



ทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร
ผู้ปลูกยางพาราในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

**Rubber Farmers' Attitudes Towards the Agricultural Futures Exchange
of Thailand (AFET) in Hatyai District, Songkhla Province**

ธูวพล ไทยบุรี

Thuwapol ThaiBuri

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร
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 ทศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร
 ผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นายรุพล ไทยบุรี
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษา

คณะกรรมการสอบ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชัญญา ทองรักษ์)

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชัญญา ทองรักษ์)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปริญญา เนติโถม)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรี๊ด พรมหมี)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ เจริญจิระตระกูล)
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร

ชื่อสารนิพนธ์ ทศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร
 ผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นายธวัชพล ไทยบุรี
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทางสังคม เศรษฐกิจและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพารา 2) การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ 3) ทศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และ 5) ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร โดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราขนาดกลาง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 50 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติไคสแควร์ (Chi-Squares : χ^2)

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกร ร้อยละ 52 เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 41 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 54 มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน และมีสมาชิกที่ช่วยทำการเกษตรเฉลี่ย 1 คน ทำสวนยางพาราเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 40 มีรายได้สุทธิเฉลี่ย 39,040 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 98 มีแหล่งเงินทุนหลักมาจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางส่วนใหญ่มีหนี้สินและเป็นหนี้เฉลี่ย 1.14 ล้านบาทต่อครัวเรือน เกษตรกรมีพื้นที่การเกษตรของตนเอง เฉลี่ย 76 ไร่ มีพื้นที่ปลูกยางเฉลี่ย 73 ไร่ เกษตรกร ร้อยละ 86 จำหน่ายยางพาราในลักษณะน้ำยางสด ส่วนใหญ่จำหน่ายยางพาราทันที และไม่มีการจัดชั้นคุณภาพยางพารา ปัญหาสำคัญด้านการผลิต ได้แก่ ปัญหาแรงงาน ปัจจัยการผลิตมีราคาสูง เปรอร์เซ็นต์ของน้ำยางต่ำ และปัญหาโรคระบาด ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ราคาผลผลิตตกต่ำ ไม่สามารถคาดคะเนราคาที่แน่นอนได้ มีการผูกขาดผลผลิตภายในพื้นที่ และมีการรับซื้อผลผลิตในปริมาณที่จำกัด เกษตรกรร้อยละ 62 ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ จากการอบรมและสัมมนา แต่ยังคงต้องการการอบรมให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้นในด้านประโยชน์จากการใช้บริการของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

เกษตรกรมีทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ระดับดีในประเด็นตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มีการจัดชั้นคุณภาพที่แน่นอนชัดเจน แต่ละตำบลควรมีผู้นำเกษตรกรที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ เพื่อคอยให้คำปรึกษา มีราคาซื้อขายยางล่วงหน้าให้ใช้

อ้างอิงได้และช่วยลดความเสี่ยงด้านราคา มีทัศนคติไม่สู้ดีในประเด็นตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ใช้เงินลงทุนต่ำ ข้อมูลที่ได้รับมีเนื้อหาเข้าใจง่าย มีผู้ให้คำแนะนำเกษตรกรได้เป็นอย่างดี และสามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้ ปัจจุบันเกษตรกร ร้อยละ 64 นำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ แต่ร้อยละ 74 ไม่ได้เข้าไปซื้อขายในตลาดดังกล่าว ในอนาคตเกษตรกร ร้อยละ 72 มีความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายอย่างพาราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ $\alpha = 0.05$ ได้แก่ พื้นที่ปลูกยางพาราของตนเองและวิธีจำหน่ายยางพารา ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ และความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ $\alpha = 0.05$ มีเพียงปัจจัยเดียว คือ พื้นที่ปลูกยางพาราของตนเอง ปัญหาอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร ได้แก่ เกษตรกรรู้สึกว่าเป็นเรื่องยาก เนื่องจากมีศัพท์ทางวิชาการมาก ไม่ทราบแหล่งข้อมูลและไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ไม่มีผู้แนะนำ ไม่รู้จักหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและต้องลงทุนสูง และเกษตรกรเสนอแนะว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบควรให้ความรู้หรืออบรมเพิ่มเติมในด้านวิธีการซื้อขาย การวิเคราะห์ราคา โดยชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับด้วยวิธีการสาธิตให้เห็นภาพจากเรื่องที่คิดว่ายากให้มีความเข้าใจ และสามารถเข้าไปซื้อขายได้โดยง่าย

Minor Thesis Title	Rubber Farmers' Attitudes Towards the Agricultural Futures Exchange of Thailand (AFET) in Hatyai District, Songkhla Province
Author	Mr.Thuwapol Thaiburi
Major Program	Agribusiness Management
Academic Year	2008

Abstract

The research is aimed to study 1) the social and economic features of the farmers and their rubber plantation management 2) the perception and access of the information about the Agricultural Futures Exchange of Thailand (AFET) 3) the attitudes towards the AFET 4) the relationship between the social and economic factors with the information application as well as trading activities in the AFET and 5) problems, threats, and suggestions on the information access of the AFET. Data were collected from 50 medium scale rubber planters in Hatyai District, Songkhla Province. Data are analyzed by the descriptive statistics and Chi-Square test (χ^2)

The results reveal that the farmers, 52%, are male, and 41 years old in average. They obtain a bachelor degree and higher. The respondents, 54%, have the household members of 5 people in average. The average member who supports in the agricultural workforce is 1 person. The respondents, 40%, do rubber planting as their main career. The average net income is 39,040 baht/month. The majorities, 98%, are financed by Office of the Rubber Replanting Aid fund. Most of the respondents are in debt condition, and the average amount is 1.14 million baht/household. The respondents own 76 rais of land in average. The average rubber planting area is 73 rais. 86% of the respondents distribute their outputs in form of field latex. The respondents mostly distribute their products immediately, and do not implement quality grading. The major production problems are workforce, expensive production factors, low percentage of output, and epidemic. The marketing problems are low and unpredictable price, business monopoly in the area, and limited buying quantity. The respondents, 62%, perceive the information about the AFET through the training and seminars. In addition, the respondents request to have more training on the service access provided by the AFET.

The farmers' attitudes towards the AFET are rated in the high level as details. The quality grading is clearly defined. The leaders, who experience in the AFET, should be appointed in each sub-district for consulting. The advanced trading price should be available for reference, and price risk reduction. However, the respondents do not quite satisfy with the aspects of low investment, understandable information, available advisors, and forecast of future income. Currently, 64% of the respondents apply the information derived from the AFET. 74% of the respondents did not participate in the trading. Nevertheless, 72% of the respondents intend to trade in the AFET.

The social and economic factors, which relate to the application on the information about the AFET with the statistically significant level at $\alpha = 0.05$, are listed as own rubber planting area and distribution method. The social and economic factor, which relates to the trading and interest to trade in the AFET with the statistically significant level at $\alpha = 0.05$, is only own rubber planting area. Problems and threats on the information access of the AFET are as details. The respondents rate the issue as trouble due to numerous academic vocabularies. They do not recognize and cannot access sources of information. Guidance and government agencies are not available and accessible. In addition, the investment cost is high. Besides, the suggestions raised by the respondents are as following. The responsible government agencies should provide more training in the trading method and price analysis through the demonstration. Consequently, the respondents are capable to trade in the AFET.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากการกลั่นกรองของรองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชญา ทองรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ท่านเป็นผู้ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ ติดตามความก้าวหน้า และเสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง เพื่อที่จะขัดเกลา ให้ผู้วิจัยมีความคิดที่แตกฉาน ผู้วิจัยรู้สึกเป็นพระคุณอย่างสูงที่มีท่านเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ปริญญา เฉิดโคม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีดี พรหมมี กรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง แก้ไขให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านทั้งในคณะ เศรษฐศาสตร์และคณะอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และข้อคิดดี ๆ แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความชัดเจน มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณทุนอุดหนุนการวิจัยคณะเศรษฐศาสตร์ ประเภทการทำสารนิพนธ์นักศึกษา ปริญญาโท ที่สนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และขอขอบคุณกำลังใจจากเพื่อนๆ MAB 9 ทุกๆ คนที่คอย เป็นห่วงและคอยสอบถามถึงความก้าวหน้าในการทำสารนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณทุกคำสอน ทั้งจากปู่ ย่า ตา ยาย และทุกคำสอนจากครูบาอาจารย์ ทุกท่านที่บ่มเพาะให้ผู้วิจัยมีวันนี้ และที่จะขาดมิได้ ขอขอบพระคุณทุกหยาดเหงื่อทั้งจากบิดา และมารดา มีคำกล่าว “ไม่มีน้ำมนต์ใดศักดิ์สิทธิ์ เท่าน้ำล้างเท้าของมารดา” ครั้งหนึ่ง เคยเกิดความรู้สึกท้อและเหนื่อยล้าหาทางออกกับปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ได้ ผู้วิจัยได้นำน้ำล้างเท้า ของมารดามาลูบหน้าในครั้งนั้น ทำให้นึกถึงคำสอนและกำลังใจจากมารดา ก่อให้เกิดสติ และปัญญาให้กับผู้วิจัยได้มีความเข้มแข็งตลอดมา

สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบคุณคุณวรสุภางค์ จุลการ ที่เป็นแรงใจและให้คำแนะนำให้กับผู้วิจัย ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

คุณค่าและคุณประโยชน์จากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุคคลข้างต้นที่กล่าวมา

ธวัชพล ไทยบุรี

เมษายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ปัญหาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	4
2.2 โครงสร้างการผลิตและตลาดยางพาราของไทย	15
2.3 สถานการณ์การซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย	23
2.4 การบริหารความเสี่ยงของราคายางพาราด้วยสัญญาล่วงหน้า ยางแผ่นรมควันชั้น 3	25
2.5 องค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ	28
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	38
3.1 ข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล	38
3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	43
4.1 สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการ สวนยางพาราของเกษตรกร	43
4.2 การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า แห่งประเทศไทยของเกษตรกร	53
4.3 ทักษะคิดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร	56
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูล จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขาย ในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต	59
4.5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร	63
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	65
5.1 สรุปผลการวิจัย	65
5.2 ข้อเสนอแนะ	68
5.3 ข้อจำกัดการวิจัย	70
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	70
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	74
ประวัติผู้เขียน	83

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	พื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2546 - 2550	16
ตารางที่ 2.2	พื้นที่ปลูก พื้นที่กรีด ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ราคาขาย และมูลค่าของผลผลิต ตามราคาที่เกี่ยวข้องกรขายได้ ในปี พ.ศ. 2541-2550	18
ตารางที่ 2.3	ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย แยกตามประเภท ในปี พ.ศ. 2545 – 2550	20
ตารางที่ 4.1	สภาพทางสังคมของเกษตรกร	44
ตารางที่ 4.2	สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร	46
ตารางที่ 4.3	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร	49
ตารางที่ 4.4	ปัญหาในการทำสวนยางและการตลาดยางพารา	53
ตารางที่ 4.5	การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	54
ตารางที่ 4.6	ลักษณะเนื้อหาที่ต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	55
ตารางที่ 4.7	ทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร	56
ตารางที่ 4.8	การใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าของเกษตรกร	57
ตารางที่ 4.9	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา	60
ตารางที่ 4.10	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	61
ตารางที่ 4.11	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในอนาคต	62
ตารางที่ 4.12	ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ	63

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	ขั้นตอนการซื้อขายในตลาดซื้อขายล่วงหน้า	13
ภาพที่ 2.2	แผนผังการแปรรูปยางแผ่นดิบของไทย	20
ภาพที่ 2.3	วิธีการตลาดของยางแผ่น	22
ภาพที่ 2.4	ปริมาณและมูลค่าการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2547 - 2550	24
ภาพที่ 2.5	ปริมาณการซื้อขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 ปี พ.ศ. 2550	25
ภาพที่ 2.6	ตัวอย่างการป้องกันความเสี่ยงด้วยการขายล่วงหน้า (Short Hedge)	26
ภาพที่ 2.7	ตัวอย่างการป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้อล่วงหน้า (Long Hedge)	27
ภาพที่ 2.8	ตัวอย่างแสดงการแลกเปลี่ยนการถือครองข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้า กับสัญญาซื้อขายสินค้านอกตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย	28
ภาพที่ 3.1	กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคม และเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต	41

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ปัญหาและความสำคัญของการวิจัย

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกยางพาราอันดับหนึ่งของโลก โดยมีปริมาณ 2.64 ล้านตัน ในปี 2550 สามารถแยกการส่งออกยางได้แก่ ยางแผ่นรมควัน 0.86 ล้านตัน ยางแท่ง 1.10 ล้านตัน น้ำยางข้น 0.51 ล้านตัน ยางผสม 0.10 ล้านตัน และอื่นๆ 0.07 ล้านตัน (สมาคมยางพาราไทย, 2552) แต่ปัญหาที่สำคัญของยางพาราไทยในอดีตที่ผ่านมา คือ ปัญหาเรื่องความผันผวนของราคา ซึ่งภาครัฐบาลเองก็พยายามที่จะแก้ไขปัญหาค่าความผันผวนของราคาในระยะสั้น คือ การกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยอิงกับต้นทุนการผลิตเพื่อกำหนดระยะเวลาในการเข้าไปแทรกแซงรับซื้อยางเพื่อพยุงราคาไม่ให้ต่ำไปกว่าราคาขั้นต่ำสำหรับแนวทางแก้ไขปัญหาลักษณะยาวนั้น คือ การปรับโครงสร้างยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราให้เหมาะสมกับสถานการณ์ยางของประเทศและของโลกที่เปลี่ยนแปลง โดยเน้นการพัฒนาศักยภาพการผลิต การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง และการพัฒนาตลาดยางไทยสู่สากลบนพื้นฐานของความร่วมมือกับประเทศผู้ผลิตยางในการรักษาเสถียรภาพราคายาง การส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ยางภายในประเทศ และการเร่งรัดการวิจัยและพัฒนาแบบครบวงจร ซึ่งการดำเนินการปรับโครงสร้างให้บรรลุเป้าหมายข้างต้น ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการยาง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชนและเกษตรกรต้องมีความร่วมมือและดำเนินการร่วมกันอย่างเป็นระบบภายใต้กลยุทธ์กิจกรรมที่สอดคล้องและเอื้อประโยชน์ต่อกัน และรัฐบาลยังมีแนวคิดที่จะใช้ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า (Futures Market) เพื่อช่วยลดปัญหาดังกล่าว (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2552)

ดังนั้น เพื่อขจัดปัญหาความผันผวนด้านราคาและเพื่อให้การพัฒนาภาคเกษตรสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงได้จัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยเพื่อใช้เป็นกลไกในการรักษาเสถียรภาพราคาให้แก่สินค้าเกษตร โดยตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะเป็นสถานที่ที่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายดำเนินการตกลงราคาสินค้ากันในปัจจุบัน แต่จะส่งมอบสินค้ากันในอนาคตตามที่ระบุไว้ในสัญญา นอกจากนี้ในสัญญาจะระบุถึงคุณภาพของสินค้าและรายละเอียดอื่นๆ ที่จำเป็นเพื่อความเป็นธรรมของทั้งสองฝ่ายไว้อย่างชัดเจนด้วย โดยมีคณะกรรมการกลางตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์และกำกับดูแล เพื่อให้การทำธุรกรรมของสินค้าเกษตรที่ซื้อขายผ่านตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย โดยผู้ที่ได้รับประโยชน์ คือ กลุ่มผู้ประกันความเสี่ยง (Hedger) ได้แก่ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร พ่อค้า ผู้แปรรูป ผู้ส่งออก

และกลุ่มผู้แสวงหากำไรจากส่วนต่างของราคา (Speculator) เช่น นักลงทุนทั่วไป (มนยศ วรรณะภุคิ, 2548) แต่จากการดำเนินงานของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ที่ผ่านมากลับพบว่าผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเกษตรกรชาวสวนยาง สหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยางไม่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ได้ ต้องอาศัยตัวแทนหรือนายหน้าที่มีเงินทุนหรือเงินมัดจำเพื่อเป็นหลักประกันในสัญญาซื้อขายเป็นผู้ดำเนินการแทน ตัวแทนหรือนายหน้าดังกล่าวอาจเป็นเอกชน บริษัทหรือกลุ่มทางธุรกิจอื่นใดก็ได้ที่ได้รับความยินยอมจากคณะกรรมการตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ให้สามารถเปิดตัวสัญญาซื้อขายและทำการเก็บรักษาสินค้าเกษตรไว้เพื่อทำการแลกเปลี่ยนในอนาคต อย่างไรก็ตามตัวแทนหรือนายหน้าดังกล่าวจะต้องได้รับความยินยอมจากสหกรณ์การผลิตกลุ่มต่างๆ ก่อน ดังนั้น หากกลุ่มสหกรณ์การผลิตมีความรู้ความเข้าใจกลไกของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ เป็นอย่างดี รวมถึงมีศักยภาพในการรับรู้ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ จะเปรียบเสมือนเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงของสินค้าเกษตรตามกลไกของตลาดได้

จังหวัดสงขลามีพื้นที่ปลูกยางพาราเป็นอันดับ 2 รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีพื้นที่ 1.44 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.41 ของพื้นที่ปลูกทั่วประเทศ (สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2552) ทั้งนี้ ในอำเภอหาดใหญ่มีศูนย์วิจัยการยาง ตลาดกลางยางพาราอำเภอหาดใหญ่ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้ายางพาราที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยยางที่อำเภอหาดใหญ่จะส่งออกทางด่านภาคใต้โดยตรงเป็นส่วนใหญ่ และใช้ราคาซื้อขายที่ตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่เป็นเกณฑ์ในการประกาศราคาอ้างอิงตามสื่อต่างๆ ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของบริษัทประเภทสมาชิคนายหน้าซื้อขายล่วงหน้า สำนักงานสาขาอำเภอหาดใหญ่ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาในพื้นที่นี้เป็นประชากรเป้าหมาย

การศึกษานี้จึงมีขึ้นเพื่อตอบคำถามว่า สภาพทางสังคม เศรษฐกิจและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราเป็นอย่างไร การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ เป็นอย่างไร เกษตรกรมีทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มากน้อยเพียงใด รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากทัศนคติหรือความรู้ความเข้าใจจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะช่วยให้กลไกของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ สามารถดำเนินไปได้ตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทางสังคม เศรษฐกิจและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยในพื้นที่ศึกษา
3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต
5. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการลงทุนในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยให้กับเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยในอนาคตต่อไป

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาเฉพาะเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราพื้นที่ปลูกขนาดกลาง คือ 50 - 250 ไร่ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ซึ่งขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งมีทั้งหมด จำนวน 475 ราย และรู้จักตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ โดยสุ่มตัวอย่างมา จำนวน 50 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์เกษตรกรระหว่างเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2551

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูล ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยได้กำหนดการตรวจสอบเอกสารประเด็นที่สำคัญ 6 ประเด็น คือ 1) องค์ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า 2) โครงสร้างการผลิตและตลาดยางพาราของไทย 3) สถานการณ์การซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย 4) การบริหารความเสี่ยงของราคายางพาราด้วยสัญญาล่วงหน้าอย่างผันรวมควันชั่น 3 5) องค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ และ 6) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นสากลและยอมรับกันในการค้าระหว่างประเทศที่เป็นพื้นฐานเบื้องต้นมีดังนี้

2.1.1 ประเภทของตลาดสินค้าเกษตร (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552)

ถ้าแบ่งประเภทตลาดสินค้าเกษตรตามลักษณะการซื้อขายและการส่งมอบสินค้าแล้วสามารถแบ่งตลาดออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) **ตลาดปัจจุบัน (Cash Market หรือ Physical Market)** เป็นตลาดที่เมื่อมีการซื้อขายสินค้าเกษตรแล้ว ต้องมีการส่งมอบสินค้าตามจำนวนที่ตกลงซื้อขาย ตลาดแบบนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1) **ตลาดส่งมอบทันที (Spot Market)** เป็นตลาดที่ต้องมีการชำระเงินและส่งมอบสินค้าทันทีที่มีการซื้อขาย ได้แก่ ตลาดสด หรือตลาดกลางสินค้าเกษตร การซื้อขายในตลาดแบบนี้แทบไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาในอนาคตเอง

1.2) **ตลาดส่งมอบในอนาคต (Forward Market)** เป็นตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อขายสินค้ากันในปัจจุบัน แต่มีสัญญาผูกมัดให้ส่งมอบกันในอนาคต เรียกว่า Forward Contract ในสัญญาจะระบุประเภท ปริมาณ คุณภาพ ราคา เวลา และสถานที่ส่งมอบ ประโยชน์ของตลาดแบบนี้ คือ ผู้ซื้อและผู้ขายลดความเสี่ยงด้านราคาและปริมาณซื้อขาย แต่จุดอ่อน คือ ไม่มีความปลอดภัย และเป็นที่ยากที่จะหาผู้ซื้อที่มีความต้องการในราคาและเงื่อนไขตรงตามสัญญา

2) ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า (Futures Market) เป็นตลาดที่ทำการซื้อขายสัญญาล่วงหน้า (Futures Contract) คือ ผู้ต้องการซื้อหรือขายอาจเปิดสัญญาซื้อหรือขายล่วงหน้าตามปริมาณ คุณภาพ ราคา เวลาและสถานที่ส่งมอบแต่ไม่จำเป็นต้องมีการส่งมอบกันจริงก็ได้ ถ้าผู้ซื้อหรือผู้ขายไม่ต้องการ โดยสามารถทำการขายหรือซื้อสินค้าคืนในจำนวนที่ตนได้ทำสัญญาไว้ ประโยชน์ที่ได้ คือ จะลดความเสี่ยงในเรื่องความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรและผู้ซื้อผู้ขายไม่ต้องพบปะกันโดยมีตลาดล่วงหน้าเป็นตัวกลางทำสัญญาและรับผิดชอบการส่งมอบทั้งหมด

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าต่างกับตลาดซื้อขายปัจจุบัน ตรงที่ผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดล่วงหน้ากว่าร้อยละ 90 ไม่ได้เข้ามาซื้อขายสินค้าจริงๆ และไม่มีการส่งมอบสินค้า แต่ผู้ซื้อขายหวังในการเก็งกำไรจากการขึ้นลงของราคาสินค้า

2.1.2 ความเป็นมา

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่เชื่อกันว่าจะเป็นตลาดแรกของโลก คือ ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าโอซาก้า ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1730 ที่อำเภอโคจิมะ เมืองโอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น การที่รัฐบาลญี่ปุ่นได้ทำการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าขึ้นมา เนื่องจากเล็งเห็นว่าถ้าชาวนามีสถาบันหนึ่งขึ้นเพื่อลดภาระความเสี่ยงอันเกิดจากความผันผวนหรือการเคลื่อนไหวขึ้นลงของราคาข้าว นับตั้งแต่ฤดูกาลผลิตไปจนถึงเริ่มต้นเก็บเกี่ยว และส่งผลให้ชาวนามีต้องประสบกับการขาดทุน เมื่อราคาข้าวที่เก็บเกี่ยวได้ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต ขณะเดียวกันตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าได้ถือกำเนิดขึ้นอีกหลายแห่ง เช่น ในประเทศฮอลแลนด์ อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งแรกในสหรัฐอเมริกาถือกำเนิดขึ้นที่เมืองชิคาโก รัฐอินดีแอนา เมื่อปี ค.ศ. 1848 โดยมีสมาชิกแรกจำนวน 82 ราย ตลาดนี้ถือกำเนิดขึ้น จากข้อเท็จจริงที่ว่าราคาสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรมักมีราคาผันแปรอยู่เสมอ เกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลางต่างต้องรับภาระความเสี่ยงอันเนื่องจากการขึ้นลงของราคาสินค้านี้มาก เพื่อเป็นการกระจายภาระความเสี่ยงนี้ แนวความคิดเรื่องการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจึงได้เกิดขึ้น

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย (ต.ส.ล.) เป็นองค์กรที่ถูกจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าปี พ.ศ. 2542 และเป็นตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพียงตลาดเดียว มีฐานะเป็นนิติบุคคลอิสระ โดยภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าทำหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ภายใต้กฎระเบียบที่ชัดเจนและสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า และเพื่อให้การจัดตั้งตลาดที่มีการซื้อขายล่วงหน้าบรรลุวัตถุประสงค์ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2544 ให้นำเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร จำนวน 600

ล้านบาท เพื่อใช้ในการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า (ก.ส.ล.) และตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย

คณะกรรมการ ต.ส.ล. ชุดแรกได้รับการแต่งตั้งเมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2544 โดยมี นายชนะ รุ่งแสง เป็นประธานกรรมการฯ และมีนายชาลทอง ปัทมพงศ์ เป็นกรรมการและผู้จัดการ ปัจจุบันคณะกรรมการ ต.ส.ล. มีนายสนธิ วรปัญญาเป็นประธานกรรมการ และมี ดร.นิทัศน์ อัครโยธิน เป็นกรรมการและผู้จัดการ (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552)

2.1.3 ความหมายและหน้าที่ของตลาดซื้อขายล่วงหน้า

ทิพาภรณ์ ทวีกุลวัฒน์ (2539) ได้ให้ความหมายของตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า และหน้าที่ของการตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าไว้ดังนี้

1) ความหมายของตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า

ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า (Futures Market) หมายถึงตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขาย ทำความตกลงซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Futures Contract) โดยผู้ต้องการซื้อสินค้าหรือขาย อาจจะเปิดสัญญาซื้อหรือขายล่วงหน้าขึ้นมาใหม่ หรืออาจทำการซื้อขายล่วงหน้าที่มีอยู่แล้วในตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้า ซึ่งสัญญานั้นจะระบุประเภท ปริมาณ คุณภาพ ราคา เวลา และสถานที่ ล่วงหน้าไว้อย่างชัดเจน การซื้อขายในตลาดล่วงหน้าจะต้องมีการจัดตั้งองค์กรตลาดขึ้นรองรับ การทำสัญญาซื้อขาย โดยมีกฎหมายและกำหนดกฎระเบียบในการซื้อขายที่แน่นอนชัดเจนตลอดจน กำหนดมาตรฐานของสินค้า รวมทั้งคุณสมบัติของสมาชิกตลาดเพื่อความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

2) หน้าที่ของตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า

ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สนใจ เข้ามาทำการซื้อขายในตลาดได้ และราคาที่ขายได้ค่อนข้างแน่นอน ทำให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิต มีการกำหนดกฎเกณฑ์วิธีการซื้อขาย ตลอดจนมาตรฐานและขนาดของสินค้าที่จะทำการซื้อขาย รวมทั้งคุณสมบัติของสมาชิกตลาดฯ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย โดยตลาด จะคิดค่าบริการซื้อขายที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ และเพื่อการพัฒนาขยายกิจการ ของตลาดฯ ต่อไป

โดยทั่วไปตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้ามีหน้าที่หลัก ดังนี้

2.1) ให้ความสะดวกในแง่สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาซื้อขายในตลาด

2.2) การให้บริการสมาชิก ตลาดจะกำหนดกฎเกณฑ์และหลักประกันต่างๆ เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าล่วงหน้า ไม่ว่าจะเป็นสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า การชำระราคา การวางเงินประกัน การกำหนดอัตราเปลี่ยนแปลงขึ้นลงสูงสุดที่ทำการซื้อขายในแต่ละวัน การกำหนดปริมาณซื้อสุทธิของสมาชิก หรือลูกค้าต่างๆ ฯลฯ

2.3) มีแนวทางในการดำเนินการกับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามสัญญาและกฎข้อบังคับของตลาดที่อาจเกิดขึ้น โดยมีระบบการควบคุมและป้องกันการปั่นตลาด มีกฎหมายเฉพาะที่กำหนดข้อห้ามกระทำการที่อาจก่อให้เกิดการบิดเบือนตลาด มีการตรวจสอบบัญชีซื้อขายของสมาชิก ให้อำนาจในการสั่งระงับหรือหยุดการซื้อขาย มีขั้นตอนการลงโทษสมาชิกและบทลงโทษทางอาญา รวมทั้งทำหน้าที่เป็นอนุญาโตตุลาการคอยไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นระหว่างสมาชิกด้วยกันหรือสมาชิกกับลูกค้า

2.4) ให้บริการข้อมูลสินค้าเกษตร เป็นที่รวบรวมและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อตัวสินค้าในตลาด การจัดอบรมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหาร และการดำเนินงานของตลาดฯ

2.1.4 เหตุผลและความจำเป็นในการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า (ทิพากรณ์ ทวีกุลวัฒน์, 2539)

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่จัดตั้งในแต่ละประเทศมีเหตุผลและความจำเป็นที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตร โดยมักเกิดจากเหตุผลและความจำเป็น ดังนี้

1) ความไม่แน่นอนของปริมาณผลผลิตและราคา

กล่าวคือ ปีใดผลผลิตมีมากราคาจะตกต่ำ ปีใดผลผลิตมีน้อยราคาก็จะสูง ทั้งนี้เนื่องจากความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงสภาพดินฟ้าอากาศ นอกจากนั้นเกษตรกรไม่ทราบข้อมูลที่แท้จริงว่าควรผลิตอะไร และปริมาณมากน้อยเพียงใด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อันเป็นผลให้เกษตรกร ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตลาดสินค้าเกษตร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ตลอดจนโรงงานแปรรูปที่ใช้สินค้าเกษตรเป็นวัตถุดิบต่างเผชิญกับความเสียดังกล่าวทุกฝ่าย

2) ผลผลิตการเกษตรมักออกสู่ตลาดพร้อมกันในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว

ผลผลิตที่ออกพร้อมกันทำให้ผลผลิตล้นตลาด ราคาจึงตกต่ำ ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกษตรกรไม่มีศูนย์กลางเป็นของตนเองเพียงพอ ประกอบกับผู้ค้า ผู้ส่งออก ผู้แปรรูปต่างมีคลังสินค้าจำกัด ไม่สามารถสร้างคลังสินค้าไว้รองรับให้เพียงพอกับผลผลิตที่ออกสู่ตลาดได้ เพราะความไม่แน่นอนของปริมาณผลผลิตดังกล่าว

3) ระบบการค้าที่มีการซื้อขายกันจริง

การซื้อขายสินค้าที่มีอยู่ในวงการค้าของผู้ค้าเพียงไม่กี่ราย หรืออยู่ในวงแคบ และยังมีการบิดพลิ้วข้อตกลงทางการค้าอยู่เสมอ จึงเป็นผลทำให้ผู้ค้าขาดความเชื่อถือซึ่งกันและกัน และไม่กล้าทำสัญญาการค้าในระยะยาว เนื่องจากไม่สามารถรับประกันความเสี่ยงได้

4) ระบบข้อมูลข่าวสารยังไม่รวดเร็ว ขาดความแม่นยำและทั่วถึง

เนื่องจากการบิดเบือนทางการค้าเพื่อผลประโยชน์ของแต่ละฝ่าย และขาดจุดศูนย์รวมที่จะกระจายข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น แต่ละประเทศจึงหันมาพัฒนาจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพื่อลดความเสี่ยงของทุกฝ่ายที่จะเกิดขึ้น

2.1.5 โครงสร้างของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าตามมาตรฐานสากล ประกอบด้วย (ทิพภรณ์ ทวีกุลวัฒน์, 2539)

1) คณะกรรมการบริหารตลาด คือ คณะบุคคลผู้ควบคุม ดูแล และบริหารงานของตลาดทั้งหมด โดยผ่านทางคณะผู้จัดการและกรรมการพิเศษชุดต่างๆ คณะกรรมการบริหารจะมาจากการเลือกตั้ง เพื่อให้ได้คณะกรรมการที่เป็นตัวแทนของสมาชิกมากที่สุด โดยอาจกำหนดไว้ได้ว่าคณะกรรมการจะมาจากบุคคลในวงการต่างๆ เป็นจำนวนกี่คน

หน้าที่ของคณะกรรมการ มีดังนี้ คือ

1.1) จัดหาสถานที่เพื่อเป็นศูนย์กลางที่ผู้ซื้อและผู้ขายพบปะกัน เพื่อการประมูลราคา

1.2) วางระเบียบกฎเกณฑ์และมาตรฐานในการซื้อขาย เช่น กำหนดจำนวนหน่วยสัญญาในการซื้อขายคุณภาพของสินค้า ตลอดจนหลักการชำระเงิน

1.3) รวบรวมจัดพิมพ์ข่าวสาร ตลอดจนการเคลื่อนไหวของราคาสินค้า เพื่อแจกจ่ายสมาชิกและบุคคลทั่วไป

1.4) เป็นตัวกลางไกล่เกลี่ยข้อขัดแย้งของสมาชิก

1.5) ห้ามมาตรการให้ผู้ซื้อและผู้ขายปฏิบัติตามสัญญาการซื้อขาย ตลอดจนการชำระหนี้

2) สมาชิกตลาด คือ บุคคลที่มีสิทธิเข้าไปประมูลราคาในห้อยค้า ซึ่งตลาดพิจารณาคัดเลือก โดยดูจากฐานะทางการเงินและคุณสมบัติอื่นๆ ดังนั้น สมาชิกตลาดประกอบด้วยบุคคลหลายอาชีพ ได้แก่ เกษตรกร ผู้แปรรูป ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า พ่อค้า นายหน้า และผู้เก็งกำไร

ผู้ที่เป็สมาชิกของตลาดจะได้รับประโยชน์ 2 ประการ คือ

2.1) สามารถที่จะเข้าไปทำการซื้อขายในสถานประมูลราคาได้

2.2) ได้รับส่วนลดในค่าบริการ โดยปกติค่าบริการของผู้เป็นสมาชิกจะเป็นครึ่งหนึ่งของผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของตลาด

3) สถานที่ประมูลราคา (The Trading Hall) เป็นสถานที่สำหรับรับคำสั่งซื้อและคำสั่งขายจากบริษัทนายหน้าแล้วนำเข้าประมูลในห้อยค้า โดยสมาชิกของตลาดจะมาทำการประมูลราคาอย่างเปิดเผย การซื้อขายตัวสัญญาล่วงหน้าทั้งหมดของตลาดต้องทำภายในสถาน

ประมูลราคา ในระหว่างเวลาที่กำหนดไว้ คำสั่งซื้อซื้อขายของลูกค้าจะต้องซื้อขายผ่านนายหน้า (Broker) และนายหน้ามีหน้าที่ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงราคาที่ติดตลาด

4) สำนักหักบัญชี (Clearing House) ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าต้องมีสำนักหักบัญชีของตนเอง มีหน้าที่ดังนี้

4.1) อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าของตลาดในการเปิด หรือสะสางตัวสัญญาซื้อขาย

4.2) เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อที่ต้องการสินค้ากับผู้ขายที่ต้องการส่งมอบสินค้านั้น และมีหน้าที่เรียกเก็บเงินมัดจำเพิ่มเติมในกรณีที่เงินมัดจำขั้นต่ำของลูกค้ามีไม่เพียงพอ

สมาชิกของสำนักหักบัญชี ประกอบด้วย

(1) บริษัท ห้างหุ้นส่วน หรือกลุ่มสหกรณ์ มีสิทธิที่จะสะสางบัญชีการค้าของตนเอง บัญชีสำหรับผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสำนักหักบัญชี

(2) สมาชิกประเภทบุคคลมีสิทธิที่จะสะสางเฉพาะบัญชีของตนเอง

เท่านั้น

ผู้ที่จะเป็นสมาชิกของสำนักหักบัญชีได้ ต้องมีสถานะทางการเงินที่มั่นคงมาก และต้องมีคุณสมบัติอื่นตามที่สำนักหักบัญชีกำหนด สำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกของตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าทุกคนไม่ได้เป็นสมาชิกสำนักหักบัญชี แต่ทุกคนที่เข้าไปทำการซื้อขายในตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าต้องสะสางตัวสัญญาที่ตนถืออยู่ โดยผ่านทางสมาชิกคนใดคนหนึ่งของสำนักหักบัญชี

ผู้ซื้อหรือขายตัวสัญญาในตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าไม่ได้จ่ายเงินเต็มจำนวนตามมูลค่าสินค้า แต่จ่ายเงินเพียงมัดจำ ซึ่งสำนักหักบัญชีจะเป็นผู้กำหนดจำนวนเงินมัดจำของสินค้าแต่ละชนิด สำนักหักบัญชีจะต้องมีบัญชีบันทึกรายการซื้อขายทั้งหมดของลูกค้าในแต่ละวันเมื่อปิดตลาด

5) บริษัทนายหน้า (Brokerage House) หมายถึง บุคคล สมาคม บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน ตลอดจนผู้ที่ทำหน้าที่รับคำสั่งซื้อหรือขายตัวสัญญาล่วงหน้าของสินค้าเพื่อการรับส่งมอบจริงในอนาคตตามเงื่อนไขของตลาดล่วงหน้า บริษัทนายหน้าจะเก็บเงินมัดจำจากลูกค้าเพื่อประกันตัวสัญญาที่จะซื้อขายกับบริษัท หรือผู้ที่ทำหน้าที่เป็นบริษัทนายหน้า ต้องจดทะเบียนกับตลาดกลาง ส่วนผู้ที่ต้องการทำการซื้อหรือขายตัวสัญญาในตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าต้องทำสัญญาผ่านบริษัทนายหน้า

บริษัทนายหน้าจะให้บริการแก่ลูกค้าต่างๆ ดังนี้

5.1) ให้บริการเปิดและปิดตัวสัญญาอย่างรวดเร็ว เพราะราคามีการผันแปรขึ้นลงอย่างรวดเร็ว มิฉะนั้น อาจก่อให้เกิดการขาดทุนกำไรหรือขาดทุนจริงอย่างมหาศาล

5.2) เป็นผู้ประกันตัวสัญญา กับสำนักหักบัญชี เก็บเงินมัดจำจากลูกค้า จ่ายเงินกำไรแก่ลูกค้า แจกงบดุลของบัญชีแก่ลูกค้า

5.3) ให้บริการข้อมูลข่าวสารที่กระทบต่อการผันแปรของราคาแก่ลูกค้า บริษัทนายหน้าหลายบริษัทได้ลงทุนเป็นจำนวนมาก เพื่อจ้างนักวิจัยมาวิเคราะห์แนวโน้มของราคา และให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า

5.4) จัดหาผู้ให้คำแนะนำปรึกษาในการลงทุน (Reiterated Representatives) แก่ลูกค้า บริษัทนายหน้าต้องจ้างเจ้าหน้าที่มาให้คำปรึกษาและดูแลบัญชีของลูกค้า คือ (Broker)

6) ลูกค้า (The Customers) ผู้ที่จะเข้ามาเป็นลูกค้าของบริษัทนายหน้า หรือตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ ผู้ที่มุ่งหวังจะประกันความเสี่ยง (Hedgers) และนักเก็งกำไร (Speculators)

ผู้ที่มุ่งหวังจะประกันความเสี่ยง คือ ผู้ที่มีพืชผลอยู่ในครอบครองหรือมีกรรมสิทธิ์อยู่ และ/หรือมีความต้องการที่จะประกันหรือกระจายความเสี่ยงในการลงทุน เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของราคาพืชผลให้น้อยที่สุด โดยการประกันความเสี่ยงพืชผลนั้นๆ ได้แก่ เกษตรกร ผู้ส่งออก โรงงานแปรรูป เจ้าของกิจการ ฯลฯ

การประกันความเสี่ยง แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

6.1) การประกันความเสี่ยงของผู้ขาย (Selling Hedge) ใช้สำหรับผู้ที่มิสินค้าน่าจะขายในอนาคต ผู้ที่ประกันความเสี่ยงอันเนื่องมาจากราคาสินค้าจะลดลง โดยการเปิดตัวสัญญาขายในตลาดล่วงหน้า

6.2) การประกันความเสี่ยงของผู้ซื้อ (Buying Hedge) ใช้สำหรับผู้ที่มีความต้องการจะซื้อสินค้าจริงๆ ในอนาคต ผู้ที่นั้นจะต้องประกันต้นทุนของเขา หรือประกันความเสี่ยงอันเนื่องมาจากราคาสินค้าที่จะสูงขึ้น โดยการเปิดตัวสัญญาซื้อในตลาดล่วงหน้า

7) นักเก็งกำไร (Speculators / Spreader) คือ ผู้ที่เข้ามาทำการซื้อขายล่วงหน้า เพื่อเก็งกำไร โดยประสงค์จะทำกำไรจากการเปลี่ยนแปลง หรือความแตกต่างของราคาพืชผลให้มากที่สุด โดยหลักการแล้วนักเก็งกำไรทำกำไรโดยการเปิดตัวสัญญาซื้อเมื่อคาดว่าราคาสินค้าจะสูงขึ้น และเปิดตัวสัญญาขายเมื่อคิดว่าขณะนั้นราคาสูงและมีแนวโน้มว่าราคาจะลดลง

ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า จะมีองค์กรบริหาร ได้แก่ “คณะกรรมการบริหารตลาด” เพื่อดูแลให้การทำธุรกิจเป็นไปอย่างยุติธรรมและมีประสิทธิภาพภายใต้กฎระเบียบที่บัญญัติไว้ ซึ่งกฎระเบียบเหล่านั้นถูกสร้างขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายจะให้เกิดความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมกันต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.1.6 ลักษณะของสินค้าที่จะซื้อขายในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ทิพากรณ์ ทวีกุลวัฒน์ (2539) กล่าวว่า ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการมีผู้ซื้อผู้ขายเข้ามาใช้ตลาดกันมากพอหรือไม่ สินค้าที่จะนำมาซื้อขายในตลาดเป็นจำนวนหนึ่งที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ดังนั้น สินค้าที่จะนำมาซื้อขายกันต้องมีลักษณะ หรือคุณสมบัติ ดังนี้

1) เป็นสินค้าที่มีผู้ผลิตและผู้ซื้อจำนวนมาก กระจายอยู่ในพื้นที่กว้าง ไม่มีผู้ใดผู้หนึ่งควบคุมราคาด้วยการกักเก็บสินค้าไว้ หรือด้วยการไม่ยอมซื้อหากราคาไม่เป็นที่ต้องการ ตลาดมีการแข่งขันกันจำหน่ายค่อนข้างสูง ราคาสินค้าถูกกำหนดได้โดยอุปสงค์และอุปทานของตลาด ไม่มีผู้มีอำนาจเหนือตลาดในฐานะผู้ผูกขาด นอกจากนี้ รัฐบาลไม่มีการเข้าไปแทรกแซงมากเกินไป ทั้งด้านการผลิต การตลาด และราคา

2) ราคาของสินค้านั้นจะต้องมีความผันผวนค่อนข้างสูง ซึ่งจะก่อให้เกิดความเสี่ยงเนื่องจากความผันผวนของราคา สำหรับผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดปัจจุบัน ความเสี่ยงนี้จะเป็นตัวชี้้นำให้ผู้ซื้อผู้ขายสินค้าเข้ามาใช้บริการจากตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยง ถ้ามีความเสี่ยงในความผันผวนของราคาน้อยจะทำให้ไม่มีผู้สนใจเข้ามาใช้ตลาดและสินค้านั้นก็จะไม่มีการซื้อขายล่วงหน้าในที่สุด

3) สินค้านั้นต้องสามารถจัดชั้นคุณภาพ (Grade) ได้แน่นอนชัดเจน แต่ละชั้นคุณภาพต้องมีผลผลิตจำนวนมาก การจัดชั้นคุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นการทำสัญญาที่จะซื้อหรือขายในอนาคต โดยที่ไม่ได้เห็นตัวสินค้าจริง หากมีการผันแปรไปจากข้อกำหนดต้องเป็นไปน้อยที่สุด มิฉะนั้นแล้วจะทำให้ขบวนการรับ-ส่งมอบสินค้าเมื่อถึงเวลากำหนดทำได้ยาก ก่อให้เกิดการถกเถียงและคดีกันขึ้น

4) เป็นสินค้าที่อยู่ในสภาพของวัตถุดิบ หรือกึ่งสำเร็จรูป เพราะถ้าเป็นสินค้าในลักษณะผลผลิตสำเร็จรูป จะทำให้ผู้ผลิตสามารถเพิ่มหรือลดปริมาณผลผลิตได้อย่างรวดเร็วตามปรารถนา

5) สมาชิกเป็นผู้นำในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ต้องเต็มใจให้มีการนำสินค้าชนิดนั้นเข้าสู่ตลาด เพราะสินค้าจะมีการซื้อขายในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าได้นั้น จำเป็นต้องมีผู้เข้าร่วมในการซื้อขายอย่างกว้างขวางเพื่อสร้างหลักประกันทางการตลาด และปริมาณการค้าในระดับสูงซึ่งมีผลต่อสภาพคล่องของตลาด

6) เป็นสินค้าที่เมื่ออยู่ในสภาพเงื่อนไขที่เหมาะสม สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานอย่างน้อยก็ตลอดช่วงเวลาส่วนใหญ่ของตลาดสินค้านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่อาจเน่าเสียง่ายกว่าสินค้าอื่น อาจต้องมีการตรวจสอบอยู่เสมอเพื่อประกันว่าคุณภาพสินค้าไม่ได้น้อยไปในเวลาส่งมอบ

7) มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดปัจจุบันของสินค้านั้น ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าเป็นสถานที่ราคาสินค้าในอนาคตถูกกำหนดขึ้น อย่างไรก็ตาม สินค้าในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าไม่ได้อิสระจากสถานะของตลาดปัจจุบันและอนาคตเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

8) มาตรการแทรกแซงตลาด สินค้าที่มีการซื้อขายในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าของรัฐต้องมีความชัดเจนและไม่มีผลกระทบต่อราคาสินค้าเกษตรที่ทำการซื้อขายในตลาด หากมาตรการของรัฐมีผลกระทบต่อราคาแล้ว จะทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้ตลาดไม่สามารถคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ในอนาคตได้ โดยอาศัยเพียงข้อมูลอุปสงค์และอุปทานของตลาด

9) สินค้าที่จะนำมาซื้อขายในตลาดล่วงหน้าแล้วประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีปริมาณสินค้าที่สามารถส่งมอบได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถควบคุมตลาดและกำหนดราคาได้

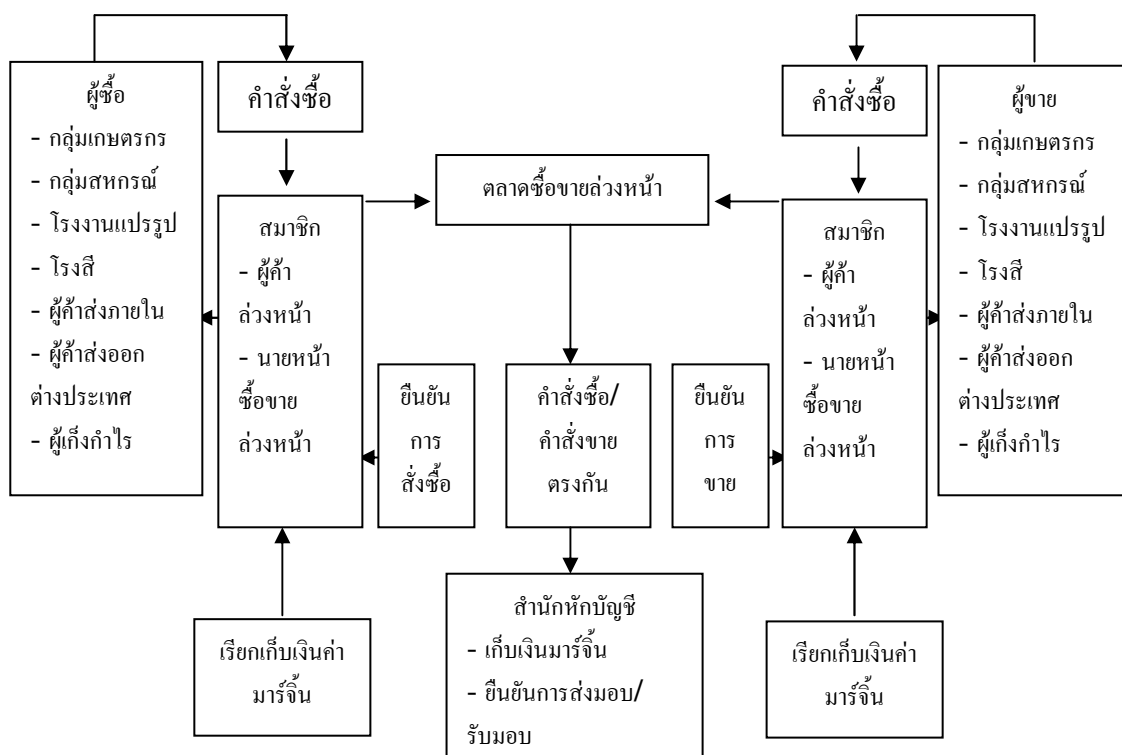
10) ได้รับการยอมรับจากผู้เก็งกำไร ผู้เก็งกำไร คือ ผู้ที่เข้ามารับความเสี่ยงจากความผันผวนของราคา หากขาดผู้เก็งกำไรจะทำให้ตลาดขาดสภาพคล่อง ผู้ที่เข้ามาลดความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดไม่สามารถทำการซื้อขายล่วงหน้าได้ทันที ผู้ซื้อสินค้าล่วงหน้าต้องรอจนกว่าจะมีผู้ที่ต้องการขายสินค้าล่วงหน้าให้แก่ตน ในปริมาณที่ผู้ซื้ออยากจะซื้อและผู้ขายอยากจะขายทำให้การซื้อขายขาดสภาพคล่องและตลาดซบเซา ถ้ามีผู้เก็งกำไรเข้ามาในตลาด บุคคลเหล่านี้จะทำหน้าที่ทางเศรษฐกิจในการช่วยรับภาระความเสี่ยงจากผู้ที่ต้องการโอนภาระความเสี่ยงโดยได้รับผลตอบแทนในรูปของกำไร หากผู้เก็งกำไรคาดการณ์ถูกต้องก็จะได้กำไร แต่ถ้าคาดการณ์ผิดก็จะขาดทุน ผู้เก็งกำไรเปรียบเสมือนน้ำมันหล่อลื่นในตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าทุกแห่ง

2.1.7 ขั้นตอนการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ขั้นตอนการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าโดยสรุป มีดังนี้ ผู้ซื้อหรือผู้ขายซึ่งอาจเป็นกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ โรงงานแปรรูป ผู้ประกันความเสี่ยง หรือผู้เก็งกำไร เป็นต้น จะมีคำสั่งซื้อหรือคำสั่งขายไปยังสมาชิกตลาด ซึ่งหมายถึง ผู้ค้าล่วงหน้า หรือนายหน้าที่ทำหน้าที่ซื้อขายล่วงหน้าจะทำหน้าที่ส่งซื้อหรือส่งขาย และเมื่อคำสั่งซื้อและคำสั่งขายตรงกัน สำนักหักบัญชีซึ่งเป็นตัวกลางในการซื้อขายก็จะขอการยืนยันการสั่งซื้อ หรือการส่งขาย โดยทั้งผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องวางเงินไว้จำนวนหนึ่ง เพื่อเป็นประกันในการซื้อขาย ซึ่งเรียกว่า “มาร์จิ้น” ทั้งนี้เป็นหลักประกันว่าคุณสัญญาจะปฏิบัติตามสัญญาการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

