต่ละวันอย่างไร (B 12)
- () 1. รับเงินสดทันทีที่จำหน่ายทุกวัน
- () 2. รับเฉพาะบิลแล้วนำไปเบิกสัปดาห์ละครั้ง
- () 3. รับเฉพาะบิลแล้วนำไปเบิกเดือนละครั้ง
- () 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
13. ท่านคิดว่าราคาน้ำยางที่ท่านได้รับเป็นอย่างไร (B 13)
- () 1. ค่อนข้างสูงกว่าท้องตลาด
- () 2. ค่อนข้างต่ำกว่าท้องตลาด ที่เหมาะสมควรราคา บาท/กก.
- () 3. เท่ากับท้องตลาด
14. ท่านคิดว่าขั้นตอนการรับซื้อน้ำยางขั้นตอนใดที่ควรปรับปรุง (B 14)
- () 1. การชั่งน้ำหนัก
- ปัญหา.....
- ระบุวิธีการปรับปรุง.....
- () 2. การวัดปริมาณเนื้อยาง (% น้ำยาง)
- ปัญหา.....
- ระบุวิธีการปรับปรุง.....
- () 3. การชำระเงิน
- ปัญหา.....
- ระบุวิธีการปรับปรุง.....
- () 4. อื่น ๆ ระบุ.....
- ปัญหา.....
- ระบุวิธีการปรับปรุง.....

ส่วนที่ 3 ทักษะคิของเกษตรกรต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางระดับ

หมู่บ้านในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ท่านมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสดของพ่อค้าคนกลางในระดับใด

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

พฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางสด	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	
1. พ่อค้าคนกลางติดป้ายราคาน้ำยางให้ลูกค้าทราบทุกวัน						(C 01)
2. พ่อค้าคนกลางให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาน้ำยางอย่างเพียงพอ ทันสมัยและรวดเร็ว						(C 02)
3. จำนวนพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อน้ำยางในแต่ละจุดรับซื้อมีมากเพียงพอ						(C 03)
4. พ่อค้าคนกลางอำนวยความสะดวกในเรื่องการขนส่งน้ำยาง						(C 04)
5. เกษตรกรมีอำนาจการต่อรองราคาขายน้ำได้น้อย						(C 05)
6. การรวมกลุ่มขายน้ำยางของเกษตรกรจะทำให้ขายได้ราคาสูงขึ้น						(C 06)
7. พ่อค้าคนกลางกำหนดราคาซื้อเหมาะสมกับเปอร์เซ็นต์น้ำยาง						(C 07)
8. พ่อค้าคนกลางมีเครื่องมือในการวัดเปอร์เซ็นต์น้ำยางที่เชื่อถือได้						(C 08)
9. พ่อค้าคนกลางมีเครื่องมือชั่งน้ำหนักที่เชื่อถือได้						(C 09)
10. พ่อค้าคนกลางรับซื้อน้ำยางกำหนดเวลาซื้อที่แน่นอน (07.00 น. – 13.00 น.)						(C 10)
11. พ่อค้าคนกลางแจ้งการปิดรับซื้อน้ำยางล่วงหน้าทุกครั้ง						(C 11)
12. พ่อค้าคนกลางมีของขวัญให้กับลูกค้าในเทศกาลต่างๆ						(C 12)
13. พ่อค้าคนกลางสามารถจ่ายเงินให้กับเกษตรกรก่อนในกรณีลูกค้าขอความช่วยเหลือด้านการเงินฉุกเฉิน						(C 13)
14. การจำหน่ายน้ำยางกับพ่อค้าคนกลางทำให้ท่านมีเงินสดหมุนเวียนตลอดเวลา						(C 14)
15. ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการรับซื้อน้ำยางของพ่อค้าในภาพรวม						(C 15)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายน้ำยางของเกษตรกร

1. ปัญหาและอุปสรรคในจำหน่ายน้ำยางสด

(D 01)

1).....

2).....

3).....

4).....

5).....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวชลินญา	ประพรหม
วัน เดือน ปีเกิด	5 เมษายน 2527	
วุฒิการศึกษา		
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บัญชีบัณฑิต	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2549
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน		
พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงานทั่วไป โรงเรียนส่องแสงพัฒนิกการ	