เมื่อสิ้นสุดการซื้อขายแต่ละวัน สำนักหักบัญชีจะทำการคำนวณมูลค่าของสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่เปิดขึ้น โดยใช้ราคาปิดตลาดในวันนี้เป็นฐานในการคำนวณ ถ้าหากว่ามูลค่าสินค้าที่ทำสัญญามีค่าสูงขึ้น มูลค่าที่เพิ่มขึ้นจะถูกชดเชยให้โดยการถ่ายโอนเงินมาร์จิ้น จากผู้ขายไปเป็นเงินของผู้ซื้อในส่วนที่สูงเพิ่มขึ้น แต่ถ้าราคามูลค่าสินค้าลดลง ผู้ซื้อจะต้องชดเชยส่วนต่างของมูลค่าให้แก่ผู้ขาย โดยสำนักหักบัญชีจะทำการถ่ายโอนเงินมาร์จิ้น ของผู้ซื้อที่ฝากไว้ในตลาดในส่วนต่าง

ให้กับผู้ขาย และตลาดจะทำการคำนวณบัญชีเพื่อดูสถานะของแต่ละคน เมื่อหมดเวลาทำการซื้อขายและถ้าราคาสินค้าในตลาดเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน โดยราคาได้เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เงินมาร์จิ้น ของผู้ขายจะถูกถ่ายโอนไปยังผู้ซื้อเรื่อยๆ และเมื่อถึงขั้นต่ำสุดที่ตลาดกำหนด (Maintenance Margin) สำนักหักบัญชีจะเรียกเก็บมาร์จิ้นเพิ่ม (Margin Call) จากลูกค้าที่เป็นผู้ขายเพิ่ม (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2542) รายละเอียดแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการซื้อขายในตลาดซื้อขายล่วงหน้า
ที่มา : จากพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 (หน้า 26)
โดย กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2542

2.1.8 ประโยชน์ของตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552)

ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าสามารถใช้ในการป้องกันความเสี่ยง และเป็นการค้นพบราคาในตลาดซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร พ่อค้าและผู้แปรรูป ตลอดจนบุคคลทั่วไป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ประโยชน์ต่อเกษตรกร

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะสามารถแก้ไขปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของราคา การถูกเอารัดเอาเปรียบ และประกันรายได้ โดยไม่ต้องพะวงถึงปัญหาการจำหน่ายรวมทั้งข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจเพาะปลูกและจำหน่ายต่อไป

2) ประโยชน์ต่อผู้ค้าและนักแปรรูปจากวัตถุดิบเป็นเครื่องอุปโภคบริโภค

บุคคลเหล่านี้จะประสบปัญหาความผันผวนของราคา ความไม่แน่นอนด้านปริมาณผลผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและเป็นปฏิริยาถูกโซ่ไปสู่การกำหนดการด้านราคาสินค้า ซึ่งแน่นอนว่าถ้าต้นทุนการผลิตสูงขึ้น พ่อค้าจะต้องผลักภาระนี้ไปสู่ผู้บริโภค คือประชาชน ดังนั้น ปัญหาต่างๆ จะหมดไปถ้าบุคคลเหล่านี้ซื้อสินค้าผ่านกลไกของตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า เพื่อประกันต้นทุนการผลิตให้คงที่ตามที่ตนต้องการ ถึงแม้ว่าราคาจะผันผวนไปในอนาคต

3) ประโยชน์ต่อนักลงทุนทั่วไป

ผู้มีเงินพอสมควรหรือมีเงินมากมักไม่เก็บเงินไว้กับตัวหรือแม้ธนาคาร เพราะการฝากประจำไว้กับธนาคารเป็นเวลานานๆ จะเสียเปรียบจากภาวะเงินเฟ้อ ซึ่งหมายถึง อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับไม่สมดุลกับอัตราเงินเฟ้อ ดังนั้น ผู้ที่ฝากเงินไว้กับสถาบันการเงินก็เท่ากับขาดทุนรายได้ที่ควรจะได้จากการลงทุนในธุรกิจที่เหมาะสม

2.1.9 บทบาทในทางเศรษฐศาสตร์ของตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

บทบาทในทางเศรษฐศาสตร์ของตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้ามีดังต่อไปนี้ (ทิพากร ทวีกุลวัฒน์, 2539)

1) **ช่วยในการกำหนดราคา (Price Discover)** ราคาของสินค้าต่างๆ ที่ได้จากการเสนอซื้อและเสนอขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้านั้นสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการซื้อและต้องการขายของผู้ซื้อและผู้ขายกลุ่มใหญ่ อีกทั้งสะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์อุปสงค์และอุปทานในปัจจุบัน และความสัมพันธ์ของราคาในอีกหกเดือน หนึ่งปี หรือปีกว่าในอนาคต ทั้งนี้ ไม่ได้หมายความว่า ราคาล่วงหน้านั้นเป็นการพยากรณ์ราคาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเสมอไป แต่เป็นการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นเกี่ยวกับการคาดคะเนถึงระดับราคาในอนาคตจากปัจจุบัน เมื่อเงื่อนไขของตลาดเปลี่ยนไป การคาดคะเนของผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนราคาสินค้าย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2) **ช่วยผลักภาระหรือประกันความเสี่ยง (Risk Shifting)** ให้แก่นักเก็งกำไร ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้ามีกำเนิดและวิวัฒนาการมาจากการที่พ่อค้าต้องการจะผลักภาระความเสี่ยงไปให้ผู้อื่น ความเสี่ยงในที่นี้ หมายถึง ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเสื่อมคุณภาพของสินค้าและความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการผันแปรของราคาสินค้า ผู้ผลิตหรือพ่อค้าโดยทั่วไปมักไม่ยอมให้ลูกค้ากู้เงินถ้าลูกค้าตนนี้อยู่ในภาวะความเสี่ยงสูง ด้วยเหตุนี้ ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าจึงเกิดขึ้นกลไกที่ใช้ประกันหรือหลีกเลี่ยงภาวะความเสี่ยงในตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้านี้เรียกว่า Hedging

Hedging ซึ่งเรียกว่าการประกันความเสี่ยงสำหรับผู้ผลิต พ่อค้าหรือผู้ประกอบการทั่วไปได้ให้คำจำกัดความของการประกันความเสี่ยงว่า หมายถึง การใช้ตัวสัญญาล่วงหน้าเป็นตัวแทนชั่วคราวของการซื้อขาย ซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคต ในตลาดปัจจุบัน เราสามารถแบ่ง

วิธีการประกันความเสี่ยงเป็น Selling Hedging และ Buying Hedge Selling Hedge หมายถึง การประกันความเสี่ยงด้วยการเปิดตัวสัญญาขายล่วงหน้า ส่วน Buying Hedge หมายถึง การประกันความเสี่ยงด้วยการเปิดตัวสัญญาซื้อล่วงหน้า

3) **เพิ่มประสิทธิภาพในการตลาด** หรือการลดอำนาจผูกขาดของพ่อค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าเป็นแหล่งกลางที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะมาพบปะประมูลซื้อขายสินค้า การที่พ่อค้าและลูกค้ายู่งแหล่งที่จะมาพบปะกัน เป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการค้นหาแหล่งซื้อขายและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด ตลอดจนช่วยลดอำนาจผูกขาดของพ่อค้าท้องถิ่น ทั้งนี้ เพราะใครๆ ก็รู้ว่าแหล่งซื้อสินค้าที่น่าเชื่อถือได้มากกว่าอยู่ที่ไหน ยิ่งไปกว่านั้น ราคาในตลาดล่วงหน้ายังเป็นดัชนีของราคาที่ซื้อขายกันจริงในท้องตลาด ทั้งนี้ เพราะผู้ที่ซื้อสินค้ามักจะดูราคาในตลาดล่วงหน้าเป็นหลัก ฉะนั้น จึงเป็นการยากที่พ่อค้าคนกลางคนใดจะเอาเปรียบหรือกดราคาเกษตรกรหรือผู้ผลิตคนใดคนหนึ่งได้

4) **เป็นแหล่งบริการข่าวสาร และข้อมูล** เป็นหน้าที่ของฝ่ายวิชาการตลาดและบริษัทนายหน้าต่างๆ ที่จะต้องรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การกักตุน การแปรรูป และการกระจายตัวของสินค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีส่วนช่วยในการเก็งกำไร แนวโน้มการเคลื่อนไหวของราคา

2.2 โครงสร้างการผลิตและตลาดยางพาราของไทย

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศและชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรมากกว่า 6 ล้านคน หรือร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ ปริมาณการผลิตยางของไทยในปี 2549 จำนวนทั้งสิ้น 3.136 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 ของการผลิตทั้งหมดของโลกปริมาณ 9.697 ล้านตัน (กรมวิชาการเกษตร, 2552) แต่ปัญหาที่พบนั้น แม้ว่าประเทศไทยสามารถผลิตยางพาราได้มากที่สุดในโลกถึง 2.3 ล้านตันหรือร้อยละ 30 ของโลก แต่ก็ไม่สามารถควบคุมราคาได้ จึงส่งผลกระทบต่อชาวเกษตรกรผู้ผลิตยางอย่างปีละ 87,000 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันสัดส่วนการใช้ยางดิบแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในประเทศยังต่ำมาก ตลอดจนจำนวน ชนิดผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพ เทคโนโลยีการผลิต และคุณภาพยังไม่ดีพอจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพจากการผลิตผลิตภัณฑ์เดิมและให้ได้มาตรฐานมีตลาดรองรับ ดังนั้นหากได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อประเทศและชาวสวนยางอย่างมหาศาล เพราะยางพารายังเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความจำเป็นในการส่งเสริมอาชีพและมีโอกาสพัฒนาได้อีกมาก

เพื่อให้เข้าใจเรื่องยางพาราทั้งระบบ ในบทนี้จึงได้กล่าวถึงโครงสร้างการยางพาราในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างการผลิตและโครงสร้างการตลาด โดยผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) โครงสร้างการผลิตยางพาราในประเทศไทย

การผลิตยางพาราของเกษตรกรในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นสวนยางขนาดเล็ก โดยขนาดของสวนยางมีแนวโน้มลดลงจากครัวเรือนละ 14.11 ไร่ เหลือ 9.97 ไร่ ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการครองชีพ ส่งผลให้เกษตรกรขาดการดูแลบำรุงรักษาสวนยาง ดันทุนการผลิตยางแผ่นดิบอยู่ในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น อินโดนีเซีย และชาดแคลน แรงงานที่มีความชำนาญในการกรีดยาง โดยเฉพาะในสวนยางขนาดใหญ่ ทำให้มีการใช้แรงงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและแรงงานต่างด้าว ซึ่งขาดประสบการณ์ในการกรีดยาง ทำให้หน้ากรีดยางเสีย ส่งผลให้ผลผลิตต่ำ และเนื้อไม้เสียหาย ปัจจุบันสวนยางพาราในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 ขนาด คือ (กรมวิชาการเกษตร, 2552)

1.1) สวนยางขนาดเล็ก คือ เป็นสวนยางที่มีพื้นที่ระหว่าง 2 – 50 ไร่ มีประมาณ 1,012,000 สวน หรือร้อยละ 93.01 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 13 ไร่

1.2) สวนยางขนาดกลาง คือ เป็นสวนยางที่มีพื้นที่ระหว่าง 51 – 250 ไร่ มีประมาณ 73,000 สวน หรือร้อยละ 6.71 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 60 ไร่

1.3) สวนยางขนาดใหญ่ คือ เป็นสวนยางที่มีพื้นที่มากกว่า 250 ไร่ มีประมาณ 3,000 สวน หรือร้อยละ 0.28 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 395 ไร่

การปลูกยางในประเทศไทยส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.4 อยู่ในเขตจังหวัดภาคใต้ รองลงมาเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 9.87 ภาคตะวันออก ร้อยละ 13.96 และภาคตะวันตก ร้อยละ 0.56 จากข้อมูลสถิติยางพาราของสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2552) พบว่า จังหวัดสงขลามีพื้นที่ปลูกยางพาราเป็นอันดับที่ 2 รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1.4 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.4 จากพื้นที่ปลูกยางพาราทั้งหมดของประเทศไทย 15.3 ล้านไร่ (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 พื้นที่ปลูกยางของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2546 - 2550

หน่วย : ไร่

จังหวัด	ปี 2546		ปี 2549		ปี 2550	
	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
1. สุราษฎร์ธานี	1,754,996	13.91	1,807,643	12.61	1,830,161	11.92
2. สงขลา	1,387,861	11.00	1,418,927	9.90	1,444,012	9.41
3. ตรัง	1,290,757	10.23	1,311,635	9.15	1,309,313	8.53
4. ยะลา	1,021,284	8.09	1,026,563	7.16	1,046,438	6.82
5. นราธิวาส	980,180	7.77	995,529	6.94	1,004,532	6.54
6. นครศรีธรรมราช	639,345	5.07	1,368,042	9.54	1,400,808	9.13

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

หน่วย : ไร่

จังหวัด	ปี 2546		ปี 2549		ปี 2550	
	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
7. พังงา	639,345	5.07	650,427	4.54	658,427	4.29
8. กระบี่	586,302	4.65	602,147	4.20	610,147	3.98
9. พัทลุง	511,941	4.06	525,400	3.66	538,411	3.51
10. ชุมพร	400,579	3.17	453,039	3.16	459,039	2.99
11. ปัตตานี	278,434	2.21	287,830	2.01	294,607	1.92
12. สตูล	266,452	2.11	282,485	1.97	289,811	1.89
13. ภูเก็ต	109,965	0.87	105,256	0.73	101,985	0.66
14. ระนอง	106,693	0.85	120,625	0.84	125,625	0.82
ภาคใต้	9,974,134	79.04	10,955,548	76.41	11,113,316	72.40
1. ระยอง	560,402	4.44	602,547	4.20	616,956	4.02
2. จันทบุรี	329,240	2.61	364,786	2.54	369,750	2.41
3. ตราด	197,985	1.57	216,117	1.51	223,077	1.45
4. ชลบุรี	135,133	1.07	174,980	1.22	176,911	1.15
5. ฉะเชิงเทรา	76,929	0.61	112,233	0.78	112,966	0.74
6. สระแก้ว	10,070	0.08	13,671	0.10	15,426	0.10
ภาคตะวันออก	1,309,759	10.38	1,484,334	10.35	1,515,086	9.87
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	590,313	4.68	1,539,623	10.74	2,143,206	13.96
ภาคตะวันตก	41,175	0.33	74,430	0.52	86,447	0.56
รวม	12,618,792	100.00	14,338,046	100.00	15,349,523	100.00

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2552

พื้นที่การปลูกยางมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่ไม่มาก ในระยะหลังๆ ประเทศไทยมีการใช้ยางพันธุ์ดีมาปลูกแทนยางเก่า เช่น RRIM 600 GTI BPM 24 เป็นต้น ทำให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ และเพิ่มการปลูกปาล์มน้ำมันแทน อย่างไรก็ตาม การปลูกยางของไทยยังมีปัญหาบางประการ คือ ผู้ปลูกส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยมีพื้นที่เพาะปลูกไม่มาก และเกษตรกรแต่ละรายไม่ได้ปลูกยางพันธุ์เดียวกัน ทำให้คุณภาพของยางแผ่นและน้ำยางสดของเกษตรกร

แต่ละรายมีความหลากหลาย ส่งผลให้อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราประสบกับปัญหาวัตถุดิบมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ต้นทุนในการปลูกยางพาราและผลิตน้ำยางสดมีแนวโน้มสูงขึ้น การศึกษาโครงสร้างปัจจัยการผลิตในการผลิตยางพารา พบว่า ปัจจัยการผลิตแบ่งเป็น 2 ประเภท ใหญ่ๆ คือ ปัจจัยคงที่ อันได้แก่ ที่ดินและอุปกรณ์ต่างๆ และปัจจัยผันแปร อันได้แก่ แรงงานและวัสดุ ผลการประมาณต้นทุนการผลิตยางพารา พบว่า ในส่วนของต้นทุนผันแปรส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงาน การที่ค่าจ้างแรงงานสูงขึ้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ต้นทุนการผลิตยางสูงขึ้น

พื้นที่การเพาะปลูกยางพาราของเกษตรกรทั้งประเทศมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 2.2) โดยในช่วงปี 2541 มีเนื้อที่เพาะปลูก 11,008,000 ไร่ ซึ่งให้ผลผลิตเฉลี่ย 224 กิโลกรัม/ไร่/ปี ราคาที่เกษตรกรขายได้ 22.73 บาท/กิโลกรัม ในปี 2550 ได้มีการขยายพื้นที่ปลูกยางเพิ่มเป็น 15,357,000 ไร่ มีผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ย 274 กิโลกรัม/ไร่/ปี และราคาที่เกษตรกรขายได้ก็ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 68.90 บาท/กิโลกรัม ส่วนในด้านประสิทธิภาพการผลิตนั้น ผลผลิตต่อไร่มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี 2547 เป็นปีที่มีการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพการผลิตมากที่สุด คือ มีผลผลิตประมาณ 290 กิโลกรัม/ไร่

ตารางที่ 2.2 พื้นที่ปลูก พื้นที่กรีดยอด ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ราคาขาย และมูลค่าของผลผลิตตามราคาที่เกษตรกรขายได้ ในปี พ.ศ. 2541 - 2550

ปี	พื้นที่ปลูก (1,000 ไร่)	พื้นที่กรีดยอด (1,000 ไร่)	ผลผลิต (1,000 ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	ราคาขาย (บาท/กก.)	มูลค่า (ล้านบาท)
2541	11,008	8,665	1,943	224	22.73	44,167
2542	11,444	8,951	2,048	229	18.12	37,110
2543	11,637	9,138	2,279	249	21.53	49,072
2544	12,131	9,400	2,523	268	20.52	51,777
2545	12,425	9,711	2,633	271	27.69	72,908
2546	12,612	10,004	2,860	286	37.26	106,564
2547	12,946	10,350	3,007	290	44.13	132,699
2548	13,610	10,569	2,980	282	53.57	159,624
2549	14,354	10,893	3,071	282	66.24	203,391
2550	15,357	11,052	3,024	274	68.90	208,368

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552

สำหรับการแปรรูปขั้นต้นนั้นผลผลิตจากสวนยางจะถูกนำไปแปรรูปขั้นต้นเป็นยางประเภทต่างๆ เช่น ยางแผ่น ยางแท่ง และน้ำยางข้น โดยผลผลิตยางธรรมชาติแปรรูปขั้นต้นของประเทศไทยประกอบด้วย ยางแผ่นรมควันเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น อุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราจึงแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรมยางแผ่นดิบ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและอุตสาหกรรมไม้ยางพารา ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละอุตสาหกรรมดังนี้

1) อุตสาหกรรมยางแผ่นดิบ แบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแห้ง และกลุ่มเหลว

(1) กลุ่มแห้ง ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ที.ที.อาร์ ยางเครพ ยางแผ่นผึ่งแห้ง และยางสกิม

(2) กลุ่มเหลว ได้แก่ น้ำยางข้น หรือยางลาเท็กซ์

2) อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (1) ยางยานพาหนะ (2) ผลิตภัณฑ์จากน้ำยางข้น (3) ผลิตภัณฑ์รองเท้า (4) ผลิตภัณฑ์ยางอุตสาหกรรม (5) ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ

3) อุตสาหกรรมไม้ยางพารา เป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนามาพร้อมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้คุณภาพดีตรงกับความต้องการของผู้ใช้ในรูปต่างๆ ได้แก่ ลังปลา ปาร์ติเกิลบอร์ดของเล่นเด็ก เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน ไม้อัด เครื่องประดับตกแต่งภายในอาคาร เป็นต้น

วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่สำคัญ คือ ยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ ยางธรรมชาติที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ คือ ยางแปรรูปขั้นต้นชนิดต่างๆ เช่น ยางแผ่น ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางเครพ

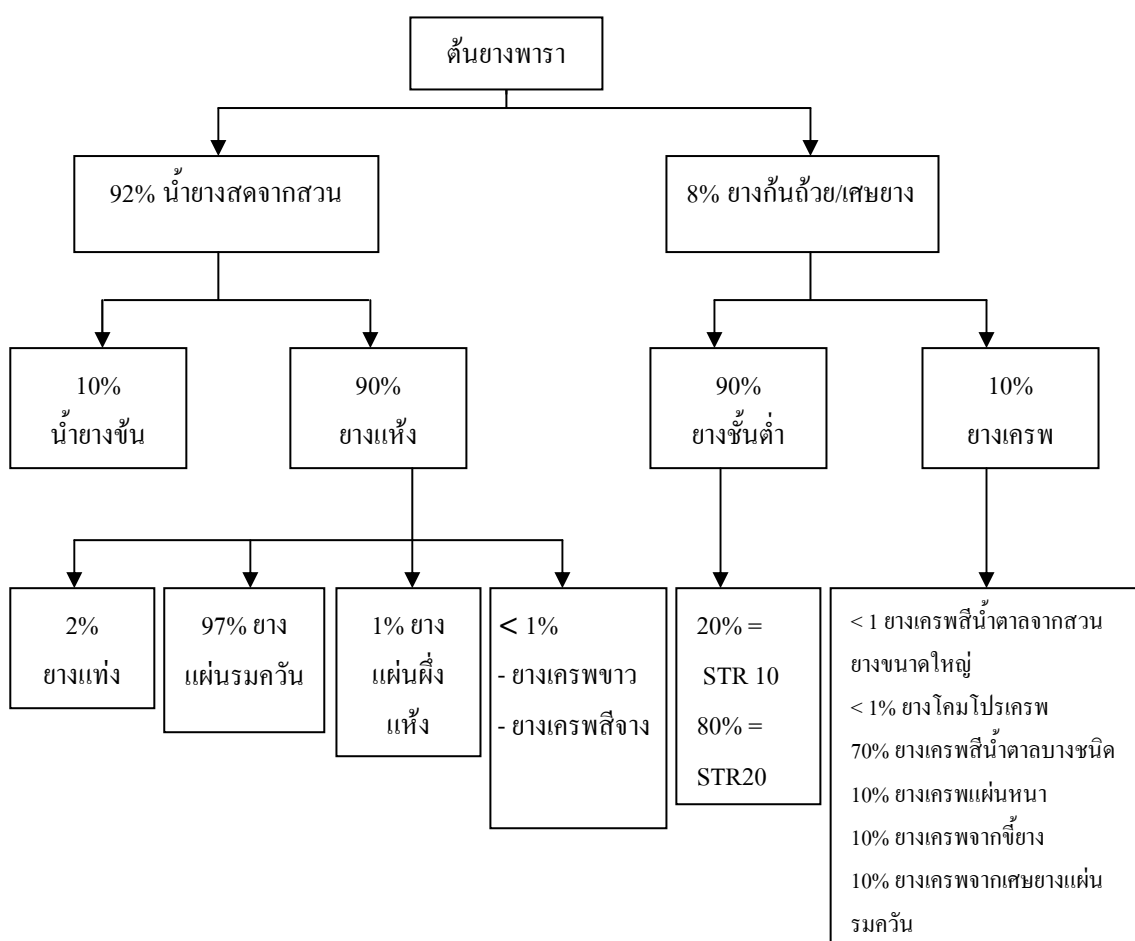
ผลผลิตยางธรรมชาติของไทยแยกตามประเภทระหว่างปี 2545 – 2550 พบว่าในปี 2545 ไทยผลิตยางแผ่นรมควันเป็นสัดส่วนมากที่สุด คือ ประมาณร้อยละ 50 ของผลผลิตทั้งหมด รองลงมา คือ ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางเครพ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 32 13 และ 2 ตามลำดับ โดยสัดส่วนการผลิตยางแผ่นรมควันมีแนวโน้มลดลง ขณะที่มีการผลิตยางแท่งเป็นสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้น (ตารางที่ 2.3) ทั้งนี้ การผลิตยางทั้ง 2 ประเภท ผู้ผลิตสามารถปรับสัดส่วนได้ตามความต้องการว่าจะผลิตประเภทใดเพิ่มขึ้นหรือลดลง

ตารางที่ 2.3 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย แยกตามประเภทในปี พ.ศ. 2545 – 2550

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางเครพ	อื่นๆ	รวม
2545	1,111,420	940,400	470,800	6,984	85,500	2,615,104
2546	1,225,170	1,029,600	494,675	37,100	89,460	2,876,005
2547	1,104,180	1,134,030	590,890	86,544	68,649	2,984,293
2548	1,005,700	1,240,265	585,300	36,715	69,178	2,937,158
2549	1,028,930	1,192,055	697,980	138,163	79,865	3,136,993
2550	957,337	1,218,326	663,926	151,437	64,979	3,056,005

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2551ก

จากภาพที่ 2.2 พบว่า น้ำยางที่ได้จากต้นยางพารา ร้อยละ 100 จะได้น้ำยางสด ร้อยละ 92 อีกร้อยละ 8 เป็นยางก้อนถ้วยและเศษยาง ซึ่งยางก้อนถ้วยและเศษยางนี้ประมาณ ร้อยละ 90 ใช้ในการผลิตยางแท่งชั้นต่ำ ส่วนที่เหลือจึงผลิตเป็นยางเครพชั้นต่ำ ส่วนน้ำยางสดนั้นมีการแปรรูปเป็นยางแท่งถึงร้อยละ 90 โดยส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 97 ของยางแท่งเป็นยางแผ่นรมควันอีกร้อยละ 2 เป็นยางแท่งชั้นดี ซึ่งบางส่วนของยางแผ่นรมควันก็ถูกนำมาแปรรูปใหม่เป็นยางแท่งชั้นดีเช่นกัน



ภาพที่ 2.2 แผนผังการแปรรูปยางแผ่นดิบของไทย

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2551ข

2) โครงสร้างการตลาดยางพาราของไทย

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ของโลกนับตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา แต่ผลผลิตยางของไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 91 ได้ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ มีการใช้ภายในประเทศเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ดังนั้น ภาวะการค้ายางของไทยจะเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับภาวะการค้ายางในต่างประเทศเป็นหลัก และเพื่อความเข้าใจในภาวะการค้ายางจึงจำเป็นต้องเข้าใจสภาพตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจะกล่าวพอสังเขป ดังนี้

2.1) ตลาดยางในประเทศ ซึ่งจะแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ

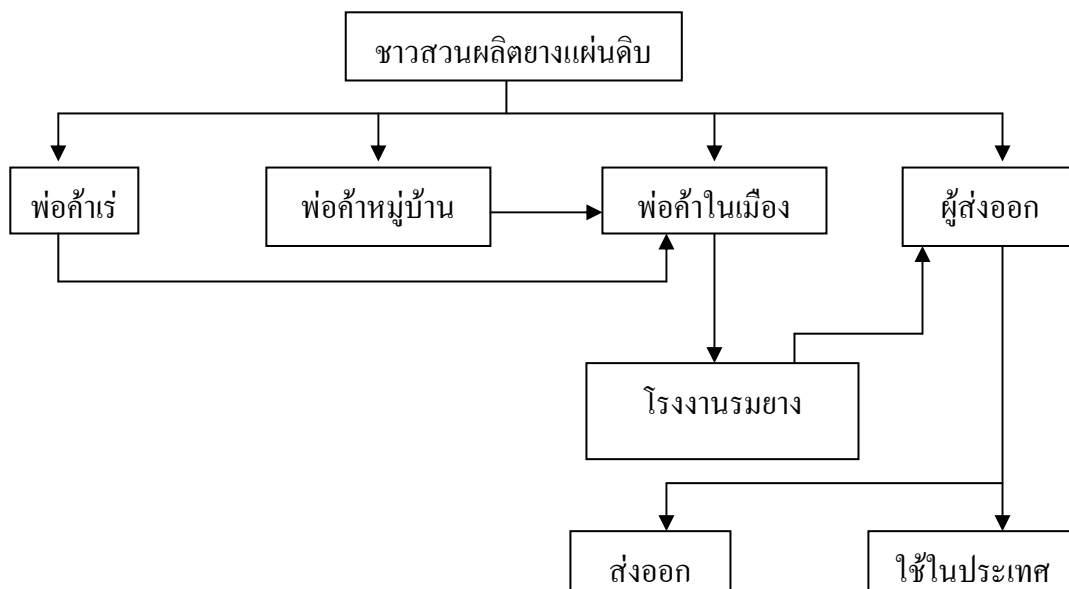
1) วิถีตลาดยางพารา ระบบตลาดยางพาราในไทยซึ่งอยู่พื้นที่ภาคใต้แทบทั้งหมด ประกอบด้วยผู้ประกอบการระดับต่างๆ คือ

(1) พ่อค้าเร่ พ่อค้าระดับนี้จะใช้มอเตอร์ไซด์ เป็นพาหนะ เข้าไปซื้อขายจากเจ้าของสวนในรูปของยางแผ่นดิบ แล้วนำไปขายต่อให้พ่อค้าในหมู่บ้านหรือพ่อค้าในเมือง ซึ่งพ่อค้าระดับนี้จะมีบทบาทสูงในท้องที่ที่การคมนาคมไม่สะดวก

(2) พ่อค้าในหมู่บ้าน พ่อค้าระดับนี้จะเปิดร้านในหมู่บ้าน โดยอาจขายสินค้าอื่นควบคู่ไปกับการซื้อขาย โดยซื้อขายจากชาวสวนในรูปของยางแผ่นดิบ หรือจากพ่อค้าเร่ที่นำมาขายให้ที่ร้าน

(3) พ่อค้าในเมือง พ่อค้าระดับนี้จะตั้งร้านรับซื้อขายในตัวเมืองส่วนมากประกอบธุรกิจซื้อขายเพียงอย่างเดียว โดยจะรับซื้อขายแผ่นดิบจากพ่อค้าเร่ พ่อค้าในหมู่บ้าน ชาวสวนยางขนาดกลางและใหญ่ พ่อค้าระดับนี้จะมีเงินทุนหมุนเวียนมาก และมักได้รับการสนับสนุนจากโรงงานรมควันหรือผู้ส่งออก ส่วนใหญ่พ่อค้าระดับนี้มักขายยางในรูปยางแผ่นรมควัน โดยเสียดำรมควันให้กับผู้ส่งออก หรือบางรายก็มีโรงงานเอง พ่อค้าในเมืองจะมีการเก็งราคาซื้อขายล่วงหน้าในการทำการค้าด้วย

(4) ผู้ส่งออก เป็นพ่อค้าระดับสูงสุดของประเทศ และมีโรงงานแปรรูปเป็นของตนเองแทบทั้งหมด โดยจะซื้อขายจากพ่อค้าในเมืองและเจ้าของสวนขนาดใหญ่ทั้งในรูปยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควัน บริษัทผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีอำนาจต่อรองราคาสูง และจะเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายได้



ภาพที่ 2.3 วิธีการตลาดของยางแผ่น

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2551ข

2) ศูนย์กลางการค้ายางในประเทศหรือตลาดยางในประเทศที่สำคัญ มี 6 แห่ง คือ

(1) ตลาดหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางยางพาราที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ เพราะมีปัจจัยหลายอย่างเอื้ออำนวย เช่น มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางน้ำและทางบกโดยไม่ห่างจากท่าเทียบเรือสงขลา มีโรงงานแปรรูปจำนวนมาก เป็นที่ตั้งบริษัทส่งออกรายใหญ่ของประเทศแทบทั้งหมด และยังมีศูนย์วิจัยการยางตั้งอยู่ด้วย ยางที่หาดใหญ่จะส่งออกทางด่านทางภาคใต้โดยตรงเป็นส่วนใหญ่ และราชการใช้ราคาซื้อขายที่ตลาดหาดใหญ่เป็นเกณฑ์ในการประกาศทางวิทยุให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

(2) ตลาดตรัง เคยเป็นศูนย์กลางค้ายางที่ใหญ่ที่สุดในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัจจุบันลดความสำคัญลง เป็นรองจากตลาดหาดใหญ่

(3) ตลาดยะลา ตั้งอยู่ศูนย์กลางของผู้ปลูกยาง มีสำนักงานผู้ส่งออกและโรงงานแปรรูปจำนวนมาก

(4) ตลาดนราธิวาส เป็นศูนย์กลางการค้ายางที่อยู่ใต้สุดของไทย ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าขนาดเล็ก แต่มีจำนวนมาก

(5) ตลาดภูเก็ต เป็นศูนย์กลางแหล่งปลูกยางทางภาคใต้ฝั่งตะวันตก มีโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ และมีท่าเทียบเรือที่สามารถส่งยางไปลงเรือใหญ่ที่ปีนังได้

(6) ตลาดกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางการค้ายางที่สำคัญแห่งหนึ่ง เพราะเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของผู้ส่งออก แล้วยังเป็นที่ตั้งของโรงงานใช้ผลิตภัณฑ์ยางจำนวนมากเป็นศูนย์กลางการเงินของประเทศ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ยางที่ส่งเข้ามาในกรุงเทพฯ

จะมาจากภาคตะวันออกเป็นส่วนใหญ่ และตัวเลขการส่งออกที่ทำเรือกรุงเทพก็ยังคงสูงอยู่ แต่รวมแล้ว ยังน้อยกว่าการส่งออกผ่านด่านศุลกากรทางใต้ทั้งหมดอยู่เล็กน้อย

2.2) ตลาดภายในต่างประเทศ (ตลาดโลก)

อย่างที่จำหน่ายในต่างประเทศทำได้ 2 วิธี คือ การซื้อขายโดยตรงกับผู้ใช้อย่าง และการซื้อขายโดยผ่านผู้ซื้อขายต่างประเทศ ซึ่งจำแนกออกได้เป็น 2 ตลาด คือ

(1) ตลาดต้นทาง (Primary Market) คือ ตลาดที่อยู่ใกล้กับแหล่งผลิต ปัจจุบัน คือ ตลาดสิงคโปร์ และตลาดกัวลาลัมเปอร์

(2) ตลาดปลายทาง (Terminal Market) คือ ตลาดที่ตั้งอยู่ในแหล่งผู้ใช้อย่างที่สำคัญ ปัจจุบัน คือ ตลาดนิวยอร์ก ตลาดโตเกียว ตลาดโกเบ ตลาดลอนดอน

ตลาดต้นทางและตลาดปลายทางมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างใกล้ชิด การเคลื่อนไหวของราคายางในตลาดใดตลาดหนึ่ง จะส่งผลกระทบต่อตลาดอื่นๆ ด้วย

ในปัจจุบันตลาดโลกลดบทบาทลงมาก เนื่องจากในระยะที่ผ่านมาการซื้อขายระหว่างผู้ส่งออกกับผู้ซื้อโดยตรงเพิ่มมากขึ้น มีปริมาณถึงร้อยละ 70 โดยมีการซื้อขายผ่านตลาดโลกเพียงร้อยละ 30 เท่านั้น ปัจจุบันตลาดโลกในประเทศต่างๆ ทั้ง 6 ตลาด ได้เปลี่ยนแปลงไปมาก ตลาดลอนดอน และตลาดนิวยอร์ก ชบเซาลง ในขณะที่ตลาดโตเกียวมุ่งไปในด้านการเก็งกำไร (Speculate) ในการซื้อขายล่วงหน้ากันแทบทั้งหมด ส่วนตลาดกัวลาลัมเปอร์ดำเนินการเพียงเสนอราคาเสนอซื้อขายให้ทราบเป็นประจำวัน แต่ไม่มีผู้เข้ามาซื้อขายผ่านตลาด ปัจจุบันจึงมีเฉพาะตลาดสิงคโปร์เพียงตลาดเดียวที่ยังเป็นที่นิยมและเชื่อถือสูงสุด

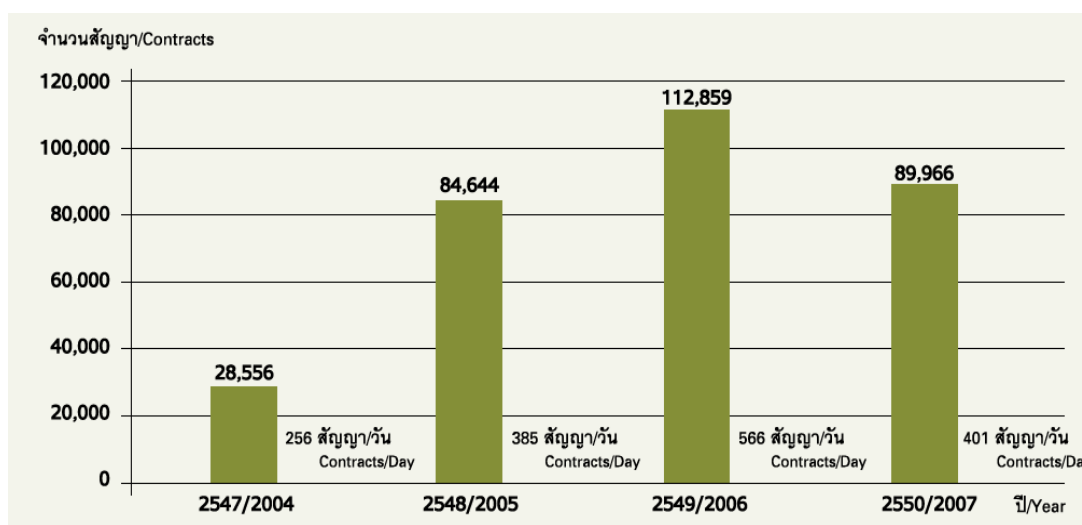
สำหรับประเทศไทยมีการส่งออกยางโดยตรงมากกว่าร้อยละ 60 โดยขายให้กับผู้ใช้ในประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ ที่เหลือเป็นการขายโดยผ่านตลาดกลางของโลกที่สิงคโปร์เป็นส่วนใหญ่

ผู้ศึกษาเห็นว่า มีประเด็นที่น่าคิดเกี่ยวกับราคาที่ใช้ซื้อขายที่ใช้ราคาในตลาดโลกอ้างอิง ทั้งๆ ที่การซื้อขายยางในตลาดโลกมีเพียงร้อยละ 30 เท่านั้น แต่การนำราคาของปริมาณสินค้าจำนวนน้อยมาเป็นตัวชี้วัดย่อมมีข้อผิดพลาด ทั้งนี้ เพราะราคายางในตลาดโลกมีปริมาณน้อย ย่อมไม่สะท้อนสภาพอุปสงค์และอุปทานของโลกอย่างแท้จริงได้

2.3 สถานการณ์การซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย (2552) สรุปผลการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าปี 2550 ว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 89,966 สัญญา หรือคิดเป็นมูลค่า 29,932.77 ล้านบาท โดยมีปริมาณการซื้อขายเฉลี่ย 401 สัญญาต่อวัน โดยยางพารายังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจ และมีปริมาณการซื้อขายสูงที่สุด มีการซื้อขายสินค้ายางพารา จำนวน 67,243 สัญญา รองลงมา

คือ สินค้าข้าวขาว 5% มีปริมาณการซื้อขายจำนวน 20,473 สัญญา และสินค้าน้ำมันลำปะหลัง มีปริมาณการซื้อขาย 3,250 สัญญา ตามลำดับ รายละเอียดแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 ปริมาณและมูลค่าการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2547 - 2550

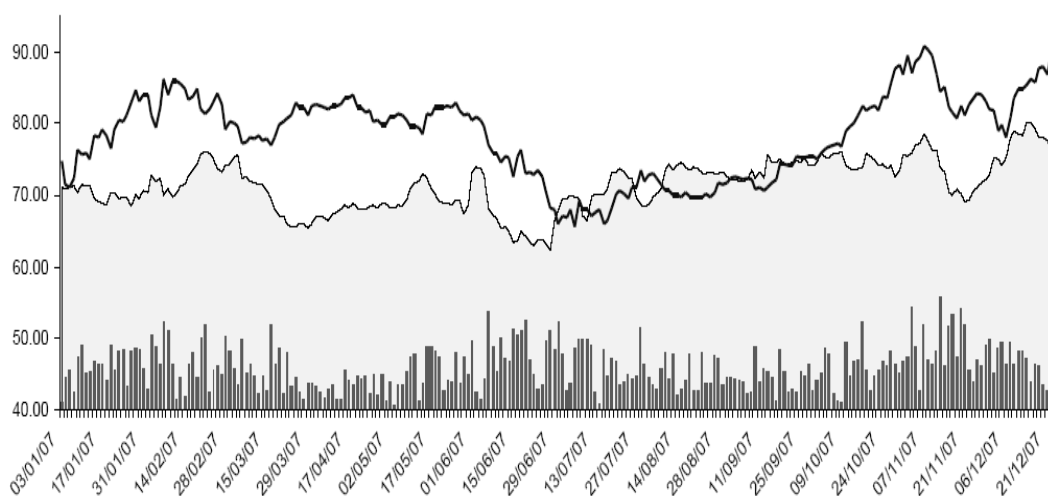
ที่มา : ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552

ภาพรวมการลงทุนของสินค้าอย่างแผ่นรมควันชั้น 3 จากสถิติช่วง 5 – 6 ปี ที่ผ่านมาแนวโน้มของการใช้ยางพาราเติบโตขึ้นทุกปี โดยเฉลี่ยร้อยละ 3–6 ต่อปี แม้เศรษฐกิจโลกจะชะลอตัวแต่ความต้องการใช้สินค้าเกษตรโดยเฉพาะการใช้ยางพาราเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้แนวโน้มการใช้ยางพาราเพื่อทดแทนยางสังเคราะห์ซึ่งมีราคาสูงขึ้นตามการปรับตัวของราคาน้ำมันในตลาดโลก ที่ปัจจุบันมีราคาเกิน 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล

โดยปกติผลผลิตยางพาราจะทยอยออกสู่ตลาดในช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคมของทุกปี ทำให้ราคายางพาราในช่วงนั้นไม่สูงมากนัก และช่วงเดือนธันวาคมถึงมกราคม ราคายางพาราอาจผันผวน เพราะเป็นช่วงที่ผู้ใช้งานยางพาราวางแผนการเก็บรักษาสินค้าทำให้การคาดหมายผลผลิตทำได้ยาก

ในปี พ.ศ.2550 มีปริมาณการซื้อขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 จำนวน 67,219 สัญญา คิดเป็นมูลค่า 26,400.36 ล้านบาท โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 มีความผันผวนตามปัจจัยราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และอุปสงค์ อุปทาน ตลอดทั้งปี โดยมีราคาซื้อขายต่ำสุดอยู่ที่ 65.70 บาทต่อกิโลกรัม และสูงสุดอยู่ที่ 91.70 บาทต่อกิโลกรัม รายละเอียดแสดงในภาพที่ 2.5

บาท/ กิโลกรัม



ภาพที่ 2.5 ปริมาณการซื้อขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 ปี พ.ศ. 2550

ที่มา : ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552

2.4 การบริหารความเสี่ยงของราคายางพาราด้วยสัญญาล่วงหน้าที่ยางแผ่นรมควันชั้น 3

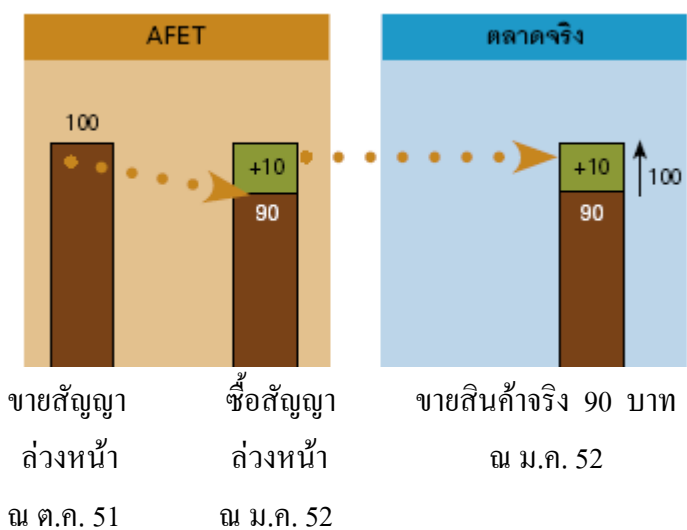
สัญญาล่วงหน้าที่ยางแผ่นรมควันชั้น 3 เครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงของราคายางพารา ด้วยกลไกทางการตลาด (Market Based Commodity Price Risk Management) เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ป้องกันความเสี่ยง (Hedging) ที่เกิดจากความผันผวนของราคา เพื่อรักษารายรับหรือต้นทุนในอนาคต ทั้งในกรณีที่ราคายางพาราในตลาดจริง (Cash Market) อาจปรับตัวลดลงเมื่อผลผลิตออกสู่ตลาดในอนาคต หรือในกรณีที่ราคายางพาราในตลาดจริงอาจปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อต้องซื้อยางพาราเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าในอนาคต ซึ่งการป้องกันความเสี่ยงด้วยสัญญาล่วงหน้าจะตั้งอยู่บนหลักการที่ว่า ราคาสินค้าในตลาดจริง (Cash Market) มีการเคลื่อนไหวคู่ขนานไปกับราคาสินค้าในตลาดล่วงหน้า (Futures Market) เสมอ

สำหรับผู้ที่ใช้สัญญาล่วงหน้าในการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้านั้น เราเรียกว่า ผู้ประกันความเสี่ยง (Hedger) โดยผู้ประกันความเสี่ยงจะสามารถลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้าในตลาดจริงด้วยการเปิดสถานะในตลาดล่วงหน้าตรงข้ามกับสถานะที่ตนเองมีความเสี่ยงอยู่ในตลาดจริง ซึ่งจะทำให้ผู้ประกันความเสี่ยงสามารถนำผลกำไรที่เกิดขึ้นจากตลาดหนึ่งมาชดเชยกับผลขาดทุนที่เกิดขึ้นในอีกตลาดหนึ่งได้ เสมือนว่าผู้ประกันความเสี่ยงได้ตรึงราคาสินค้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคตไว้ในระดับที่ตนต้องการ

1) การป้องกันความเสี่ยงด้วยการขายล่วงหน้า (Short Hedge)

ผู้ประกันความเสี่ยงที่เกรงว่าราคาสินค้าที่จะขายในอนาคตจะปรับตัวลดลงสามารถเข้ามาป้องกันความเสี่ยงโดยการขายล่วงหน้า ซึ่งจะทำให้เกิดผลกำไรหากในอนาคตราคาสินค้าปรับตัวลดลง และสามารถนำกำไรที่ได้จากการขายล่วงหน้ามาชดเชยการขาดทุนจากการ

ขายผลผลิตในตลาดจริง เช่น พืชไร่ซึ่งจะต้องรวบรวมยางแผ่นจากชาวสวนเพื่อนำมารมควัน และขายให้แก่โรงงานผู้ส่งออกยางพารา อาจเกรงว่าผลผลิตยางที่ออกสู่ตลาดในขณะนี้ อาจทำให้ราคาขายในอนาคตที่นำไปขายให้กับโรงงานมีราคาตกลง ส่งผลให้รายรับที่จะได้จากการขายยางในอนาคตตกลง ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยง พืชไร่ จึงทำการขายสัญญาล่วงหน้ายางแผ่นรมควันชั้น 3 เพื่อตรึงราคาขาย ณ ปัจจุบันไว้ ดังนั้นเมื่อถึงเวลาที่พืชนำยางไปขายให้กับโรงงาน หากราคาขายปรับตัวลดลง รายรับที่ลดลงจะถูกชดเชยด้วยผลกำไรจากการเข้ามาขายสัญญาล่วงหน้า รายละเอียดแสดงในภาพที่ 2.6



มีกำไร 10 บาท จากตลาดล่วงหน้า เพื่อมาชดเชยรายรับในตลาดจริงที่ลดลง

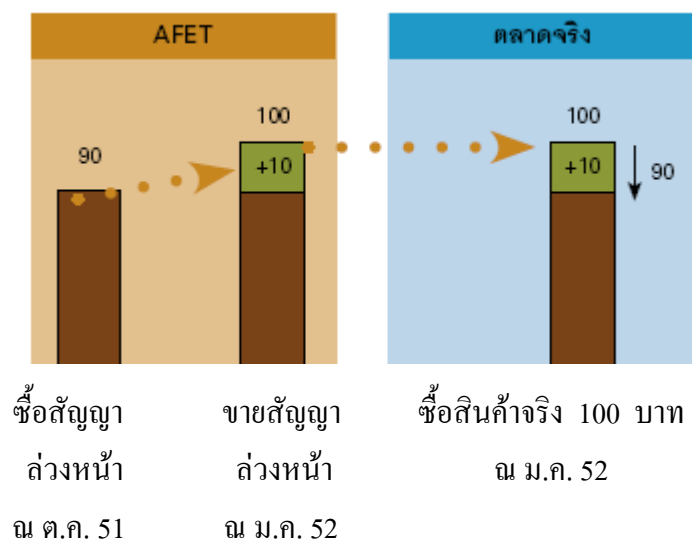
ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างการป้องกันความเสี่ยงด้วยการขายล่วงหน้า (Short Hedge)

ที่มา : ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552

2) การป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้อล่วงหน้า (Long Hedge)

ผู้ประกันความเสี่ยงที่เกรงว่าราคาสินค้าที่จะซื้อในอนาคตอาจปรับตัวเพิ่มขึ้น สามารถเข้ามาป้องกันความเสี่ยงโดยการซื้อล่วงหน้า ซึ่งจะทำให้เกิดผลกำไรหากในอนาคตราคาปรับตัวเพิ่มขึ้น และสามารถนำกำไรที่ได้จากการซื้อล่วงหน้ามาชดเชยการขาดทุนจากการซื้อวัตถุดิบในอีก 6 เดือนข้างหน้า อย่างไรก็ตามความต้องการสินค้าในปัจจุบันทำให้โรงงานจำเป็นต้องผลิตสินค้าสำหรับรอบการผลิตในอีก 6 เดือนข้างหน้า โรงงานผู้ผลิตรายนี้จึงมีความเสี่ยงที่ราคาขายอาจจะปรับตัวสูงขึ้นอีกใน 6 เดือนข้างหน้า ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการผลิตในรอบถัดไปปรับตัวสูงขึ้นจนอาจทำให้เกิดการเสียเปรียบในเชิงธุรกิจได้ ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โรงงานจึงทำการตรึงราคา ณ ปัจจุบันไว้โดยการซื้อสัญญาล่วงหน้ายางแผ่นรมควันชั้น 3 ดังนั้น

เมื่อถึงเวลาที่ต้องซื้อขายเข้ามาเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้า ราคาขงที่สูงขึ้นในตลาดจริง ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจะถูกชดเชยด้วยผลกำไรจากการถือสถานะซื้อในตลาดล่วงหน้า รายละเอียดแสดงในภาพที่ 2.7



มีกำไร 10 บาท จากตลาดล่วงหน้า เพื่อมาชดเชยต้นทุนในตลาดจริงที่สูงขึ้น

ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างการป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้อล่วงหน้า (Long Hedge)

ที่มา : ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552

นอกจากนี้ เพื่อให้การซื้อขยาล่วงหน้ามีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถทำสัญญาซื้อขายในตลาดจริงเพื่อกำหนดคู่ค้าที่ตนต้องการ หรือกำหนดรายละเอียดอื่นๆ เช่น น้ำหนัก และมาตรฐานของยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่นอกเหนือจากข้อกำหนดการซื้อขายล่วงหน้าในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ แล้วนำสัญญาซื้อขายจริงที่เกิดขึ้นนั้นมาแลกเปลี่ยนกับสถานะถือครองที่ตนมีในตลาดล่วงหน้า โดยผู้ประกอบการที่มีสถานะด้านขาย (Short Hedge) สามารถตกลงทำสัญญาซื้อขายในตลาดจริงกับผู้ประกอบการที่มีสถานะด้านซื้อ (Long Hedge) แล้วนำสัญญาในตลาดจริงดังกล่าวมาเข้ากระบวนการ “การแลกเปลี่ยนการถือครองข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้ากับสัญญาซื้อขายสินค้านอกตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ” หรือ “Exchange of Futures for Physicals – EFP”

ผู้ขายที่เข้ามาป้องกันความเสี่ยงโดยการขายล่วงหน้า (Short Hedge) จะได้สัญญาล่วงหน้าจากการทำ EFP ในขณะที่ผู้ซื้อที่เข้ามาป้องกันความเสี่ยงโดยการซื้อล่วงหน้า (Long Hedge) จะได้สัญญาขยาล่วงหน้าจากการทำ EFP ซึ่งผลของการทำ EFP จะเสมือนว่าผู้ซื้อผู้ขายสามารถ

ปิดภาระผูกพันที่มีในตลาดล่วงหน้าได้โดยการส่งมอบสินค้าในตลาดจริง รายละเอียดแสดงในภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างแสดงการแลกเปลี่ยนการถือครองซื้อตกลงซื้อขายล่วงหน้ากับสัญญาซื้อขายสินค้าในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย
ที่มา : ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552

2.5 องค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติ

คุณทลี ปรีทัศน์(2541) เสนอบทความเกี่ยวกับทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ (Attitude) เป็น Psychological Construct ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิเคราะห์พฤติกรรมของมนุษย์ ทัศนคติจึงเป็นหัวใจของการศึกษาทางด้านสังคมศาสตร์มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน วิวัฒนาการของการศึกษาเรื่องทัศนคติได้ก้าวหน้ามาถึงขั้นที่เราสามารถสร้างตัวแบบ (Model) ของทัศนคติ ดังนั้นถ้าสามารถเข้าใจตัวแบบของทัศนคติ ก็จะสามารรถเข้าถึงตัวแปรต่างๆ ที่เป็นสาเหตุของการเกิดทัศนคติได้

นักวิชาการได้ให้คำจำกัดความของทัศนคติไว้หลายคำจำกัดความด้วยกัน คำจำกัดที่มีชื่อเสียงและใช้กันมากเป็นคำจำกัดความของ Gordon Allport (1935) โดยได้กล่าวไว้ว่า “ทัศนคติ” คือ แนวโน้มในการตอบสนองต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดทั้งทางบวกหรือทางลบอย่างสอดคล้องกัน จากคำจำกัดความนี้ ทัศนคติจึงเป็นเรื่องของการพิจารณาเกี่ยวกับสิ่งบางอย่าง และมีการประเมินความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้น ความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบที่เกิดขึ้นเป็นผลลัพธ์จากการประเมินทั้งหมดแล้ว (Overall Evaluation) ดังนั้น การวัดทัศนคติจึงเป็นเรื่องของการวัดคุณลักษณะหลายประการ (Multidimensional Measurement) ของบางสิ่งบางอย่างก่อนที่จะปรากฏผลลัพธ์

เป็นทัศนคติ ไม่ใช่เป็นเรื่องของการวัดตัวแปรเพียงตัวเดียว (Unidimensional Measurement) แล้วปรากฏผลเป็นทัศนคติเลยอย่างที่เชื่อกันในสมัยหนึ่ง และนักวิชาการด้านทัศนคติได้กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

- 1) องค์ประกอบของการรับรู้หรือความเข้าใจ (Cognitive Component)
- 2) องค์ประกอบของอารมณ์/ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้น (Affective Component)
- 3) องค์ประกอบของแนวโน้มของการแสดงออก (Conative Component) หรือพฤติกรรม

ที่แสดงออกในอนาคต

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้มีความสำคัญมากในการศึกษาเรื่องทัศนคติ ดังนั้น ผู้ศึกษาจำเป็นต้องมีความรู้ 2 ประการ คือ ความรู้ด้านองค์ประกอบหรือโครงสร้างของทัศนคติกับความรู้ด้านตัวแบบของทัศนคติ ถ้าปราศจากความรู้ทั้งสองเรื่องนี้แล้ว งานวิจัยหรือการศึกษาด้านทัศนคติใดๆ ก็จะไม่ให้ผลที่สามารถเชื่อถือได้ ในการสร้างแบบสอบถาม ถ้าแบบสอบถามมีลักษณะหลายมิติ (Multidimensional Attributes) ก็จะให้คำตอบที่น่าเชื่อถือได้มากกว่าการถามแบบคุณลักษณะเดียว คือ คำถามเดียวแล้วรีบสรุปคำตอบ จุดที่ควรทราบ คือ ผู้ตอบสามารถแยกแยะความชอบ และความต้องการออกจากกันได้ ดังนั้น ถ้าจะรีบด่วนสรุปว่าทัศนคติที่ดี จะบอกได้ถึงแนวโน้มของความต้องการในอนาคตได้อย่างแน่นอน ก็ย่อมไม่ถูกต้อง ทัศนคติของคนเป็นสิ่งที่ลึกซึ้ง ซึ่งจุดนี้ผู้ศึกษาหรือผู้ที่ทำการวิจัยทัศนคติจะต้องพยายามทำความเข้าใจเพื่อที่จะได้ไม่แปรผลการวิจัยที่ผิดพลาด

ยุพินพรรณ ศิริวัฒนกุล (2540) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านการพูด เป็นความคิด และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ สามารถวัดได้โดยการนำความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ และขณะเดียวกันทัศนคติก็เป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นอะไรหลายอย่าง เช่น สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ฯลฯ ความรู้สึกเหล่านี้ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกหรือความเชื่อ เป็นต้น

ทัศนคตินั้นเกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม โดยมีสาเหตุที่ทำให้เกิดทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด 4 ประการ คือ

- 1) ประสบการณ์เฉพาะอย่างเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเอง ทำให้เกิดความฝังใจ กลายเป็นทัศนคติของเรา เช่น ถ้าเรามีประสบการณ์ที่ดีในการติดต่อกับบุคคลหนึ่ง เราจะมีความรู้สึกที่ดีกับบุคคลนั้น แต่ในทางตรงกันข้ามเราก็มีแนวโน้มที่จะไม่ชอบบุคคลนั้น

- 2) การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ทำให้เราเอาทัศนคติหลายอย่างเข้าไปโดยไม่ตั้งใจ ส่วนมากจะเป็นลักษณะของกลุ่มครอบครัว วงสาคณาญาติ หรือผู้ที่สนิทสนมกัน

3) รูปแบบหรือการเลียนแบบบุคคลอื่น ที่เขากระทำงานเกิดเป็นทัศนคติมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับผู้เป็นรูปแบบเขามีการยอมรับหรือศรัทธามากน้อยเพียงใด

4) องค์ประกอบของสถาบันหรือองค์กร เช่น วัด โรงเรียน ครอบครัว สมาคม สถานที่ทำงาน ซึ่งมีส่วนช่วยให้เกิดทัศนคติได้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุพา นาคา (2541) ได้ศึกษา เรื่อง ศักยภาพและโอกาสของการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตร ล่วงหน้าแห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงศักยภาพและโอกาสการจัดตั้งตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย และบทบาทของรัฐบาลในการจัดตั้งตลาดนี้

จากการศึกษา พบว่า ศักยภาพในการจัดตั้งศักยภาพและโอกาสการจัดตั้งตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยในปี 2541 ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งตลาดนี้ เป็นจำนวนมากยังไม่ทราบเรื่องการจัดตั้งตลาดนี้ ทั้งที่กระทรวงพาณิชย์ได้ประชาสัมพันธ์ไปแล้ว แต่ยังมีเกษตรกร ร้อยละ 89.0 ภาคเอกชน ร้อยละ 60.7 และภาครัฐ 48.0 ยังไม่ทราบเรื่องนี้เลย อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา พบว่า บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่ายรู้ว่าการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีประโยชน์มาก กล่าวคือ มีเกษตรกร ร้อยละ 85.3 เอกชน ร้อยละ 98.2 และภาครัฐ ร้อยละ 96.0 เห็นว่าการจัดตั้งตลาดนี้เป็นประโยชน์ที่จะก่อให้เกิดราคาสินค้าเกษตรมีเสถียรภาพ ลดต้นทุนการผลิต ทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร และทำให้รัฐสามารถลดงบประมาณที่ใช้ ในการแทรกแซงราคาสินค้าเกษตรลงได้ แสดงว่ายังมีโอกาสค่อนข้างสูงในการจัดตั้งตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้า

นงนุช ดันตีสันติวังศ์ (2544) ได้ศึกษา เรื่อง ผลกระทบของการซื้อขายยางพาราในตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้าต่อตลาดเงินสด : กรณีศึกษาของพารา โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึง ผลกระทบของราคาซื้อขายยางพาราในตลาดซื้อขายล่วงหน้าต่อตลาดเงินสดทั้งในด้านระดับ และความแปรปรวนของราคาของพารา และปริมาณของพารา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเก็บ รวบรวมจากสถาบันวิจัยยาง นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงแบบจำลองจากงานวิจัยอื่นๆ เพื่อศึกษา ถึงการกำหนดราคาและปริมาณของพาราในตลาดเงินสดทั้งก่อนและหลังมีการซื้อขายยางพาราใน ตลาดซื้อขายล่วงหน้า แบบจำลองประกอบไปด้วยสมการของพารา ซึ่งขึ้นอยู่กับราคาและปริมาณ ของพาราในตลาดเงินสดในเดือนที่แล้ว การขยายตัวของประชากรในประเทศผู้ส่งออก และ ผู้บริโภคของพารา และรายได้เฉลี่ยของประชาชนในประเทศผู้บริโภคของพารารายใหญ่ และสมการปริมาณของพาราซึ่งขึ้นกับการขยายตัวของประชากรในประเทศผู้ส่งออก และผู้บริโภค ของพารา และราคาคาดการณ์ ทั้งนี้ ราคาคาดการณ์ในช่วงก่อนมีการซื้อขายยางพาราในตลาด ล่วงหน้าจะถูกกำหนดให้มีการปรับตัวได้ และตัวแปรนี้จะแทนด้วยราคาซื้อขายยางพาราล่วงหน้า

ในช่วงหลังมีการซื้อขายยางพาราในตลาดล่วงหน้าแล้ว โดยพบว่าราคาคาดการณ์มีความสัมพันธ์ต่อปริมาณยางพาราอย่างมีนัยสำคัญ แต่ราคาซื้อขายล่วงหน้ามีความสัมพันธ์ต่อปริมาณยางพาราอย่างไม่มีนัยสำคัญ และปริมาณการผลิตในเดือนที่แล้วก็มีความสัมพันธ์ต่อทั้งยางพารา และราคาซื้อขายยางพาราในตลาดล่วงหน้าอย่างไม่มีนัยสำคัญอีกด้วย ในขณะที่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลราคาของยางพาราและปริมาณยางพาราใน 2 ช่วงเวลา พบว่า หลังมีการซื้อขายยางพาราในตลาดซื้อขายล่วงหน้า ความผันผวนของราคาของยางพาราในตลาดเงินสดและราคาคาดการณ์เพิ่มขึ้น ในขณะที่ความผันผวนของปริมาณยางพาราในตลาดเงินสดลดลง นอกจากนี้ งานวิจัยยังครอบคลุมไปถึงการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณสัญญาซื้อขายยางพาราล่วงหน้าและความแตกต่างระหว่างราคาคาดการณ์กับราคาซื้อขายยางพาราล่วงหน้า ซึ่งพบว่าทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ในขณะที่ แบบจำลองที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคาซื้อขายยางพาราล่วงหน้า ราคาของยางพาราในตลาดเงินสด และปริมาณยางพาราในตลาดเงินสด พบว่า ผลการศึกษาที่ได้รับยังคงเหมือนกับผลการศึกษาของแบบจำลองที่ได้กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งยังแสดงให้เห็นว่านโยบายหรือปรากฏการณ์ใดๆ ก็ตามที่มีส่งผลให้ราคาของยางพาราในตลาดเงินสดหรือตลาดซื้อขายล่วงหน้าเปลี่ยนแปลง จะทำให้ทั้งปริมาณและราคาของยางพาราเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เพิ่มมูลค่าของยางพาราของประเทศไทย อันจะทำให้รายได้ของผู้ผลิตและเกษตรกรเพิ่มสูงขึ้น

ฉัฐชา ทศนภักดิ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจของผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเชียงรายที่มีต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเชียงรายที่มีต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิด ทฤษฎีปัจจัยสำคัญของทัศนคติ คือ ความรู้ ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และความพยายามที่จะบรรลุผล และแนวคิดเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า การเก็บข้อมูลดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรทั้งหมด ได้แก่ผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเชียงราย จำนวน 44 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรเพศชาย มีอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี และมีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี ปวส. และปวช. ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับการประชาสัมพันธ์และมีการรับรู้ว่าจะปัจจุบันประเทศไทยมีการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า แต่ไม่สนใจเข้าร่วมการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่จะต้องทำการตกลงในประเด็นราคาของสินค้า คุณภาพของสินค้า และปริมาณของสินค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับต่ำ ด้านปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น คือ ความรู้ความเข้าใจด้านต่างๆ การได้รับการ

ประชาสัมพันธืเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้า และความสนใจเข้าร่วมซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้ามีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้า

ปริญญา เถิดโถม และปรัดถ พรหมมี (2549) ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษารูปแบบของสื่อและเนื้อหาเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้าที่เหมาะสมกับเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ 2) ระดับการรับรู้และทัศนคติต่อสื่อรูปแบบต่างๆ ของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ 3) ความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้าแห่งประเทศไทยของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ และ 4) ปัญหาอุปสรรคของการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้าแห่งประเทศไทยของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ ใช้ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง สัมภาษณ์ผู้นำเกษตรกร จำนวน 200 ตัวอย่างในจังหวัดสงขลา พัทลุง ตรัง นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี จังหวัดละ 40 ตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการอภิปรายผลตามหลักการ และเหตุผล

จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดลวงหน้าของผู้นำเกษตรกร พบว่า ผู้นำเกษตรกร ร้อยละ 71.2 ทราบว่ามีตลาดลวงหน้าแห่งประเทศไทย และร้อยละ 51.4 ทราบว่าตลาดลวงหน้ามีประโยชน์ในแง่ข้อมูลราคาลวงหน้าที่สามารถใช้เป็นราคาอ้างอิงในการตัดสินใจซื้อขายได้ และร้อยละ 50 ทราบถึงประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือประกันความเสี่ยงด้านราคา แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เข้าใจขั้นตอนการใช้ประโยชน์เพื่อประกันความเสี่ยง แต่จากการสำรวจทัศนคติต่อผู้นำเกษตรกรเกี่ยวกับตลาดลวงหน้า พบว่า ผู้นำเกษตรกรมีทัศนคติต่อสื่อที่ตลาดลวงหน้า นำเสนอที่ไม่ค่อยดี ($\bar{X} = 2.83$) โดยเฉพาะรูปแบบและเนื้อหาของสื่อเกี่ยวกับตลาดลวงหน้า แต่อย่างไรก็ตาม เกษตรกรยังคงต้องการที่จะรับรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด โดยเห็นได้จากผู้นำเกษตรกรเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.79$) กับการมีผู้นำเกษตรกรที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้าเพื่อคอยให้คำปรึกษาในแต่ละอำเภอ

ทัศนีย์ ปองดี (2550) ได้ศึกษา เรื่อง ประสิทธิภาพราคาในตลาดสินค้าเกษตรลวงหน้ายางพาราในประเทศไทย : กรณีศึกษา ยางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่งเอสทีอาร์ 20 ประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนของยางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่งเอสทีอาร์ 20 ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีลักษณะเชิงอนุกรมเวลา ต้องทำการวิเคราะห์ Stationary ด้วยวิธีการ Unit Root Test พบว่า ข้อมูลมีลักษณะเป็น Nonstationary แต่มีคุณสมบัติเป็น Cointegration จึงสามารถวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยอย่างง่ายได้ และจากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่งเอสทีอาร์ 20 ที่ตกลงซื้อขายกันในตลาดลวงหน้ายางพาราไม่เท่ากับหรือมีค่าใกล้เคียงกับราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่งเอสทีอาร์ 20 ที่ซื้อขายกันในตลาดยางพารา ณ วันที่ครบ

กำหนดสัญญาซื้อขายล่วงหน้า แสดงให้เห็นว่า ยางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่งเอสทีอาร์ 20 ที่ตกลงซื้อขายกันในตลาดล่วงหน้ายางพาราเป็นราคาที่ไม่มีความมีประสิทธิภาพ

อาชะวี ผงอ้วน (2550) ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาผลกระทบของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยต่อสวัสดิการสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ (AFET) ที่มีต่อสวัสดิการสังคม โดยศึกษาถึงผลกระทบของราคาสินค้าต่อการตัดสินใจในการผลิตสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งก่อนที่จะมีการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ผู้ผลิตจะใช้ราคาในตลาดเงินสดในการตัดสินใจในการผลิตสินค้า หลังจากมีการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าในประเทศไทยแล้ว ผู้ผลิตจะเข้ามาประกันความเสี่ยงในตลาดล่วงหน้าและใช้ราคาในตลาดล่วงหน้าเป็นราคาตัดสินใจในการผลิต ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงสร้างแบบจำลองเชิงเส้นของอุปสงค์และอุปทานของช่วงเวลาก่อนและหลังของการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าในประเทศไทย เพื่อศึกษาถึงสวัสดิการสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลทฤษฎีภูมิของตัวแปรต่างๆ มาทำการประมาณการอุปสงค์และอุปทาน จากข้อมูลตั้งแต่ไตรมาส 1 พ.ศ.2540 – ไตรมาส 1 พ.ศ.2549

จากการศึกษา พบว่า หลังจากมีการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยแล้ว ความยืดหยุ่นต่อราคาของผู้ผลิตลดลง ส่งผลให้เส้นอุปทานเคลื่อนที่ไปทางขวา เมื่อทำการวัดการเปลี่ยนแปลงของสวัสดิการโดยรวม พบว่า หลังจากมีตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าส่วนเกินผู้ผลิตและส่วนเกินผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้สวัสดิการสังคมโดยรวมสูงขึ้น

กาญจนา ศรีเชื้อ (2550) ได้ศึกษา เรื่อง ทักษะและความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกรผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะทั่วไปด้านเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจ 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ทักษะ การยอมรับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร 3) ความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปและวิธีการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ความต้องการบริการด้านอื่นๆ จากผู้ขายปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร 4) ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเกษตรกรในอำเภอที่มีผลผลิตพืชเศรษฐกิจหลักสูงสุด คือ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และเงาะ อำเภอละ 3 กลุ่มรวมเป็น 9 กลุ่ม เลือกสัมภาษณ์เชิงลึกในผู้มีความรู้ด้านการทำเกษตรอินทรีย์และเจ้าหน้าที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่รับผิดชอบระดับจังหวัดและในพื้นที่ จำนวน 5 ราย โดยใช้แบบสอบถาม กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์เชิงพรรณนาบทความของความเป็นเหตุเป็นผลของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อปุ๋ยอินทรีย์พื้นฐาน โดยเฉพาะในด้านการปรับสภาพโครงสร้างดินให้ดีขึ้น การช่วยเพิ่มความต้านทานโรคแก่ต้นพืช ประหยัดต้นทุนในระยะยาว และรักษาสังแวดล้อม แต่มีทัศนคติที่ไม่ดีในด้านความสะดวกในการจัดการต้องใช้ในปริมาณมากจึงจะเพียงพอต่อความต้องการของพืชค่าใช้จ่ายโดยเปรียบเทียบสูงกว่าการใช้ปุ๋ยเคมี เป็นพาหะของโรค และเป็นแหล่งแพร่กระจายวัชพืช เกษตรกรมีทัศนคติที่ดีต่อปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปในด้านคุณสมบัติ และสะดวกต่อการใช้ การเก็บรักษา แต่ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูป ด้วยเหตุผลด้านประสิทธิภาพที่ต่ำกว่าปุ๋ยเคมี ทำให้ต้องใช้ในปริมาณมากหากต้องการผลผลิตสูง ไม่มั่นใจในคุณภาพ เนื่องจากไม่มีสิ่งยืนยันถึงคุณภาพ และยังไม่มีความมาตรฐานที่ชัดเจน

ชัยพรพศิน ธนถาวรกิตต์ (2550) ได้ศึกษา เรื่อง ทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าและผลกระทบต่อราคาสินค้าเกษตรภายในประเทศ : ศึกษากรณีข้าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับปัจจัยนำเข้า กระบวนการบริหารจัดการ และผลลัพธ์ของการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า 3) ศึกษารูปแบบตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทยตามความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) ศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับผลกระทบจากการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า และ 5) ประเมินระดับความรู้และทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับงานวิจัยเชิงปริมาณ ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนากลุ่ม ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้เทคนิคการวิเคราะห์ด้วยการทดสอบ T – Test การวิเคราะห์การผันแปร การวิเคราะห์ถดถอยเชิงชั้น

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อบริบทและสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ในประเทศโดยภาพรวมยังไม่เอื้อต่อการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าเท่าที่ควร เมื่อพิจารณาในด้านปัจจัยนำเข้า ปัจจัยการบริหารและทัศนคติในภาพรวมพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับปานกลางเมื่อพิจารณาทัศนคติเป็นรายข้อ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคิดเห็นว่า ประเทศไทยควรจะมีการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพราะการจัดตั้งตลาดดังกล่าวมีประโยชน์ทั้งต่อประเทศและต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย แต่หากพิจารณาถึงระดับความสนใจในการเข้าสู่ตลาดแล้วกลับพบว่า ระดับความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากมีความแตกต่างกันสูงในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต่างอาชีพกัน และเมื่อพิจารณาในด้านความรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนใหญ่พบว่ายังมีความรู้ความเข้าใจในระดับที่ไม่สูงนัก ในส่วนของทัศนคติที่มีต่อผลลัพธ์และผลกระทบ พบว่า ผู้มีส่วน

ได้ส่วนเสียให้ระดับความคิดเห็นทั้งสองด้านนี้ในระดับสูง และหากการพิจารณารูปแบบของความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์เส้นทางภายในกรอบแนวคิดแล้ว พบว่าผลลัพธ์และผลกระทบในการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะได้รับอิทธิพลจากทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากที่สุด และตัวแปรอิสระอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยนำเข้า และการบริหารจัดการต่าง ๆ ก็ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านทางตัวแปรทัศนคติที่ดี

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจหลายประการ ได้แก่ 1) ในเรื่องการแทรกแซงราคาข้าวของรัฐบาล พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยที่รัฐบาลเข้าแทรกแซงราคาข้าวในขณะที่มีการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า 2) เรื่องการประชาสัมพันธ์ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะกลุ่มตัวแทนนายหน้ามีความเห็นสอดคล้องกันว่า รัฐบาลต้องเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน 3) การมีส่วนร่วมของกระทรวงต่างๆ ที่จะเข้ามาดูแลตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เพียงพอที่จะมีแค่กระทรวงพาณิชย์เข้ามาซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพียงกระทรวงเดียว และ 4) ตราสารอนุพันธ์ในประเทศไทยควรมีการรวมตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

จากการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ ให้ข้อสรุปที่น่าสนใจหลายประการเกี่ยวกับผลกระทบในด้านราคาของตลาดว่า ต้องเกิดจากการริเริ่มของรัฐบาล และการมีนโยบายที่ต่อเนื่องไม่ขัดแย้งกันเอง ได้แก่ การไม่เข้าแทรกแซงตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า และการช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าจำเป็นต้องสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นในส่วนที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ ซึ่งเครื่องมือที่จะช่วยทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีทัศนคติที่ดีที่สุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการเข้ามาทำการซื้อขายในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าต่อไป

นายสุรินทร์ แก้วระย้า (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการดำเนินงานของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยต่อราคาสินค้าเกษตร : กรณีศึกษาราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการดำเนินงานของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ หลังการจัดตั้งและดำเนินการของ ต.ส.ล. รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดยางพารา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตลาดและราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ก่อนและหลังการจัดตั้งและการดำเนินงานของ ต.ส.ล. นำข้อมูลดังกล่าวมาแจกแจง วิเคราะห์ข้อมูล ติดตามข้อมูล สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของ ต.ส.ล. มีผลกระทบต่อราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 ในทางที่ดีขึ้นหรือทางบวกมากขึ้น กล่าวคือ ผลกระทบจากการดำเนินงานของ ต.ส.ล. ระหว่างคาบเวลา 3 ปี (ปี พ.ศ. 2547 – 2549) ทำให้ประสิทธิภาพการตลาดขายแผ่นรมควันชั้น 3 ดีขึ้นมากคือ ทำให้ลดต้นทุนการตลาดลงจากคาบเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2544 – 2546) ก่อนมีการจัดตั้งและการดำเนินงานของ ต.ส.ล. โดยลดลงร้อยละ 13.20 ซึ่งเป็นผลทำให้ราคาขายที่เกษตรกรหรือสถาบันเกษตรกรได้รับมีราคาสูงขึ้น ส่วนแบ่งของเกษตรกรสูงขึ้นและส่วนเหลือมทางการตลาดลดลง

ทั้งนี้ เนื่องจากการดำเนินงานของ ต.ส.ล. ทำให้เกษตรกรหรือสถาบันเกษตรกร เมื่อจะขายยางก็มีราคาซื้อขายยางใน ต.ส.ล. เป็นราคาอ้างอิง ทำให้ทราบแนวโน้มของราคาขาย รวมถึงความผันผวนของราคาขายมีน้อยลง เข้าถึงข้อมูลราคาขายอย่างไม่เคยมีมาก่อน ทำให้มีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางดีมากขึ้น ผู้วิจัยได้เสนอแนะมาตรการที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยหน่วยงานในสังกัดที่เกี่ยวข้องควรต้องปฏิบัติ 2 ประการ และได้เสนอแนะมาตรการที่กระทรวงพาณิชย์ผู้กำกับดูแลตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย ควรจัดให้มีสถาบันคลังสินค้ายางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ให้ผู้ส่งออกยางได้เช่าเก็บยางไว้ระยะเวลาหนึ่งเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองราคากับศูนย์กลางตลาดยางโลก

ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้มีการศึกษาผลกระทบจากการดำเนินงานของ ต.ส.ล. ต่อราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 ทุกคาบระยะเวลา 3 ปี และควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบจากการดำเนินงานของ ต.ส.ล. ต่อราคาผลผลิตเกษตรอื่นๆ เช่น ราคามันสำปะหลังราคาข้าวสาร 5% เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าที่ ต.ส.ล. นำมาเป็นสินค้าที่ทำการซื้อขายใน ต.ส.ล. ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547

พัชรินทร์ พรหมวิหาร (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ศักยภาพของสหกรณ์การเกษตรจังหวัดแพร่ในการทำธุรกรรมในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อม ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคของสหกรณ์การเกษตรจังหวัดแพร่ในการเข้าทำธุรกรรมในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ประชากรที่ทำการศึกษาคือผู้ที่ปฏิบัติงานในสหกรณ์การเกษตรทั้ง 9 แห่งของจังหวัดแพร่ ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ชกส.แพร่ สหกรณ์การเกษตรเมืองแพร่ จำกัด สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด สหกรณ์การเกษตรหนองม่วงไข่ จำกัด สหกรณ์การเกษตรร่องกาง จำกัด สหกรณ์การเกษตรเมืองสอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรศรีเด่นชัย จำกัด สหกรณ์การเกษตรลอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวังชัน จำกัด โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจและแบบสอบถาม จำนวน 90 ชุด ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติความถี่ อัตราส่วน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและวัดระดับคะแนนเพื่อแบ่งกลุ่มตามอัตราส่วนร้อยละของคะแนน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ปฏิบัติงานในสหกรณ์ส่วนใหญ่ ร้อยละ 66.67 เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41 – 50 ปี การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ทำงานในตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันมาแล้ว 1 – 3 ปี

มีผู้ปฏิบัติงานบางส่วนไม่เคยเข้ารับการอบรมด้านตลาดสินค้าเกษตรเลย ส่วนผู้ที่เคยผ่านการอบรมในช่วง 2 ปี ส่วนใหญ่อบรมจำนวน 1 – 2 ครั้ง โดยผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแล้วจากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์และวิทยุ และส่วนใหญ่ทราบว่ามีการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย มีเพียงบางส่วนที่ไม่ทราบและไม่แน่ใจว่ามีการจัดตั้งหรือไม่ ส่วนปัญหาหลักทางด้านราคาสินค้าเกษตรในความคิดของผู้ปฏิบัติงานคือ ปัญหาจากการขาดการวางแผนการผลิตและการตลาดมีความสัมพันธ์กันส่งผลให้เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตมีมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ปัญหาอันเกิดจากธรรมชาติของสินค้าเกษตรที่ต้องเก็บเกี่ยวในช่วงใกล้เคียง ทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดในช่วงนั้นมากเกินไปส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำ

สหกรณ์ส่วนใหญ่มีสมาชิกอยู่ในช่วง 4,001–6,000 คนสินค้าหลักของสหกรณ์คือ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ธุรกิจหลักของสหกรณ์ ได้แก่ การให้เงินกู้ และสหกรณ์ส่วนใหญ่มีอุปกรณ์การตลาดพร้อมรองรับการใช้งาน ด้านสภาพคล่องของสหกรณ์ พบว่า สหกรณ์แต่ละแห่งมีสภาพคล่องที่ดีพอสมควร มีมูลค่าการรวบรวมผลผลิตในแต่ละปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนช่องทางการรับรู้อาสาของผู้จัดการสหกรณ์ส่วนใหญ่เกิดจากผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าเกษตร ด้านการวัดความรู้เบื้องต้นในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าของสหกรณ์การเกษตรทั้ง 9 แห่ง พบว่า สหกรณ์บางแห่งมีความรู้เบื้องต้นในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าในระดับปานกลาง และอีกบางส่วนมีความรู้เบื้องต้นในระดับที่ค่อนข้างน้อย เมื่อหาค่าเฉลี่ยทั้ง 9 สหกรณ์ พบว่า มีระดับความรู้เบื้องต้นในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าในระดับที่ค่อนข้างน้อยเช่นกัน ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า พบว่า ผู้ปฏิบัติงานในสหกรณ์การเกษตรทั้ง 9 แห่ง มีความคิดเห็นที่เห็นด้วยกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าในทุกหัวข้อที่ทำการสำรวจ และสหกรณ์ที่มีศักยภาพและพร้อมที่จะเข้าทำธุรกรรมในตลาดมี 4 แห่ง ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. แพร่ สหกรณ์การเกษตรเมืองแพร่ จำกัด สหกรณ์การเกษตรร้องกวาง จำกัด และสหกรณ์การเกษตรศรีเด่นชัย จำกัดด้านความต้องการความรู้ในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า พบว่าผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มี

ความรู้ความเข้าใจในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าค่อนข้างน้อย และต้องการความรู้การอบรมในระดับมาก โดยเลือกวิธีการจัดอบรมในพื้นที่ ช่วงเวลาอบรมประมาณ 1 – 2 วัน และต้องการการศึกษาดูงานในสถานที่จริง รวมถึงมีความต้องการความรู้เบื้องต้นในทุกๆ หัวข้อที่ทำการสำรวจ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการวิจัยเรื่อง ทักษะคิดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นขั้นตอนและวิธีการในการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอ และผลการศึกษาศึกษาสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสามารถนำไปเสนอแนะได้ ประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วนที่สำคัญ คือ 1) ข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล และ 2) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ 2 ประเภท คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการศึกษาจากข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ในเรื่องขององค์ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า โครงสร้างการผลิตและการตลาดยางพาราของไทย สถานการณ์การซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย การบริหารความเสี่ยงของราคายางพาราด้วยสัญญาล่วงหน้าอย่างแผ่นรมควั่นชั้น 3 องค์ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นเอกสารประเภทรายงานการวิจัย บทความวิจัย ภาคนิพนธ์ สารนิพนธ์ วารสารและเอกสารทางวิชาการต่างๆ โดยได้ค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หอสมุดคุณหญิงหลงอรรถกระวีสุนทร ห้องอ่านหนังสือคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งข้อมูลทุติยภูมิที่ได้เก็บรวบรวมนี้จะได้ใช้เป็นกรอบและแนวความคิดในการศึกษาคั้งนี้

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในระดับภาคสนาม (Field Survey) โดยการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ระบุไว้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ประชากร (Population) ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่มีพื้นที่ปลูกขนาด 50 – 250 ไร่ ในอำเภอหาดใหญ่ และจดทะเบียนไว้กับสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 475 ราย

2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) โดยเลือกเกษตรกรจากประชากรในหัวข้อ 1) ที่รู้จักตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า จำนวน 50 ราย ด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

3) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) ใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaire) รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ซึ่งแบบสอบถามจะมีทั้งคำถามแบบปิดและเปิด สำหรับเนื้อหาของแบบสอบถามมี 4 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 สภาพทางสังคม เศรษฐกิจและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร

ส่วนที่ 2 การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

อนึ่ง สำหรับคำถามเกี่ยวกับทัศนคติในประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ผู้วิจัยได้จำแนกระดับทัศนคติออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้ (สมบุญ ณ เจริญจิระตระกูล, 2550)

ระดับคะแนน	ความหมาย
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	ไม่เห็นด้วย

4) การทดสอบแบบสอบถาม (Pretest)

เมื่อผู้วิจัยได้มีการทดสอบด้านเนื้อหาเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดพิมพ์เสร็จแล้วไปทดลองสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ราย เพื่อตรวจสอบความง่ายและความสามารถในการนำไปใช้จริง โดยพิจารณาถึงความเข้าใจและความชัดเจนในการตอบ รวมถึงเวลาที่ใช้ในการตอบว่าใช้เวลานานน้อยเพียงใดเหมาะสมที่จะนำไปใช้รวบรวมข้อมูลจริงหรือไม่ โดยนำข้อบกพร่องเหล่านั้นมาปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วจึงนำแบบสอบถามนั้นไปดำเนินการสอบถามจริง ทำให้ตรงกับเนื้อหา และมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง เข้าม้าการประมวลผลข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) for Window และหาค่าสถิติต่างๆ โดยวิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ดังต่อไปนี้

3.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

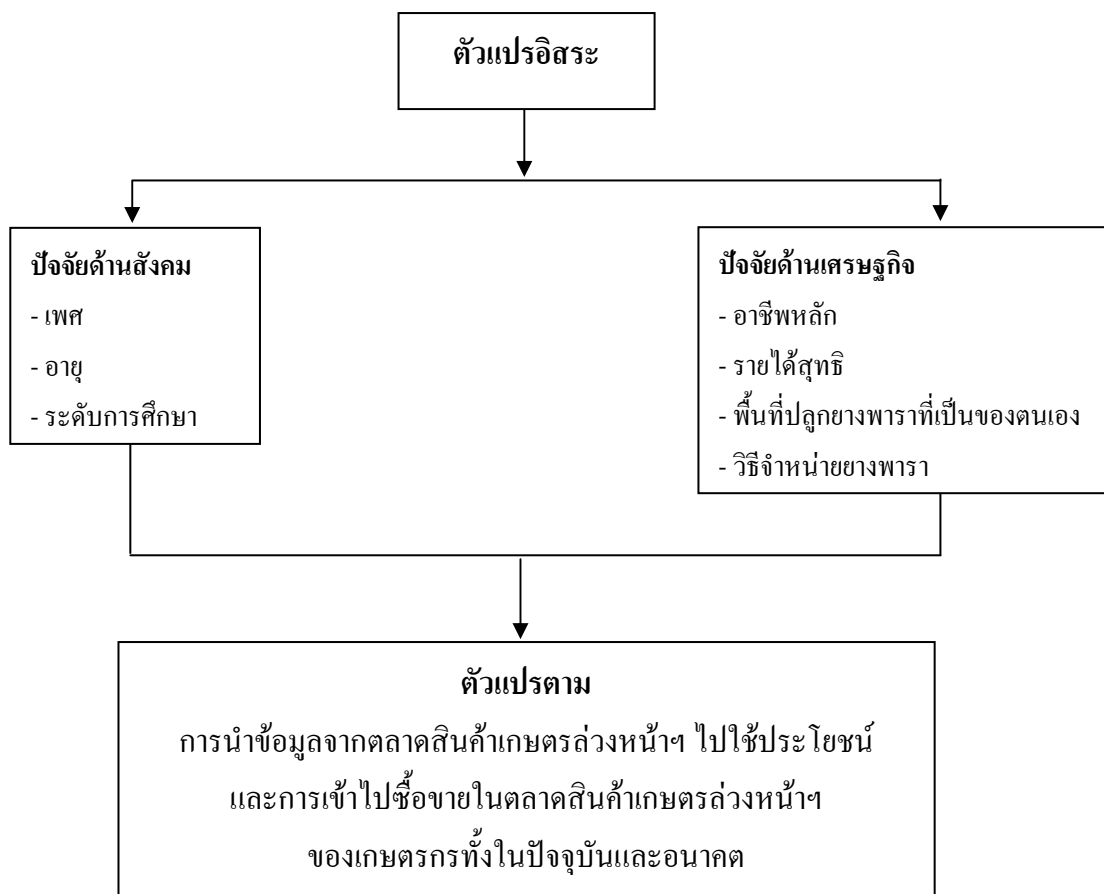
ผู้วิจัยใช้สถิติอย่างง่ายวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ (1) สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร (2) การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร (3) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร สำหรับการวิเคราะห์ทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร นั้น ได้ใช้กรอบพิจารณา ดังนี้

การแปลความหมายเกี่ยวกับทัศนคติในเชิงบวก มีดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมายเชิงบวก
4.50 – 5.00	ทัศนคติดีมาก
3.50 – 4.49	ทัศนคติดี
2.50 – 3.49	ทัศนคติดีปานกลาง
1.50 – 2.49	ทัศนคติไม่สู้ดี
1.00 – 1.49	ทัศนคติไม่ดีเลย

3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ไม่ใช่พารามิเตอร์ (Nonparametric Statistics) ได้แก่ สถิติไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน (Independent Test) ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ไปใช้ประโยชน์ และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร ทั้งในปัจจุบันและอนาคตซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) รายละเอียดแสดงในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สำหรับขั้นตอนในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามสามารถทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ความเป็นอิสระต่อกันระหว่าง 2 ตัวแปร โดยมีขั้นตอนในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1) การตั้งสมมติฐานเพื่อการทดสอบ

H_{O1} : ปัจจัยทางด้านสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

H_{A1} : ปัจจัยทางด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

H_{O2} : ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

H_{A2} : ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

3) คำนวณค่า χ^2 ด้วยโปรแกรม SPSS

4) หาขอบเขตในการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Null Hypothesis : H_0) โดยการเปิดค่า χ^2 จากตาราง ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และองศาอิสระ (Degree of Freedom = $(r-1)(c-1)$)

5) สรุปผลการทดสอบ คือ ถ้าค่า χ^2 จากการคำนวณมากกว่าค่า χ^2 จากตารางจะสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายถึง ตัวแปรทั้งสอง คือ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน

ถ้าค่า χ^2 จากการคำนวณน้อยกว่าค่า χ^2 จากตารางจะยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายถึง ตัวแปรทั้งสอง คือ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า แห่งประเทศไทยของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยแบ่งการ นำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 5 ประเด็น คือ 1) สภาพทางสังคม เศรษฐกิจและข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับการจัดการสวนยางพารา 2) การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้าฯ 3) ทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ไปใช้ประโยชน์ และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และ 5) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร ผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4.1 สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร

4.1.1 สภาพทางสังคมของเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์สภาพทางสังคมของเกษตรกร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สมาชิกที่ช่วยทำการเกษตร และอาชีพ มีรายละเอียดแสดงในตาราง ที่ 4.1

1) เพศ

เกษตรกรเป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.0 แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อาจเนื่องมาจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็น ผู้นำครอบครัว ประกอบกับการทำสวนยางพาราเป็นงานกลางแจ้ง และต้องใช้ความรับผิดชอบ ในการควบคุมแรงงานในสวนยางพาราของตน

2) อายุ

เกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 40.5 ปี โดยมีอายุไม่เกิน 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.0 และมี อายุมากกว่า 40 ปี ร้อยละ 42.0 อาจเป็นเพราะช่วงอายุไม่เกิน 40 ปี เป็นวัยทำงานหรือวัยกลางคน ซึ่งสามารถตัดสินใจในการประกอบอาชีพ โดยมีอายุไม่มากนักเกินไป ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ มากขึ้นมีส่วนลดลง

ตารางที่ 4.1 สภาพทางสังคมของเกษตรกร

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	26	52.0
- หญิง	24	48.0
อายุ (ปี)		
- ≤ 40	29	58.0
- > 40	21	42.0
เฉลี่ย	40.5	
ระดับการศึกษา		
- ประถมศึกษา	4	8.0
- มัธยมศึกษา	6	12.0
- อนุปริญญา	13	26.0
- ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	27	54.0
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
- ≤ 5	21	42.0
- 5 - 10	28	56.0
- > 10	1	2.0
เฉลี่ย	4.7	
สมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยทำการเกษตร		
- 1	48	96.0
- 2	-	-
- 3	1	2.0
- 4	1	2.0
เฉลี่ย	1.1	

3) ระดับการศึกษา

เกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาจบการศึกษาระดับอนุปริญญา ร้อยละ 26.0 และจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

เกษตรกรมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่ามากที่สุด เนื่องจากการศึกษาในปัจจุบันได้ขยายโอกาสในหลายๆ ช่องทาง ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่มีรายได้จากการทำสวนยางพาราได้พัฒนาระดับการศึกษาให้สูงขึ้น และส่งผลต่อความสามารถในการรับรู้ข่าวสารที่อาจมีผลต่อความเข้าใจในการประกอบอาชีพ และการตัดสินใจลงทุนตลอดจนการจัดการกับพื้นที่ทำการเกษตรของเกษตรกรเอง

4) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

เกษตรกรมีสมาชิกในครัวเรือน โดยเฉลี่ย 5 คน โดยมีสมาชิกในครัวเรือนมากที่สุด 5 - 10 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา มีสมาชิกในครัวเรือนไม่เกิน 5 คน ร้อยละ 42.0 และสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 10 คน ร้อยละ 2.0 เนื่องจากเกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 40.5 ปี ซึ่งเป็นรอยต่อของครอบครัวขนาดใหญ่ในอดีตและครอบครัวขนาดเล็กของสังคมเมืองที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

5) สมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยทำการเกษตร

เกษตรกรมีสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยทำการเกษตรโดยเฉลี่ย 1 คน โดยเกษตรกรมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยทำการเกษตร 1 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.0 มีสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยทำการเกษตร 3 และ 4 คน ร้อยละ 2.0 เนื่องจากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่มีพื้นที่มากกว่า 50 ไร่ขึ้นไปซึ่งเป็นพื้นที่จำนวนมาก จึงนิยมจ้างแรงงานแทนการทำสวนยางพาราด้วยตนเอง

4.1.2 สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร ประกอบด้วย อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้สุทธิ แหล่งเงินทุนในการทำสวนยางพารา และภาวะหนี้สิน มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.2

1) อาชีพหลัก

เกษตรกรประกอบอาชีพสวนยางพาราเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.0 และรับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 20.0 เนื่องจากยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจของทางภาคใต้ โดยมีผลตอบแทนที่สามารถทำให้

เกษตรกรมีรายได้ตลอดทั้งปี ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เป็นชาวสวนยางพารามีพื้นที่ปลูก ขนาดกลาง คือ 50 – 250 ไร่ จึงมีรายได้มากทำให้เกษตรกรสามารถยึดเป็นอาชีพหลักได้

ตารางที่ 4.2 สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
อาชีพหลัก		
- สวนยางพารา	20	40.0
- ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	13	26.0
- รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	10	20.0
- ประกอบอาชีพการเกษตรด้านอื่นๆ	4	8.0
- ค้าขาย	3	6.0
อาชีพรอง		
- สวนยางพารา	30	60.0
- ประกอบอาชีพการเกษตรด้านอื่นๆ	7	14.0
- ค้าขาย	7	14.0
- รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	2	4.0
- ข้าราชการบำนาญ	1	2.0
- ไม่มีอาชีพรอง	3	6.0
รายได้สุทธิ (บาทต่อเดือน)		
- ≤ 30,000	16	32.0
- 30,001 – 45,000	21	42.0
- > 45,000	13	26.0
เฉลี่ย	39,040	

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
แหล่งเงินทุนในการทำสวนยางพารา*		
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง	49	98.0
- รายได้ของตนเอง	28	78.0
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	39	56.0
- การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ	6	12.0
- กองทุนหมู่บ้าน	5	10.0
- ทุนของญาติ	1	2.0
ภาวะหนี้สิน		
- ไม่มี	6	12.0
- มี	44	88.0
จำนวนหนี้สิน (บาทต่อครัวเรือน)	(n = 44)	
- ≤ 500,000	6	13.6
- 500,001 – 1,000,000	16	36.3
- 1,000,001 – 1,500,000	13	29.5
- 1,500,001 – 2,000,000	2	4.5
- 2,000,001 – 2,500,000	5	11.4
- > 2,500,000	2	4.5
เฉลี่ย	1,140,409	

หมายเหตุ * ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2) อาชีพรอง

เกษตรกรประกอบอาชีพสวนยางพาราเป็นอาชีพรอง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา ประกอบอาชีพการเกษตรด้านอื่นๆ และค้าขาย ร้อยละ 14.0 เนื่องจากเกษตรกรสามารถจัดสรรเวลาในการทำสวนยางพารา และประกอบอาชีพอื่นๆ ควบคู่กันไปได้ ทั้งนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมใช้แรงงานจากภายนอกครัวเรือน จึงทำให้อาชีพการทำสวนยางพาราเป็นอาชีพรองที่มีสัดส่วนสูง

3) รายได้สุทธิ

เกษตรกรมีรายได้สุทธิเฉลี่ย 39,040 บาทต่อเดือน โดยมีรายได้สุทธิไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมา มีรายได้สุทธิ 30,001 – 45,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 42.0 และมีรายได้สุทธิตั้งแต่ 45,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 26.0 เนื่องจากเกษตรกรมีพื้นที่ปลูกยางพาราตั้งแต่ 50 ไร่ขึ้นไป จึงทำให้มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างสูง

4) แหล่งเงินทุนในการทำสวนยางพารา

เกษตรกรมีเงินสงเคราะห์จากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เป็นแหล่งเงินทุนหลัก คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมา คือรายได้ของตนเองเป็นแหล่งเงินทุน ร้อยละ 78.0 และใช้แหล่งเงินทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ร้อยละ 56.0 เนื่องจากพื้นที่การปลูกยางพาราในภาคใต้เป็นเขตพื้นที่ปลูกยางพาราทดแทน จึงส่งผลให้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

5) ภาวะหนี้สิน

เกษตรกรมีภาวะหนี้สิน คิดเป็นร้อยละ 88.0 ของเกษตรกรทั้งหมด และมีหนี้เฉลี่ย 1,140,409 บาท โดยมีหนี้ 500,001 – 1,000,000 บาท ร้อยละ 36.3 รองลงมา มีหนี้ 1,000,001 – 1,500,000 บาท ร้อยละ 29.5 และมีหนี้สินไม่เกิน 500,000 บาท ร้อยละ 13.6 สืบเนื่องมาจากเกษตรกรใช้เงินทุนในการลงทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และต้องใช้จ่ายเงินในการหมุนเวียนในกิจการอื่นๆ ที่เป็นทั้งอาชีพหลักและอาชีพรอง เช่น การประกอบอาชีพการเกษตร อื่นๆ และการค้าขาย

4.1.3 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร ประกอบด้วย พื้นที่ทำการเกษตร ลักษณะยางพาราที่จำหน่าย วิธีการจำหน่ายยางพารา การจัดชั้นคุณภาพยางพารา ปัจจัยที่พิจารณาในการจำหน่ายยางพารา และปัญหาในการทำสวนยางพารา รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.3

1) พื้นที่ทำการเกษตร

เกษตรกรทั้งหมดมีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นของตนเอง โดยมีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นของตนเองเฉลี่ย 76.3 ไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 68.0 มีพื้นที่ 50 – 75 ไร่ รองลงมา มีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นของตนเอง 76 - 100 ไร่ ร้อยละ 20.0 และพื้นที่มากกว่า 100 ไร่ ร้อยละ 12.0 ในจำนวนนี้มีพื้นที่ปลูกยางพาราเฉลี่ย 72.5 ไร่ และร้อยละ 78.0 ของเกษตรกรมีพื้นที่ปลูกยางพารา 50 – 75 ไร่ รองลงมา มีพื้นที่ปลูกยางพารา 76 - 100 ไร่ ร้อยละ 12.0 และพื้นที่ปลูกยางพารามากกว่า 100 ไร่ ร้อยละ 10.0

นอกจากนี้ เกษตรกรบางส่วนยังมีการเช่าพื้นที่เพื่อปลูกยางพาราเพิ่มเติมจากพื้นที่ปลูกยางพาราของตนเอง โดยมีการเช่าพื้นที่ปลูกยางพาราเฉลี่ย 31.2 ไร่ เช่าพื้นที่น้อยกว่า 50 ไร่ ร้อยละ 80 และเช่าพื้นที่ปลูกยางพารา 50 – 100 ไร่ ร้อยละ 20.0 แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีความต้องการทำสวนยางพาราเพิ่มขึ้น ด้วยการเช่าพื้นที่อื่นเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
พื้นที่ทำการเกษตร*		
- เป็นของตนเอง	50	100.0
- เช่า	10	20.0
1. พื้นที่ของตนเอง (ไร่)	(n = 50)	
- 50 – 75	34	68.0
- 76 - 100	10	20.0
- > 100	6	12.0
เฉลี่ย	76.3	
- พื้นที่ปลูกยางพารา (ไร่)	(n = 50)	
- 50 – 75	39	78.0
- 76 - 100	6	12.0
- > 100	5	10.0
เฉลี่ย	72.5	
2. พื้นที่เช่าเพิ่มเติม (ไร่)	(n = 10)	
- < 50	8	80.0
- 50 – 100	2	20.0
เฉลี่ย	31.2	
- พื้นที่เช่าเพื่อปลูกยางพารา (ไร่)	(n = 10)	
- < 50	8	80.0
- 50 – 100	2	20.0
เฉลี่ย	31.2	

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
ลักษณะยางพาราที่จำหน่าย *		
- น้ำยางสด	43	86.0
- ยางก้นถ้วย	17	34.0
- ยางแผ่น	16	32.0
ผู้รับซื้อยางพารา*		
- พ่อค้าเร่ พ่อค้าจร พ่อค้าในหมู่บ้าน	28	56.0
- พ่อค้าส่งในอำเภอ/ จังหวัด	18	36.0
- ตลาดกลาง	3	6.0
- จำหน่ายโดยวิธีการรวมกลุ่ม	13	26.0
ลักษณะการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายยางพารา (n = 13)		
- สหกรณ์การตลาด (สกต.)	6	46.2
- กองทุนหมู่บ้าน	4	30.2
- สหกรณ์ในหมู่บ้าน	1	7.7
- โรงงาน	1	7.7
- บริษัทรับซื้อยาง	1	7.7
วิธีการจำหน่ายยางพารา		
- จำหน่ายทันที	39	78.0
- ชะลอการจำหน่ายเพื่อรอราคา	11	22.0
เหตุผลที่จำหน่ายทันทีที่เก็บเกี่ยวยางพารา* (n = 39)		
- มีความต้องการใช้เงิน	24	61.5
- สะดวก	16	41.0
- ไม่มั่นใจในเรื่องราคาในอนาคต	5	12.8
- ไม่มีแรงงานเพียงพอ	3	7.7
- เป็นข้อตกลงของกลุ่ม	3	7.7
- เพื่อความสะดวก	3	7.7
- รวดเร็ว	2	5.1
- ประหยัด	1	2.6

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
การจัดชั้นคุณภาพยางพารา		
- ไม่มีการจัดชั้นคุณภาพ	36	72.0
- มีการจัดชั้นคุณภาพ	14	28.0
ความสำคัญในการจัดชั้นคุณภาพยางพารา		
- ไม่มีความสำคัญ	14	28.0
- มีความสำคัญ	36	72.0
ความสำคัญในการจัดชั้นคุณภาพยางพารา*	(n = 36)	
- ทำให้รายได้รวมจากการจำหน่ายยางพาราเพิ่มขึ้น	35	97.2
- เป็นการปรับปรุงคุณภาพหลังการเก็บเกี่ยว	16	44.4
- สะดวกในการนำยางพาราเข้าสู่ตลาด	12	33.3
- เป็นความต้องการของผู้ซื้อ	5	13.9
ปัจจัยที่พิจารณาในการจำหน่ายยางพารา *		
- ความคุ้นเคยและความน่าเชื่อถือของพ่อค้า	23	46.0
- ความสะดวก	21	42.0
- เครื่องชั่งที่มีมาตรฐาน	18	36.0
- ทำให้เปอร์เซ็นต์ของน้ำยางสูง	6	12.0
- ได้รับเงินสด	4	8.0
- เป็นข้อตกลงของสหกรณ์	2	4.0

หมายเหตุ * ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2) ลักษณะยางพาราที่จำหน่าย

เกษตรกรจำหน่ายยางพาราในลักษณะน้ำยางสดเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมาจำหน่ายลักษณะยางกึ่งแห้ง ร้อยละ 34.0 และยางแผ่น ร้อยละ 32.0 เกษตรกรนิยมจำหน่ายยางในรูปแบบน้ำยางสดเนื่องจากมีความสะดวกในการจัดการ ประหยัดแรงงาน มีจุดรับซื้อน้ำยางสดกระจายหลายแห่งในแต่ละพื้นที่การปลูกยาง และได้รับเงินเร็ว กล่าวคือ ภายหลังจากจำหน่ายน้ำยางสดในวันรุ่งขึ้น

3) ผู้รับซื้อยางพารา

เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราจำหน่ายยางพาราให้กับพ่อค้าเร่ พ่อค้าจร และพ่อค้าในหมู่บ้านมากที่สุด ร้อยละ 56.0 รองลงมา คือ พ่อค้าส่งในอำเภอหรือจังหวัด ร้อยละ 36.0 และจำหน่ายโดยวิธีการรวมกลุ่ม ร้อยละ 26.0 เนื่องจากลักษณะยางพาราที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายน้ำยางสด ซึ่งการจำหน่ายในลักษณะดังกล่าวต้องอาศัยความรวดเร็ว ประกอบกับพ่อค้าเร่ พ่อค้าจร และพ่อค้าในหมู่บ้านมีการกระจายตัวในแต่ละพื้นที่อย่างทั่วถึง

สำหรับผู้ที่จำหน่ายให้แก่กลุ่มที่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายที่สหกรณ์การตลาดเป็นหลัก ร้อยละ 46.2 รองลงมารวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายที่กองทุนหมู่บ้าน ร้อยละ 30.2 รวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายที่สหกรณ์ ในหมู่บ้าน โรงงานและบริษัทรับซื้อน้ำยาง ร้อยละ 7.7

4) วิธีการจำหน่ายยางพารา

เกษตรกรจำหน่ายยางพาราทันที คิดเป็นร้อยละ 78.0 โดยจำหน่ายในลักษณะน้ำยางสด เนื่องจากมีความต้องการใช้เงินเป็นส่วนมาก ร้อยละ 61.5 รองลงมา มีความเห็นว่าเป็นสะดวก ร้อยละ 41.0 และไม่มั่นใจในเรื่องราคาในอนาคต ร้อยละ 12.8 นอกจากนี้ เกษตรกรจำหน่ายยางพาราโดยชะลอการจำหน่ายเพื่อรอราคา ร้อยละ 22.0 ซึ่งเป็นเกษตรกรที่ทำยางแผ่นและยางก้อนถ้วยจึงทำให้สามารถเก็บไว้เพื่อจำหน่ายในภายหลัง

5) การจัดชั้นคุณภาพของยางพารา

ส่วนใหญ่เกษตรกรไม่มีการจัดชั้นคุณภาพยางพารา คิดเป็นร้อยละ 72.0 เนื่องจากมีการจำหน่ายในรูปแบบของน้ำยางสดเป็นส่วนใหญ่ และอีกส่วนหนึ่งมีการจัดชั้นคุณภาพยางพารา ร้อยละ 28.0 โดยให้ความเห็นว่าการจัดชั้นคุณภาพของยางมีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 72.0 เนื่องจากทำให้รายได้รวมจากการจำหน่ายยางพาราเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 97.2 เหตุผลรองลงมา คือ เป็นการปรับปรุงคุณภาพหลังการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 44.4 และสะดวกในการนำยางพาราเข้าสู่ตลาด ร้อยละ 33.3

6) ปัจจัยที่พิจารณาในการจำหน่ายยางพารา

เกษตรกรพิจารณาในด้านความคุ้นเคยและความน่าเชื่อถือของพ่อค้าในการจำหน่ายยางพาราเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา พิจารณาด้านความสะดวก ร้อยละ 42.0 และให้ความสำคัญกับเครื่องชั่งที่มีมาตรฐาน ร้อยละ 36.0

7) ปัญหาในการทำสวนยางพารา

ปัญหาสำคัญที่เกษตรกรแสดงความคิดเห็น ประกอบด้วย ปัญหาด้านการผลิตและการตลาด โดยมีปัญหา 3 อันดับแรกในแต่ละด้าน มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.4 ดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ ปัญหาแรงงาน ร้อยละ 22.0 ประกอบด้วย การขาดแคลนแรงงาน แรงงานด้อยคุณภาพ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าว เนื่องจากมีอัตรา

ค่าจ้างต่ำกว่าแรงงานภายในประเทศ แต่อาจประสบปัญหาแรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียน ซึ่งไม่ถูกต้องตามกฎหมาย รองลงมา คือ ปัญหาปัจจัยการผลิตมีราคาสูง เช่น ปุ๋ย ร้อยละ 18.0 ปัญหาเปอร์เซ็นต์ของน้ำยางต่ำและปัญหาโรคระบาด ร้อยละ 14.0

ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ราคาผลผลิตตกต่ำ ร้อยละ 42.0 รองลงมาเกษตรกรไม่สามารถคาดคะเนราคาที่น่าพอใจได้ ร้อยละ 18.0 มีการผูกขาดการรับซื้อผลผลิตภายในพื้นที่ และมีการรับซื้อผลผลิตในปริมาณที่จำกัด ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.4 ปัญหาในการทำสวนยางและการตลาดยางพารา

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
ปัญหาด้านการผลิต*		
- แรงงาน	11	22.0
- ปัจจัยการผลิตมีราคาสูง	9	18.0
- เปอร์เซ็นต์ของน้ำยางต่ำ	7	14.0
- โรคระบาด	7	14.0
- การปลอมปนของปุ๋ย	6	12.0
- ขาดแคลนเงินทุน	5	10.0
ปัญหาด้านการตลาด*		
- ราคาผลผลิตตกต่ำ	21	42.0
- ไม่สามารถคาดคะเนราคาที่น่าพอใจได้	9	18.0
- มีการผูกขาดการรับซื้อผลผลิตภายในพื้นที่	2	4.0
- มีการรับซื้อผลผลิตในปริมาณที่จำกัด	2	4.0

หมายเหตุ * ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2 การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร ซึ่งประกอบด้วย แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ และลักษณะเนื้อหาที่เกษตรกรต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.5

1) แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

เกษตรกรทราบข้อมูลจากการอบรมหรือสัมมนาเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา คือ ทราบจากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 40.0 ทราบจากเอกสารเผยแพร่ต่างๆ ร้อยละ 38.0 และจากโทรทัศน์เพียง ร้อยละ 28.0 เท่านั้น เนื่องจากมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ผ่านทางโทรทัศน์ค่อนข้างน้อย

2) ช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

เกษตรกรให้ความเห็นเกี่ยวกับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของภาครัฐว่าอยู่ในระดับที่น้อยมาก ร้อยละ 80.0 และเสนอช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยการอบรมให้ความรู้เพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ สื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ ร้อยละ 50.0 และต้องการให้จัดทำเอกสารเผยแพร่ ร้อยละ 18.0

ทั้งนี้แม้ว่าเกษตรกรจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ จากการอบรม/สัมมนาเป็นส่วนใหญ่ แต่เกษตรกรยังคงมีความต้องการการอบรมให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ บางส่วนยังต้องการให้มีการเผยแพร่ข้อมูลทางสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายอีกด้วย

ตารางที่ 4.5 การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ*		
- การอบรม/ สัมมนา	31	62.0
- หนังสือพิมพ์	20	40.0
- เอกสารเผยแพร่ต่างๆ	19	38.0
- โทรทัศน์	14	28.0
- การบอกเล่า	4	8.0
ระดับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของภาครัฐ		
- น้อยมาก	40	80.0
- น้อย	9	18.0
- ปานกลาง	1	2.0
- มาก	-	-

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่ภาครัฐควรทำ*		
- จัดอบรมให้ความรู้	39	78.0
- สื่อวิทยุ/ โทรทัศน์	25	50.0
- จัดทำเอกสารเผยแพร่	9	18.0
- การสาธิต	4	8.0

หมายเหตุ * ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3) ลักษณะเนื้อหาที่เกษตรกรต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ลักษณะเนื้อหาที่เกษตรกรต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ ประโยชน์จากการใช้บริการของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า รองลงมาคือ วิธีการ ขั้นตอนเข้าไปซื้อขายยางพาราในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ยกตัวอย่างการนำราคาในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้ามาใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อขาย การวิเคราะห์ราคาล่วงหน้าและข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ลักษณะเนื้อหาที่ต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ลักษณะเนื้อหา	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับความสำคัญของเนื้อหาที่ควรเผยแพร่
- ประโยชน์จากการใช้บริการของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	3.5	1
- วิธีการ ขั้นตอนเข้าไปซื้อขายยางพาราในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	3.2	2
- ยกตัวอย่างการนำราคาในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้ามาใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อขาย	3.0	3
- การวิเคราะห์ราคาล่วงหน้า	2.7	4
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	2.4	5

4.3 ทักษะการติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์ทักษะการติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าของเกษตรกร ซึ่งประกอบด้วย ทักษะการติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าของเกษตรกร และการใช้ประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ทักษะการติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าของเกษตรกร

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับทักษะ
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีการจัดชั้นคุณภาพที่แน่นอนชัดเจน	3.8	ดี
- แต่ละตำบลควรมีผู้นำเกษตรกรที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพื่อคอยให้คำปรึกษา	3.7	ดี
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีราคาซื้อขายล่วงหน้าให้ใช้อ้างอิงได้	3.6	ดี
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ช่วยลดความเสี่ยงด้านราคา	3.5	ดี
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ลดภาระการแทรกแซงของรัฐบาลได้	3.3	ดีปานกลาง
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพิ่มความเสมอภาคในการรับรู้ข่าวสารด้านราคาสินค้าเกษตร	3.1	ดีปานกลาง
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีขั้นตอนการซื้อขายเหมือนตลาดหลักทรัพย์	2.9	ดีปานกลาง
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ช่วยให้เกษตรกรวางแผนการผลิต และกำหนดช่วงเวลาที่ยางพาราออกสู่ตลาดได้	2.8	ดีปานกลาง
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ใช้เงินลงทุนต่ำ	2.4	ไม่สู้ดี
- ข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีลักษณะเนื้อหาเข้าใจง่าย	2.4	ไม่สู้ดี
- ผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า สามารถแนะนำเกษตรกรได้เป็นอย่างดี	2.4	ไม่สู้ดี
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า สามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้	2.3	ไม่สู้ดี

1) ทักษะการติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าของเกษตรกร

เกษตรกรมีทักษะการติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ระดับดีในประเด็นตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีการจัดชั้นคุณภาพที่แน่นอนชัดเจน แต่ละตำบลควรมีผู้นำเกษตรกรที่มีความรู้

เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ เพื่อคอยให้คำปรึกษา มีราคาซื้อขายล่วงหน้าให้ใช้อ้างอิงได้ และตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ช่วยลดความเสี่ยงด้านราคา

ทั้งนี้ เกษตรกรมีทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ระดับดีปานกลาง ในประเด็นตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ลดภาระการแทรกแซงของรัฐบาลได้ เพิ่มความเสมอภาคในการรับรู้ข่าวสารด้านราคาสินค้าเกษตร มีขั้นตอนการซื้อขายเหมือนตลาดหลักทรัพย์ และช่วยให้เกษตรกรวางแผนการผลิตและกำหนดช่วงเวลาที่ยางพาราออกสู่ตลาดได้ เกษตรกรมีทัศนคติในระดับไม่สู้ดีในเรื่องของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ใช้เงินลงทุนต่ำ ข้อมูลที่ได้รับมีลักษณะเนื้อหาเข้าใจง่าย ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ สามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้ ผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ สามารถแนะนำเกษตรกรได้เป็นอย่างดี และตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ สามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้

2) การใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่สามารถนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา คิดเป็นร้อยละ 64.0 และบางส่วนไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา ร้อยละ 36.0 โดยมีสาเหตุมาจากเกษตรกรไม่ทราบแหล่งข้อมูล ร้อยละ 27.8 รองลงมาไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล ร้อยละ 16.7 ไม่สนใจเข้าไปเรียนรู้ ใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตไม่เป็น ร้อยละ 11.1 มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
การนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา		
- นำข้อมูลมาใช้	32	64.0
- ไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้	18	36.0
สาเหตุที่ไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้	(n = 18)	
- ไม่ทราบแหล่งข้อมูล	5	27.8
- ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล	3	16.7
- ไม่สนใจเข้าไปเรียนรู้	2	11.1
- ใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตไม่เป็น	2	11.1
- ไม่ระบุเหตุผล	6	33.3

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
การเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ		
- เข้าไปซื้อขาย	13	26.0
- ไม่ได้เข้าไปซื้อขาย	37	74.0
สาเหตุที่ไม่ได้เข้าไปซื้อขาย (n = 37)		
- ไม่ทราบวิธีซื้อขายที่ชัดเจน	13	35.1
- ขาดการสนับสนุน / ส่งเสริม/ แนะนำ	6	16.2
- เป็นเรื่องที่ไกลตัว	5	13.5
- ใช้เงินลงทุนสูง	4	10.8
- ไม่มั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ	3	8.1
- ไม่ทราบถึงประโยชน์	2	5.4
- ตกลงซื้อขายกับโรงงานประจำอยู่แล้ว	1	2.7
- ได้กำไรช้า	1	2.7
- ยังไม่เหมาะสมในการลงทุน	1	2.7
- ใช้คอมพิวเตอร์ไม่เป็น	1	2.7
ความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตร ล่วงหน้าฯ ในอนาคต		
- สนใจ	36	72.0
- ไม่สนใจ	14	28.0
สาเหตุที่ไม่สนใจ (n = 14)		
- ยุ่งยาก	10	71.4
- ขาดการเผยแพร่และอธิบายเกี่ยวกับเงินลงทุน	2	14.2
- ไม่มั่นใจว่ารายได้จะแน่นอน	1	7.1
- ไม่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	1	7.1

ทั้งนี้ เกษตรกรได้เข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ร้อยละ 26.0 และเกษตรกรอีกส่วนหนึ่งไม่เข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ คิดเป็นร้อยละ 74.0 โดยสาเหตุที่ไม่ได้เข้าไปซื้อขาย คือ ไม่ทราบวิธีซื้อขายที่ชัดเจน ร้อยละ 35.1 รองลงมา คือ ขาดการสนับสนุน/ ส่งเสริมหรือแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 16.2 และมีความเห็นว่า

เป็นเรื่องไกลตัว ร้อยละ 13.5 นอกจากนี้ ในอนาคตเกษตรกรมีความสนใจเข้าไปรับซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ร้อยละ 72.0 และเกษตรกรอีกส่วนหนึ่งไม่มีความสนใจเข้าไปรับซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ร้อยละ 28.0 โดยมีเหตุผลหลัก คือ มีความเห็นว่ายุ่งยาก ร้อยละ 71.4 รองลงมา คือ ขาดการเผยแพร่และอธิบายเกี่ยวกับเงินลงทุน ร้อยละ 14.2 ไม่มั่นใจว่ารายได้จะแน่นอนและไม่มีความรู้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ร้อยละ 7.1

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ไม่ใช่พารามิเตอร์ (Nonparametric Statistic) คือ สถิติไคสแควร์ (Chi - Square Statistic: χ^2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น อาชีพหลัก รายได้สุทธิ พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเอง และวิธีจำหน่ายยางพารา ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables) กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ไปใช้ประโยชน์ และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคตซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา พบว่า พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเองมีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกยางจำนวนมากทำให้มีผลผลิตสูง ส่งผลให้มีการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ไปใช้ประโยชน์ในการอ้างอิงราคามากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่า วิธีการจำหน่ายยางพารามีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ วิธีการจำหน่ายยางพาราของเกษตรกรที่แตกต่างกันจะมีการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เกษตรกรที่มีการเก็บรักษายางพาราไว้ไม่จำหน่ายยางพาราในทันที ได้นำข้อมูลราคาจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อจำหน่ายยางพารา ในขณะที่ เกษตรกร

ที่จำหน่ายยางพาราในพื้นที่ มีการนำข้อมูลราคาจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อจำหน่ายยางพาราค่อนข้างน้อย

ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก และรายได้สุทธิ ไม่มีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา

ปัจจัย	ค่า χ^2	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
ปัจจัยทางสังคม		
- เพศ	0.142	NS
- อายุ	2.122	NS
- ระดับการศึกษา	7.593	NS
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ		
- อาชีพหลัก	4.004	NS
- รายได้สุทธิ	0.730	NS
- พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเอง	6.236	*
- วิธีจำหน่ายยางพารา	4.432	*

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

NS หมายถึง Non Significance

2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า พบว่า พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเองมีความสัมพันธ์กับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราจำนวนมากทำให้มีผลผลิตสูง ส่งผลให้มีรายได้สูงตามมา ทำให้เกษตรกรเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มากตามไปด้วย

ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพหลัก รายได้สุทธิและวิธีจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ปัจจัย	ค่า χ^2	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
ปัจจัยทางสังคม		
- เพศ	0.241	NS
- อายุ	0.124	NS
- ระดับการศึกษา	2.726	NS
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ		
- อาชีพหลัก	7.514	NS
- รายได้สุทธิ	2.406	NS
- พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเอง	7.059	*
- วิธีจำหน่ายยางพารา	2.774	NS

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

NS หมายถึง Non Significance

3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับความสนใจเข้าไปซื้อขาย

ในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ในอนาคต

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ในอนาคต พบว่า พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเองมีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ในอนาคต ที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราจำนวนมากทำให้มีผลผลิตสูงส่งผลให้มีรายได้สูงตามมา และทำให้เกษตรกรมีความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ในอนาคตมากขึ้นตามไปด้วย

ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้สุทธิ และวิธีจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ในอนาคต รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ในอนาคต

ปัจจัย	ค่า χ^2	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
ปัจจัยทางสังคม		
- เพศ	0.206	NS
- อายุ	0.511	NS
- ระดับการศึกษา	6.770	NS
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ		
- อาชีพหลัก	3.500	NS
- รายได้สุทธิ	0.423	NS
- พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเอง	8.443	*
- วิธีจำหน่ายยางพารา	0.489	NS

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

NS หมายถึง Non Significance

4.5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า แห่งประเทศไทยของเกษตรกร

การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ของเกษตรกร มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.12

4.5.1 ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาสำคัญที่เกษตรกรแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

3 อันดับแรกคือ

1) รู้สึกว่าเป็นเรื่องยาก เนื่องจากยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ทั้งนี้ เกษตรกรได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าได้ผ่านการอบรมเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมาบ้างแล้ว แต่ยังคงมองว่าเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ยาก เนื่องจากมีทั้งศัพท์ทางวิชาการ และยังไม่เห็นถึงประโยชน์ในการเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

2) ไม่ทราบแหล่งข้อมูลและไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ สืบเนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3) ไม่มีผู้แนะนำ ไม่รู้จักหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเกษตรกรทราบข้อมูลในเบื้องต้นแล้ว แต่ไม่สามารถขอคำแนะนำจากหน่วยงานที่รับผิดชอบได้

ตารางที่ 4.12 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
ปัญหาและอุปสรรค		
- รู้สึกว่าการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ เป็นเรื่องยาก	8	16.0
- ไม่ทราบแหล่งข้อมูลและไม่สามารถเข้าถึงข้อมูล	6	12.0
- ไม่มีผู้แนะนำ/ ไม่รู้จักหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	5	10.0
- ต้องลงทุนสูง	4	8.0
- ไม่สามารถต่อ ยอดความคิดได้	3	6.0
- มีการวิเคราะห์ข้อมูลในตลาดน้อย	2	4.0
- ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ที่มีเงินลงทุนสูง	2	4.0
- คนกลางในบริษัทให้ความรู้ น้อย	2	4.0
และหาก โบรกเกอร์ไม่เชี่ยวชาญอาจได้กำไร น้อยตามมา		
- ประโยชน์ไม่ได้เกิดขึ้นกับเกษตรกรโดยตรง	2	4.0

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 50)	ร้อยละ
ข้อเสนอแนะ		
- ควรให้ความรู้หรืออบรมเพิ่มเติมโดยสาธิตให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น	34	68.0
- ควรเพิ่มบริษัทโบรกเกอร์ และเพิ่มความชำนาญให้กับโบรกเกอร์ให้มากยิ่งขึ้น	2	4.0
- จัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน	1	2.0
- ควรให้ประโยชน์แก่เกษตรกรอย่างแท้จริง	1	2.0
มีใช้เพียงกี่ครั้ง		

4.5.2 ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะที่เกษตรกรมีต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีดังนี้

1) หน่วยงานที่รับผิดชอบควรให้ความรู้หรืออบรมเพิ่มเติมในด้านต่างๆ ได้แก่ วิธีการซื้อขาย การวิเคราะห์ราคา โดยชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับด้วยวิธีการสาธิตให้เห็นภาพจากเรื่องที่คิดว่ายากให้มีความเข้าใจและสามารถเข้าไปซื้อขายได้โดยง่าย

2) ควรเพิ่มบริษัทโบรกเกอร์ และเพิ่มความชำนาญให้กับโบรกเกอร์ให้มากขึ้น เพื่อส่งผลให้เกษตรกรได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น

3) หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเป็นหน่วยงานกลางสำหรับแนะนำให้กับผู้สนใจเข้าร่วมการลงทุนในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพิ่มขึ้น

4) ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ควรหาวิธีการที่จะทำให้เกษตรกรได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง มีใช้เพื่อประโยชน์แก่บุคคลที่มีเงินทุนสูงเพียงเท่านั้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นส่วนของการสรุปผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป รายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทางสังคม เศรษฐกิจและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพารา 2) การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า 3) ทักษะติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ไปใช้ประโยชน์ และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต และ 5) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราขนาด 50 – 250 ไร่ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 50 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติไคสแควร์ (Chi-Squares : χ^2) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1.1 สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.0 อายุเฉลี่ย 40.5 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 54.0 มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน สมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยทำการเกษตรเฉลี่ย 1 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพสวนยางพาราเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 40.0 มีรายได้สุทธิเฉลี่ย 39,040 บาทต่อเดือน แหล่งเงินทุนหลักมาจากเงินสงเคราะห์จากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ร้อยละ 98.0 ส่วนใหญ่มีหนี้สินและเป็นหนี้เฉลี่ย 1,140,409 บาทต่อครัวเรือน

เกษตรกรทั้งหมดมีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นของตนเองเฉลี่ย 76.3 ไร่ ในจำนวนนี้มีพื้นที่ปลูกยางพาราเฉลี่ย 72.5 ไร่ นอกจากนี้ เกษตรกรบางส่วนยังมีการเช่าพื้นที่เพื่อปลูกยางพาราเพิ่มเติมจากพื้นที่ปลูกยางพาราของตนเอง เฉลี่ย 31.2 ไร่ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีความต้องการทำสวนยางพาราเพิ่มขึ้น ด้วยการเช่าพื้นที่อื่นเพิ่มเติม

ทั้งนี้ จำหน่ายยางพาราในลักษณะน้ำยางสดเป็นหลัก ร้อยละ 86.0 โดยจำหน่ายให้ แก่พ่อค้าเร่ พ่อค้าจร และพ่อค้าในหมู่บ้าน ร้อยละ 56.0 เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายยางพารา ในทันที ร้อยละ 78.0 ไม่มีการจัดชั้นคุณภาพยางพารา ร้อยละ 72.0 โดยพิจารณาถึงความชื้นและ ความน่าเชื่อถือของพ่อค้าในการจำหน่ายยางพาราเป็นหลัก ร้อยละ 46.0 ปัญหาสำคัญในด้านการผลิต ได้แก่ ปัญหาแรงงาน ปัจจัยการผลิตมีราคาสูง เปอร์เซ็นต์ของน้ำยางต่ำและปัญหา โรคระบาด ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ราคาผลผลิตตกต่ำ ไม่สามารถคาดคะเนราคาที่น่าแน่นอน มีการผูกขาดผลผลิตภายในพื้นที่ และมีการรับซื้อผลผลิตในปริมาณที่จำกัด

5.1.2 การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า จากการอบรม/สัมมนา ร้อยละ 62.0 ให้ความเห็นเกี่ยวกับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้าของภาครัฐอยู่ในระดับน้อยมาก และเสนอช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการอบรมให้ความรู้เพิ่มมากขึ้น แม้ว่าเกษตรกรจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้า จากการอบรมหรือสัมมนาเป็นส่วนใหญ่ แต่เกษตรกรยังคงมีความต้องการให้ อบรมให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น โดยลักษณะเนื้อหาที่เกษตรกรต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 3.5 คะแนนคือ ต้องการทราบ ประโยชน์จากการใช้บริการของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

5.1.3 ทักษะติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกร

เกษตรกรมีทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ระดับดีในประเด็นตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้า มีการจัดชั้นคุณภาพที่แน่นอนชัดเจน แต่ละตำบลควรมีผู้นำเกษตรกรที่มีความรู้ เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพื่อคอยให้คำปรึกษา มีราคาซื้อขายยางล่วงหน้าให้ใช้ อ้างอิงได้ และช่วยลดความเสี่ยงด้านราคาได้

ทั้งนี้ เกษตรกรมีทัศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ระดับดีปานกลาง ในประเด็นตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ลดภาระการแทรกแซงของรัฐบาลได้ เพิ่มความเสมอ ภาคในการรับรู้ข่าวสารด้านราคาสินค้าเกษตร มีขั้นตอนการซื้อขายเหมือนตลาดหลักทรัพย์ และช่วยให้เกษตรกรวางแผนการผลิตและกำหนดช่วงเวลาที่ยางพาราออกสู่ตลาดได้ เกษตรกร มีทัศนคติในระดับไม่สู้ดีในเรื่องของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าใช้เงินลงทุนต่ำ ข้อมูลที่ได้รับ มีลักษณะเนื้อหาเข้าใจง่าย ผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า สามารถแนะนำ เกษตรกรได้เป็นอย่างดี และตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า สามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้

เกษตรกรส่วนใหญ่สามารถนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา ร้อยละ 64.0 สำหรับสาเหตุที่ไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้ คือ ไม่ทราบแหล่งข้อมูล ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล ไม่สนใจที่จะเรียนรู้และใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตไม่เป็น

เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ร้อยละ 74.0 มีสาเหตุมาจาก ไม่ทราบวิธีซื้อขายที่ชัดเจน ขาดการสนับสนุน ส่งเสริมหรือแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมีความเห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัว แต่ในอนาคตเกษตรกรส่วนใหญ่มีความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ร้อยละ 72.0

5.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์และการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ของเกษตรกรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

1) ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มีเพียงปัจจัยเดียว คือ พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเองมีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้ามาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกยางจำนวนมากทำให้มีผลผลิตสูง ส่งผลให้มีการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ไปใช้ประโยชน์ในการอ้างอิงราคามากขึ้น

นอกจากนี้ พบว่า วิธีการจำหน่ายยางพารามีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ วิธีจำหน่ายยางพาราของเกษตรกรที่แตกต่างกันจะมีการนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราที่แตกต่างกัน กล่าวคือเกษตรกรที่มีการเก็บรักษายางพาราไว้ไม่จำหน่ายยางพาราในทันที ได้นำข้อมูลราคาจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อจำหน่ายยางพารา ในขณะที่เกษตรกรที่จำหน่ายยางพาราในทันที มีการนำข้อมูลราคาจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อจำหน่ายยางพาราค่อนข้างน้อย

2) ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า พบว่า พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเองมีความสัมพันธ์กับการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราจำนวนมากทำให้มีผลผลิตสูง ส่งผลให้มีรายได้สูงตามมา และทำให้เกษตรกรเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มากตามไปด้วย

3) ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในอนาคต พบว่า พื้นที่ปลูกยางพาราที่เป็นของตนเองมีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในอนาคต ที่ $\alpha = 0.05$ กล่าวคือ เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราจำนวนมากทำให้มีผลผลิตสูง ส่งผลให้มีรายได้สูงตามมา และทำให้เกษตรกรมีความสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในอนาคตมากขึ้นด้วย

5.1.5 ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

เกษตรกรมีความรู้สึกว่าการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเป็นเรื่องยาก เนื่องจากยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ทั้งนี้เกษตรกรได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าได้ผ่านการอบรมเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมาแล้ว แต่ยังมองว่าเป็นเรื่องที่ยังเข้าใจได้ยาก เนื่องจากมีทั้งศัพท์ทางวิชาการ และยังไม่เห็นถึงประโยชน์ในการเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า นอกจากนี้ไม่ทราบแหล่งข้อมูลและไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และไม่มีผู้แนะนำ ไม่รู้จักหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเกษตรกรทราบข้อมูลในเบื้องต้นแล้วแต่ไม่สามารถขอคำแนะนำจากหน่วยงานที่รับผิดชอบได้

สำหรับข้อเสนอแนะ เกษตรกรมีความเห็นว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบควรให้ความรู้หรืออบรมเพิ่มเติมในด้านต่างๆ ได้แก่ วิธีการซื้อขาย การวิเคราะห์ราคา โดยชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับด้วยวิธีการสาธิตให้เห็นภาพจากเรื่องที่ยกมาให้เห็นความเข้าใจ และสามารถเข้าไปซื้อขายได้โดยง่าย ควรเพิ่มบริษัทโบรกเกอร์ และเพิ่มความชำนาญให้กับโบรกเกอร์ให้มากขึ้นเพื่อส่งผลให้เกษตรกรได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเป็นหน่วยงานกลางสำหรับแนะนำให้กับผู้สนใจเข้าร่วมการลงทุนในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพิ่มขึ้น และควรหาวิธีการที่จะทำให้นักลงทุนได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง มีใจเพื่อประโยชน์แก่บุคคลที่มีเงินทุนสูงเพียงเท่านั้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา เรื่อง ทศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ดังนี้

1) เกษตรกรมีสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางเป็นแหล่งเงินทุนหลัก ดังนั้นช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางหลักที่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ สามารถสร้างความเข้าใจหรือเผยแพร่ความรู้ให้กับเกษตรกรได้ จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร

เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ จากการอบรมหรือสัมมนาเป็นส่วนใหญ่ แต่เกษตรกรยังคงมีความต้องการให้อบรมให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ต้องการทราบประโยชน์จากการใช้บริการของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ควรมีการอธิบายถึงประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับ และวิธีการเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ อย่างง่าย เช่น การยกตัวอย่าง การสาธิตที่ช่วยให้เข้าใจได้โดยง่าย

2) จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีหนี้สินเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น หากต้องการให้เกษตรกรเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ ได้นั้น ควรนำเรื่องความเสี่ยงในการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาแนะนำให้เกษตรกรเข้าใจ เพื่อไม่ให้เกิดการลงทุนที่มากเกินไป

3) จากการศึกษา พบว่า ในอนาคตเกษตรกรมีความสนใจเข้าไปปรับซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ แต่สาเหตุที่ไม่ได้เข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ เนื่องจากไม่ทราบวิธีซื้อขายที่ชัดเจน ขาดการสนับสนุน ส่งเสริมหรือแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เป็นต้น นอกจากนี้มีความเห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้าถึงและหากลวิธีในการให้ข้อมูลเพิ่มเติมและติดตามดูแลสำหรับเกษตรกรที่มีความสนใจกลุ่มดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

4) จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับการนำข้อมูลจากตลาดเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา พบว่า วิธีการจำหน่ายของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับการนำข้อมูลจากตลาดเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพารา ถึงแม้เกษตรกรจะจำหน่ายยางพาราในลักษณะน้ำยางสดเป็นส่วนใหญ่ ก็ควรสนับสนุนให้เกษตรกรนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ มาใช้ประโยชน์ในการซื้อขายยางพารา หรือใช้ข้อมูลแนวโน้มราคามาประกอบการตัดสินใจซื้อขายยางพาราในตลาดปัจจุบันได้

5) หน่วยงานที่รับผิดชอบควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรหรือผู้สนใจรู้จักกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ และเพิ่มบริษัทโบรกเกอร์ให้กระจายออกไปอย่างทั่วถึง ทั้งนี้ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มบุคลากร (โบรกเกอร์) ให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มสำคัญที่จะเผยแพร่และสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกรและผู้สนใจที่จะเข้ามาทำการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

6) รัฐบาลควรให้การสนับสนุนเกษตรกรสวนยางพาราในแต่ละตำบล มารวมตัวกันในการผลิตและจำหน่ายยางพาราที่จะทำการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ โดยวางแผนปริมาณการผลิตทั้งหมดในรูปแบบของสหกรณ์ในตำบลนั้นๆ เพื่อทราบจำนวนผลผลิตที่แน่นอน

และจัดตั้งสหกรณ์รวมทั้งฝึกอบรมในการทำหน้าที่เป็นตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในตำบล เพื่อทำการซื้อขายผลผลิตในนามของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา โดยรัฐบาลควรจัดสรรเงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำ (แทนการแทรกแซงราคายางพารา) และจัดเจ้าหน้าที่สหกรณ์ที่เกี่ยวข้องเข้าฝึกอบรม ให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

7) จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีทัศนคติในระดับไม่สู้ดีในเรื่องของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ใช้เงินลงทุนต่ำ ข้อมูลที่ได้รับมีลักษณะเนื้อหาเข้าใจง่าย ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า สามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้ มีผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี และตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า สามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้ ซึ่งหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถทำให้ทัศนคติของเกษตรกรดีขึ้นได้ เช่น ต้องมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในด้านการลงทุน โดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีการสาธิตให้เห็นตัวอย่างที่ชัดเจน และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง จะทำให้เกษตรกรที่มีความสนใจในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เข้าไปซื้อขายในตลาดดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

5.3 ข้อจำกัดการวิจัย

- 1) เกษตรกรไม่มั่นใจในการตอบข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ เช่น รายได้และภาวะหนี้สิน เนื่องจากเกรงว่าจะเกิดผลกระทบในด้านการเก็บภาษีย้อนหลัง
- 2) เกษตรกรบางรายไม่ได้ทำสวนยางพาราด้วยตนเอง จึงยากแก่การติดตามในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วน
- 3) เจ้าหน้าที่ภาครัฐไม่ให้ความร่วมมือในการขอข้อมูลทางสถิติหรือข้อมูลพื้นฐานประกอบการวิจัย

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาหรือทำการวิจัยในครั้งต่อไป คือ

- 1) พฤติกรรมผู้ซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า
- 2) การนำผู้สนใจเข้าสู่การซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า
- 3) วิธีการ หรือรูปแบบในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ที่เข้าถึงเกษตรกรและเข้าใจง่าย
- 4) ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับเกษตรกรในการเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพื่อลดอุปสรรคให้แก่เกษตรกร และเพิ่มความมั่นใจในการเข้าสู่ตลาดดังกล่าว

บรรณานุกรม

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. 2542. พระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ.

กรมวิชาการเกษตร. 2552. สถิติยางไทย. [ออนไลน์] URL : <http://www.rubberthai.com>

[ค้นเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2552]

กาญจน์นภา ศรีเชื้อ. 2550. ทักษะและความต้องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์สำเร็จรูปของเกษตรกร

ผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สงขลา : สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

คุณทลี ปริทัศน์. 2541. “เอกสารวิชาการการวัดทัศนคติ”. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจ

20(เมษายน 2541) : 82.

ชัยพรพสิน ธนถาวรภักดิ์. 2550. ทักษะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อตลาดสินค้าเกษตร

ล่วงหน้าและผลกระทบต่อราคาสินค้าเกษตรภายในประเทศ : ศึกษาระดับปริญญาโท. กรุงเทพฯ :
ปรัชญาดุสิตบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณัฐชา ทศนภักดิ์. 2549. ความรู้ความเข้าใจของผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเชียงราย

ต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. เชียงใหม่ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. 2552. ความเป็นมา.

[ออนไลน์] URL : <http://www.afet.or.th>. [ค้นเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552]

ทัศนีย์ ปองดี. 2550. ประสิทธิภาพราคาในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้ายางพาราในประเทศไทย :

กรณีศึกษา ยางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่งเอสทีอาร์ 20. รายงานการศึกษา
อิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ทิพาภรณ์ ทวีกุลวัฒน์. 2539. การซื้อขายสินค้าในตลาดล่วงหน้า. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นงนุช ดันดีสันติวงศ์. 2544. ผลกระทบของการซื้อขายยางพาราในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ต่อตลาดเงินสด : กรณีศึกษายางพารา. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปริญญา เถิดโฉม และปรีตถ พรหมมี. 2549. การศึกษารูปแบบของลื้อและเนื้อหาเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่เหมาะสมกับเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้.
สงขลา : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พัชรินทร์ พรหมวิหาร. 2551. การวิเคราะห์ศักยภาพของสหกรณ์การเกษตรจังหวัดแพร่ ในการทำธุรกรรมในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. เชียงใหม่ : ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนยศ วรธนะภูติ. 2548. เอกสารประกอบการบรรยายอบรม. หลักสูตรการบริหาร และการตลาดธุรกิจการซื้อขายล่วงหน้า. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- ยุพา นาคา. 2541. ศักยภาพและโอกาสของการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุพินพรรณ สิริวัฒนกุล. 2540. เอกสารคำสอนวิชาจิตวิทยาพัฒนาชนบท. ภาควิชาพัฒนาการเกษตร. คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. 2552. มองเศรษฐกิจ. [ออนไลน์] URL : <http://www.kasikornresearch.com/> [ค้นเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552]
- สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร. 2551ก. ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย [ออนไลน์] URL : <http://www.rubberthai.com>. [ค้นเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2551]
- _____ . 2551ข. ข้อมูลยางพารา. [ออนไลน์] URL : <http://www.rubberthai.com>. [ค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2551]
- _____ . 2552. พื้นที่ปลูกยางของประเทศไทย [ออนไลน์] URL : <http://www.rubberthai.com>. [ค้นเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2552]
- สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล. 2550. เอกสารประกอบการเรียนการสอน วิชาวิจัยทางธุรกิจเกษตร. หลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. สถิติการเกษตรประเทศไทย. [ออนไลน์] URL : <http://www.oae.go.th> [ค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2552]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุรินทร์ แก้วระย้า. 2551. ผลกระทบจากการดำเนินงานของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า
แห่งประเทศไทยต่อราคาสินค้าเกษตร : กรณีศึกษาราคายางแผ่นรมควันชั้น 3. เชียงใหม่ :
ปัญหาพิเศษปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อาชีวะ ผงอ้วน. 2550. การศึกษาผลกระทบของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าต่อสวัสดิการสังคม.
เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามที่.....

เรื่อง : ทักษะติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วันที่สัมภาษณ์...../...../.....

บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือประกอบการรวบรวมข้อมูลการวิจัยสำหรับการจัดทำ
สารนิพนธ์ในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยและเพื่อ
ประโยชน์ต่อการศึกษาถึงทักษะติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร
ผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ดำเนินการวิจัยใคร่ขอความกรุณาท่าน
ได้ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามตามความจริงและโดยอิสระ ขอรับรองว่าจะเก็บข้อมูล
เป็นความลับ จักขอบพระคุณอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ครั้งนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม : เจ้าของสวนยางพารา

แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพทางสังคม เศรษฐกิจและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการ

สวนยางพาราของเกษตรกร

ส่วนที่ 2 การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

แห่งประเทศไทยของเกษตรกร

ส่วนที่ 3 ทักษะติดต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้า

เกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

(โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของกิจการของท่าน)

ส่วนที่ 1 สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนยางพาราของเกษตรกร

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา
1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษา 3. อนุปริญญา
- 4.ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
4. สมาชิกในครัวเรือน.....คน ที่ช่วยทำการเกษตร.....คน
5. ท่านประกอบอาชีพใดเป็นหลัก
- 1.สวนยางพารา 2.ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
- 3.รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน 4.ประกอบอาชีพการเกษตรด้านอื่นๆ
5. ค้าขาย 6.อื่นๆ ระบุ.....
6. ท่านประกอบอาชีพใดเป็นอาชีพรอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.สวนยางพารา 2.ข้าราชการบ้านาญ
- 3.รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน 4.ประกอบอาชีพการเกษตรด้านอื่นๆ
5. ค้าขาย 6.อื่นๆ ระบุ.....
7. ท่านมีรายได้สุทธิ.....บาท / เดือน
8. แหล่งเงินทุนในการทำสวนยางพาราของท่านมาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
- 2.รายได้ของท่านเอง
- 3.ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)
- 4.การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 5.กองทุนหมู่บ้าน
- 6.อื่นๆ ระบุ.....
9. ท่านมีภาวะหนี้สินหรือไม่
- มี (กรุณาตอบข้อ 10) ไม่มี (ข้ามไปข้อ 11)
10. ท่านมีหนี้สิน.....บาท
11. พื้นที่ทำการเกษตร จำนวน.....ไร่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.เป็นของตนเอง จำนวน.....ไร่ ปลูกยางพารา จำนวน.....ไร่
- 2.เช่า จำนวน.....ไร่ ปลูกยางพารา จำนวน.....ไร่

12. ปัญหาในการทำสวนยางพาราและการตลาดยางพารามีอะไรบ้าง
- 1.....
 - 2.....
 - 3.....
 - 4.....
13. ท่านจำหน่ายยางพาราในลักษณะใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.น้ำยางสด
 - 2.ยางก้อนถ้วย
 - 3.ยางแผ่น
 - 4.อื่นๆ ระบุ.....
14. ท่านจำหน่ายยางพาราให้ใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.พ่อค้าเร่ พ่อค้าจร พ่อค้าในหมู่บ้าน
 - 2.พ่อค้าส่งในอำเภอ/ จังหวัด
 - 3.ตลาดกลาง
 - 4.จำหน่ายโดยวิธีการรวมกลุ่ม โดยไปขายที่.....
 - 5.อื่นๆ (โปรดระบุ).....
15. วิธีการจำหน่ายยางพารา
- 1.จำหน่ายทันที
 - 2.ชะลอการจำหน่ายเพื่อรอราคา
16. ถ้าท่านจำหน่ายทันทีที่เก็บเกี่ยวยางพารา เนื่องจาก(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.มีความต้องการใช้เงิน
 - 2.สะดวก
 - 3.ไม่มั่นใจในเรื่องราคาในอนาคต
 - 4.ไม่มีแรงงานเพียงพอ
 - 5.เป็นข้อตกลงของกลุ่ม
 - 6.เพื่อความสะอาด
 - 7.รวดเร็ว
 - 8.ประหยัด

17. มีการจัดชั้นคุณภาพยางพาราที่ท่านขายหรือไม่
1. ไม่มีการจัดชั้นคุณภาพ
2. จัดชั้นคุณภาพ
18. ท่านคิดว่าการจำหน่ายผลผลิตโดยการจัดชั้นคุณภาพยางพารามีความสำคัญหรือไม่
1. มีความสำคัญ
2. ไม่มีความสำคัญ (ข้ามไปตอบข้อ 20)
19. ถ้ามีความสำคัญ ให้ระบุเหตุผล
1. ทำให้รายได้รวมจากการจำหน่ายยางพาราเพิ่มขึ้น
2. เป็นการปรับปรุงคุณภาพหลังการเก็บเกี่ยว
3. สะดวกในการนำยางพาราเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค
4. เป็นความต้องการของผู้ซื้อ
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
20. การจำหน่ายยางพารา ท่านพิจารณาปัจจัยต่อไปนี้หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
2. ความคุ้นเคยและเครดิตของพ่อค้า
4. ความสะดวก
3. เครื่องชั่งมาตรฐาน
4. ทำให้เปอร์เซ็นต์ของน้ำยางสูง
5. ได้รับเงินสด
6. เป็นข้อตกลงของสหกรณ์

**ส่วนที่ 2 การรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย
ของเกษตรกร**

1. ท่านทราบเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย (AFET) หรือไม่
1. ทราบ (กรุณาตอบข้อ 2) 2. ไม่ทราบ (ข้ามไปตอบข้อ 3)
2. ท่านทราบได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. จากการอบรม/ สัมมนา 2. หนังสือพิมพ์
3. เอกสารเผยแพร่ต่างๆ 4. โทรทัศน์ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านคิดว่าภาครัฐมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เรื่องตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า
มากน้อยเพียงไร
- 1.น้อยมาก 2.น้อย 3.ปานกลาง 4.มาก
4. ถ้าท่านเห็นว่าควรเพิ่มการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ควรเผยแพร่โดยวิธีใด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.จัดทำเอกสารเผยแพร่ 2.จัดอบรมให้ความรู้
- 3.ผ่านทางวิทยุ/ โทรทัศน์ 4.อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ลักษณะเนื้อหาที่ท่านต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า
(โปรดเรียงลำดับตามความสำคัญ)
1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า
2. วิธีการ ขั้นตอนเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า
3. ประโยชน์จากการใช้บริการของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า
4. การวิเคราะห์ราคาล่วงหน้า
5. ยกตัวอย่างการนำราคาในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประกอบการตัดสินใจ
ซื้อขายขงพารา

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร

1. ท่านมีทัศนคติอย่างไรในประเด็นต่อไปนี้

ประเด็น	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	ไม่ เห็นด้วย
	5	4	3	2	1
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีขั้นตอน การซื้อขายเหมือนตลาดหลักทรัพย์					
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ช่วยลด ความเสี่ยงด้านราคามีความผันผวนน้อย					
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีราคาซื้อขายขง ล่วงหน้าให้ใช้อ้างอิงได้					

1. ท่านมีทัศนคติอย่างไรในประเด็นต่อไปนี้ (ต่อ)

ประเด็น	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	ไม่เห็นด้วย
	5	4	3	2	1
- ตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ ช่วยให้ท่านวางแผนการผลิตและกำหนดช่วงเวลาที่ย่างพารออกสู่ตลาดได้					
- ตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ สามารถกำหนดรายได้ในอนาคตได้					
- ตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ มีการจัดชั้นคุณภาพที่แน่นอนชัดเจน					
- ผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ สามารถแนะนำท่านได้เป็นอย่างดี					
- ตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ ลดภาระการแทรกแซงของรัฐบาลได้					
- ตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ ใช้เงินลงทุนต่ำ					
- ตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ เพิ่มความเสมอภาคในการรับรู้ข่าวสารด้านราคาสินค้าเกษตร					
- ข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ มีลักษณะเนื้อหาเข้าใจง่าย					
- แต่ละตำบลควรมีผู้นำเกษตรกรที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล้งหน้าฯ เพื่อคอยให้คำปรึกษา					

2. ท่านสามารถนำข้อมูลจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อขายยางพาราของท่านได้หรือไม่

1. ได้

2. ไม่ได้ เพราะอะไร (โปรดระบุ.....)

1.....

2.....

3.....

3. ปัจจุบันท่านเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า หรือไม่ อย่างไร

1. เข้าไปซื้อขาย

2. ไม่ได้เข้าไปซื้อขาย เพราะอะไร (โปรดระบุ.....)

1.....

2.....

3.....

4. ท่านสนใจเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในอนาคตหรือไม่ อย่างไร

1. สนใจ

2. ไม่สนใจ เพราะอะไร (โปรดระบุ.....)

1.....

2.....

3.....

**ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตร
ล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของเกษตรกร**

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
และการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

4.1 ท่านมีปัญหาอุปสรรคในการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ หรือเข้าถึง
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ หรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4.2 ข้อเสนอแนะในการเข้าไปซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ หรือเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าฯ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล นายวุฒพล ไทยบุรี

วุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วิทยาศาสตรบัณฑิต (สัตวศาสตร์)	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	พ.ศ.2547

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

พ.ศ.2547	นักวิชาการส่งเสริม บริษัท เบทาโกรภาคใต้ สาขาสุราษฎร์ธานี
พ.ศ.2548	ผู้ให้คำแนะนำทางธุรกิจ บริษัท คาร์กิลล์สยาม จำกัด
พ.ศ.2552 – ปัจจุบัน	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ สำนักงานเกษตรอำเภอตากใบ อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส