ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Problems and Threats of Field-Latex Buying Business in Patong Subdistrict, Hat Yai District, Songkhla Province

ภัทริน อรุโณประโยชน์

Pattarin Arunoprayot

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 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้เขียน นางสาวภัทริน อรุโณประโยชน์

สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ

( )

.....กรรมการ

( )

.....กรรมการ

( )

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร

ชื่อสารนิพนธ์ ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้เขียน นางสาวภัทริน อรุโณประโยชน์

สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร

ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด (2) ลักษณะทางธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด และ (3) ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ โดยเลือกพื้นที่ตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีผู้รับซื้อน้ำยางสดอย่างหนาแน่น ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้รับซื้อน้ำยางสดในตำบลทั้ง 17 ราย ด้วยการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 42 ปี นับถือศาสนาพุทธ มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีสถานภาพสมรสแล้ว มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4-5 คน ซึ่งเป็นสมาชิกที่มีส่วนช่วยซื้อน้ำยางสดเฉลี่ย 2-3 คน มีรายได้สุทธิจากการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดเฉลี่ย 330,365 บาทต่อปี และมีรายได้จากแหล่งอื่นๆ เฉลี่ย 264,546 บาทต่อปี ส่วนแหล่งเงินทุนในการรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นเงินทุนของตนเอง แต่อย่างไรก็ตามผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน โดยกู้ยืมเพื่อนำมาหมุนเวียนในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด รูปแบบของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกเฉลี่ย 134,706 บาท ผู้รับซื้อมีประสบการณ์เฉลี่ย 7 ปี โดยตัดสินใจทำธุรกิจนี้ด้วยตนเองและเรียนรู้ด้วยตัวเอง และมีลูกจ้างเฉลี่ย 3-4 คน ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับค่าจ้างรายวันคนละ 200-250 บาท สำหรับยานพาหนะในการขนส่งน้ำยางสดมีตั้งแต่รถกระบะ รถบรรทุก 6 ล้อ 10 ล้อ และ 18 ล้อ ตามขนาดของธุรกิจ ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เช่าที่ดินเพื่อตั้งจุดรับซื้อโดยปลูกสร้างอย่างเรียบง่าย ซึ่งตั้งอยู่บนที่ราบอยู่ติดถนนลาดยางและอยู่ใกล้กับชุมชน โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานเฉลี่ย 5 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ย 37 คนต่อวัน ปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อเฉลี่ย 5,728 กิโลกรัมต่อวัน ผู้รับซื้อน้ำยางสดนิยมหาค่า %DRC ด้วยวิธีอบแห้งและวิธีเมโทแลค ซึ่งทั้ง 2 วิธีมีจำนวนผู้ใช้ใกล้เคียงกัน ในช่วงที่น้ำยางมากใช้เงินหมุนเวียนในการรับซื้อน้ำยางสดเฉลี่ย 117,353 บาทต่อวัน และกำไร

เฉลี่ยต่อวัน 2,900 บาท ส่วนในช่วงที่น้ำยางน้อย ใช้เงินหมุนเวียนเฉลี่ย 54,235 บาทต่อวัน และได้กำไรเฉลี่ยต่อวัน 1,429 บาท สำหรับราคาที่รับซื้อจากเกษตรกรในแต่ละวันนั้น ผู้รับซื้อจะยึดราคาประกาศหน้าโรงงานน้ำยางข้นเป็นสำคัญ ผู้รับซื้อนิยมนำน้ำยางสดไปขายที่โรงงาน และบ่อน้ำยางสดในพื้นที่ ซึ่งระยะทางจากจุดรับซื้อถึงสถานที่จำหน่ายโดยเฉลี่ย 15-16 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาเดินทางโดยเฉลี่ย 30 นาที

ปัญหาและอุปสรรคในระดับมากของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในตำบลพะตง เป็นปัญหาด้านการรับซื้อน้ำยางสด ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ราคาน้ำยางสดผันผวนเป็นอย่างมากในปี 2551 และปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากมีคู่แข่งในตลาดมีมาก ทำให้ต้องซื้อตัดราคากันและแย่งลูกค้ากัน ส่วนปัญหาสภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวย ปัญหาการขาดนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว และความเสี่ยงจากการถูกปล้นเงิน เป็นปัญหาระดับปานกลาง สำหรับปัญหาในระดับน้อยที่สุด คือ ปัญหาการก่อการร้ายจากผู้ก่อความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

Minor Thesis Title	Problems and Threats of Field-Latex Buying Business in Patong Subdistrict, Hat Yai District, Songkhla Province
Author	Miss Pattarin Arunoprayot
Major Program	Agribusiness Management
Academic Year	2008

Abstract

This research is aimed to study (1) the social and economic features of field-latex buying entrepreneurs (2) the business features and operation of field-latex buying business and (3) problems and threats of field–latex buying business. The data which to be used for this study are secondary data and primary data, so that the area which will be selected to this study is Patong Subdistrict, Hat Yai District, Songkhla Province because here is more field-latex buying entrepreneurs. The researcher can collect data by personal interview of 17 field-latex buying entrepreneurs in this area, and use the structured questionnaire and analysis data with descriptive statistics.

The results reveal that most of the field-latex buying entrepreneurs are males with the average age 42 years old. They are Buddhists, mostly secondary-educated, and married. The average household members are 4-5 people and 2-3 people participate in field-latex buying activities. The average net income from field-latex buying business is 330,365 baht per year. The average net income from other sources is 264,546 baht per year. The sources of funds for the business operation are generated from their own capital and loan. However most of them are in-debt conditions for use to run business. The business ownership is described as sole proprietor. The average initial capital is 134,706 baht. The average period of their experience in the business counts for 7 years. The respondents themselves decide to conduct and learn how to do the business. The average employees are 3-4 people with the daily wage at 200-250 baht per employee. They are normally applied pickup truck, 6 wheel truck**,** 10 wheel truck and 18 wheel trailer for transporting the field-latex according to a size of business. The land is generally rent to be the buying site, located in the flat area, next to the macadamized road, and closed to the community. The average operation hours are 5 hours per day. The average numbers of clients

are 37 accounts per day. The average latex quantity is 5,728 kilograms per day. The percentage of DRC calculation is implemented by drying method and metrolac application. During the peak season, the average revolving funds are 117,353 baht per day. The average daily profit is 2,900 baht. However, during the low season, the average revolving funds are 54,235 baht per day. The average daily profit is 1,429 baht. They will hold the price which is posted a notice in front of the concentrated latex factory to be mainly for buying in each day. The field latex is normally sold to the concentrated latex factory and the local buying site. The average distance from the buying site to the distributing site is 15-16 kilometres. The average duration of each trip is 30 minutes.

The high level problems and threats of field-latex buying business in Patong Subdistrict are the field-latex buying aspect, which is resulted from the fluctuation price of field latex in 2008. The market aspect is one of the problems due to large numbers of competitors. The buying price is always cut down to approach the clients. As for the weather problem, the problem which there is no supporting policy from the government, the economic situation slows down problem, and the risk in being money robbed problem, are the middle level problem. Finally, the problem, which is rated in the very low level, is terrorism problem from terrorists in three southern border provinces.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะผู้วิจัยได้รับคำปรึกษา การดูแลเอาใจใส่ความรัก และความห่วงใย จากรองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล อาจารย์ที่ปรึกษาตั้งแต่สัมมนา 1 สัมมนา 2 สัมมนา 3 จนกระทั่งสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สุธัญญา ทองรักษ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรัตถ พรหมมี กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ช่วยกรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ขอบคุณเพื่อนๆ และพี่ๆ ทุกคน ที่คอยสนับสนุนและให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์จนทำให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สำหรับบุคคลสำคัญของผู้วิจัย อันได้แก่ คุณพ่อและคุณแม่ ลูกขอกราบเท้าท่านผู้ซึ่งมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ ไม่มีท่านก็คงไม่มีลูกในวันนี้ ขอบคุณพระเจ้า คุณครูและอาจารย์ทุกท่าน ที่ให้ความรู้และคอยสั่งสอนให้ลูกศิษย์คนนี้เป็นคนดี ขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สุธัญญา ทองรักษ์ สำหรับทุกความปรารถนาดีที่มีให้กับผู้วิจัยเสมอมา สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ทิพย์วรรณ เรืองกิตติสกุล สำหรับกำลังใจอันเปี่ยมล้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ภัทริน อรุโณประโยชน์

มีนาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	
2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับยางพารา	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	19
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีวิจัย	
3.1 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	35
3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	
4.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	40
4.2 ลักษณะทางธุรกิจและการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	48
4.3 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	63
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	73
5.2 ข้อเสนอแนะ	77
5.3 ข้อจำกัดในการทำวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	81
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวกที่ 1 หมู่ที่ตั้งของจุดรับซื้อและจำนวนจุดรับซื้อ จำแนกตามลำดับที่ผู้ให้ข้อมูลในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	85

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวกที่ 2 แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	86
ประวัติผู้เขียน	100

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทยปี 2544-2549	12
ตารางที่ 2.2	เนื้อที่ปลูกยางพารา 5 อันดับแรกของประเทศไทยปี 2544-2549	12
ตารางที่ 2.3	ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย ปี 2540-2549	13
ตารางที่ 2.4	ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย จำแนกตามประเภทปี 2542-2549	14
ตารางที่ 2.5	ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทย จำแนกตามประเภท ปี 2540-2549	15
ตารางที่ 2.6	ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทย จำแนกตามประเทศผู้ซื้อ ปี 2540-2549	15
ตารางที่ 2.7	ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปี 2545-2551	16
ตารางที่ 3.1	จำนวนจุดรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามหมู่บ้าน	37
ตารางที่ 3.2	จำนวนธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามขนาดของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	37
ตารางที่ 4.1	ลักษณะทางสังคมของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	41
ตารางที่ 4.2	ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	45
ตารางที่ 4.3	ลักษณะทั่วไปของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	49
ตารางที่ 4.4	ลักษณะการดำเนินการรับซื้อน้ำยางสด	57
ตารางที่ 4.5	การจำหน่ายน้ำยางสด	62
ตารางที่ 4.6	ปัญหาและอุปสรรคด้านการรับซื้อน้ำยางสดที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	64
ตารางที่ 4.7	ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	66
ตารางที่ 4.8	ปัญหาและอุปสรรคด้านสภาพดินฟ้าอากาศที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	67
ตารางที่ 4.9	ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินและบัญชีที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	68
ตารางที่ 4.10	ปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	69
ตารางที่ 4.11	ปัญหาและอุปสรรคด้านการจำหน่ายผลผลิตที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	70
ตารางที่ 4.12	ปัญหาและอุปสรรคด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	72

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	ปริมาณการผลิต การส่งออก และใช้ในประเทศ ปี 2540-2549	12
ภาพที่ 2.2	ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย จำแนกตามประเภท ปี 2540-2549	13
ภาพที่ 2.3	ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปี 2545-2551	16
ภาพที่ 3.1	แผนที่ตำบลพะตง	36
ภาพที่ 4.1	ขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละวัน	53
ภาพที่ 4.2	อุปกรณ์และเครื่องมือทั่วไปที่ใช้ในการรับซื้อน้ำยางสด	53
ภาพที่ 4.3	อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิธีเมโทแลค	54
ภาพที่ 4.4	อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิธีอบแห้ง	54

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของไทย จากสถานการณ์การผลิตยางและการใช้ยางของไทยในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ไทยมีเนื้อที่การปลูกยางเพิ่มขึ้นทุกปี โดยพื้นที่ปลูกยางส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ และในปี 2547 รัฐบาลได้ออกนโยบายส่งเสริมการปลูกยางพาราในพื้นที่ปลูกใหม่ 1 ล้านไร่ โดยแบ่งเป็นทางภาคอีสาน 700,000 ไร่ และภาคเหนือ 300,000 ไร่ และนโยบายยางเอื้ออาทรอีก 1 ล้านไร่ ให้สำหรับเกษตรกรที่ปลูกยางในเขตป่าสงวนแห่งชาติ รวมทั้งกระแสการตื่นยางของเกษตรกร เนื่องจากราคายางในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2551 สูงเกือบ 100 บาท จึงเป็นปัจจัยที่จูงใจให้เกษตรกรหันมาปลูกยางกันมากขึ้น ทำให้ในปี 2551 มีพื้นที่ปลูกยางที่กรีดได้แล้วถึง 11,106,449 ไร่ ซึ่งสามารถให้ผลผลิตน้ำยางสด 3,187,241 ตัน ประเทศไทยเน้นการผลิตยางเพื่อการส่งออกเป็นหลัก ซึ่งมีการส่งออกยางมากที่สุดในโลก ซึ่งมีปริมาณการส่งออกยางรวม 2,832,072 ตัน และมูลค่าการส่งออกสูงถึง 223,628 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552)

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ยางพาราโลกปี 2552 ตลาดมีแนวโน้มชะลอตัว ทั้งด้านการผลิตและความต้องการ ทั้งนี้มีสาเหตุจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก เนื่องจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจสหรัฐและราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ลดลง ส่งผลให้ยอดขายรถยนต์ในตลาดหลักของโลกโดยเฉพาะตลาดสหรัฐมียอดจำหน่ายรถยนต์ต่ำสุดในรอบ 25 ปี และส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมยางล้อในจีนและญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลักของไทย มีการชะลอการซื้อและรับมอบยางจากไทย บางรายมีการบิดพลิ้วในสัญญา หรือต่อรองราคาลง นอกจากนี้ส่งผลให้นักลงทุนและกองทุนประกันความเสี่ยง (Hedge Fund) ขาดความเชื่อมั่นและเทขายสัญญาซื้อขายยางล่วงหน้าในตลาดญี่ปุ่น ส่วนสถานการณ์ราคายางพารา ตั้งแต่ช่วงปลายเดือนกันยายน 2551 จนถึงปัจจุบัน ราคายางได้ปรับตัวลดลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมากกว่าร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้า สำหรับราคายางพาราปี 2552 มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากมีความต้องการยางของตลาดหลักเดิม เช่น จีน และญี่ปุ่น รวมทั้งตลาดใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุโรปตะวันออก รัสเซีย อินเดีย และบราซิล เป็นต้น (สมาคมยางพาราไทย, 2552)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีภูมิประเทศเหมาะสมในการปลูกยางพาราเป็นอย่างมาก มีพื้นที่ปลูกยางเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย รองลงมาจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี 2551 จังหวัดสงขลา มีพื้นที่ปลูกยางที่กรีดได้แล้วถึง 1,225,922 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 13.19 ของเนื้อที่ปลูกยางที่กรีดได้แล้วของภาคใต้ ซึ่งมีอยู่ 9,296,979 ไร่ และคิดเป็นร้อยละ 11.04 ของพื้นที่ปลูกยางที่กรีดได้แล้ว

ของไทย นอกจากนี้จังหวัดสงขลามีพรมแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซีย ส่งผลให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและตลาดยางพาราที่สำคัญที่สุดของประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2551)

ตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบเชิงเขา มีลำคลองไหลผ่านหลายสายพื้นที่ส่วนใหญ่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกและเกษตรกรรม มีพื้นที่การเกษตรทั้งหมด 70,063 ไร่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ปลูกยางพารา 69,803 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 99.63 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมดของตำบล (องค์การบริหารส่วนตำบลพะตง, 2552) และมีโรงงานผลิตน้ำยางข้น 2 โรง ได้แก่ บริษัท หาดสิน รับเบอร์ จำกัด และบริษัท รับเบอร์แลนด์โปรดักส์ จำกัด ซึ่งรองรับทั้งผลผลิตในพื้นที่และจากพื้นที่ใกล้เคียง โดยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา ในปัจจุบันชาวสวนยางมีแนวโน้มในการขายผลผลิตในรูปแบบของน้ำยางสดซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตน้ำยางข้นมากขึ้น เนื่องจากซื้อง่ายขายคล่อง ไม่เหนื่อย มีความสะดวกสบาย มีขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีสภาพคล่องสูงกว่าการขายผลผลิตในรูปแบบยางแผ่นที่แต่ก่อนนิยมทำกัน โดยนำน้ำยางสดที่เก็บได้จากต้นยางมารวบรวมไว้ในถัง จากนั้นก็บรรทุกไปขาย ณ จุดรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่ ผู้รับซื้อน้ำยางสดคำนวณหา %DRC หรือเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง เพื่อจ่ายเงินค่ายางให้แก่เกษตรกรโดยทันที ดังนั้นธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตลาดยางพาราของไทย เพราะเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรชาวสวนยางกับโรงงานน้ำยางข้นในการรวบรวมน้ำยางสดเข้าสู่โรงงานโดยสะดวก หากขาดธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนี้ไป การตลาดยางพาราของไทยจะดำเนินอย่างไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เพราะเกษตรกรชาวสวนยางจะมีความยากลำบากในการนำผลผลิตไปขายยังโรงงาน ส่วนโรงงานจะต้องเพิ่มภาระด้านการหาปัจจัยการผลิตเพื่อป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตมากขึ้นนั่นเอง

จากสถานการณ์ราคายางผันผวนและวิกฤตเศรษฐกิจโลกชะลอตัวในช่วงปีที่ผ่านมาผนวกกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย รัฐบาลไม่มีเสถียรภาพในการบริหารประเทศ ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดต่างได้รับผลกระทบในการดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้ผู้รับซื้อน้ำยางสดต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

การศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีขึ้นเพื่อตอบคำถามว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดมีลักษณะการดำเนินงานอย่างไร และมีองค์ประกอบอะไรบ้าง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมีอะไรบ้าง ผู้รับซื้อน้ำยางสดได้จัดการกับปัญหาต่างๆ นั้นหรือไม่ อย่างไร องค์ความรู้ที่ได้มาจากการศึกษาอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อน้ำยางสด ผู้สนใจเข้ามาทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด เกษตรกรชาวสวนยางผู้ขายผลผลิตน้ำยางสด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการรับทราบปัญหา เพื่อหาแนวทางแก้ไข ไปจนถึงการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ธุรกิจ ช่วย

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ อันนำมาสู่ความเข้มแข็งของชุมชน พร้อมทั้งร่วมกันวางแผนในการพัฒนาธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2) เพื่อศึกษาลักษณะทางธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษา ประชากร และระยะเวลาการเก็บข้อมูล ไว้ดังนี้

1) พื้นที่ศึกษา คือ ตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีพื้นที่ปลูกยางอย่างแน่นร้อยละ 99.63 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมดของตำบล และมีธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ซึ่งผูกพันกับวิถีชีวิตของชุมชนชาวสวนยาง ซึ่งตำบลพะตง มี 8 หมู่บ้าน ประกอบด้วยหมู่ที่ 1 บ้านทุ่งลุง หมู่ที่ 2 บ้านคลองตง หมู่ที่ 3 บ้านควนเนียง หมู่ที่ 4 บ้านปลักเด หมู่ที่ 5 บ้านคลองนุ้ย หมู่ที่ 6 บ้านควนขี้แรด หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งปรือ และหมู่ที่ 8 บ้านคลองประตู โดยตำบลพะตงแบ่งพื้นที่การปกครองเป็นเทศบาลตำบลพะตงและองค์การบริหารส่วนตำบลพะตง ซึ่งเทศบาลตำบลพะตงครอบคลุมพื้นที่หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 2 บางส่วน และหมู่ที่ 8 บางส่วน (เทศบาลตำบลพะตง, 2551) ส่วนองค์การบริหารส่วนตำบลพะตงครอบคลุมพื้นที่หมู่ที่ 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 (องค์การบริหารส่วนตำบลพะตง, 2550) ในการศึกษาครั้งนี้ พื้นที่ศึกษามี 6 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 2 - หมู่ที่ 7 ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประชากรในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ส่วนหมู่ที่ 1 และหมู่ที่ 8 ไม่ปรากฏประชากรที่ใช้ศึกษา เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นบ้านพักอาศัย ตลาด ย่านการค้า โรงเรียน และโรงงานอุตสาหกรรม

2) ประชากร คือ ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางทุกรายในพื้นที่ของตำบลพะตง เนื่องจากประชากรมีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทุกหน่วยของประชากร (Census) ซึ่งมีผู้

ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดจำนวนทั้งสิ้น 18 ราย โดยดูจากธุรกิจที่มีจุดรับซื้อน้ำยางสดที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในตำบลพะตงเป็นหลัก

3) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2551 – เดือนมกราคม 2552

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ผู้สนใจเข้ามาทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด เกษตรกรชาวสวนยางผู้ขายผลผลิตน้ำยางสด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลพะตง (อบต.พะตง) เทศบาลตำบลพะตง (ทต.พะตง) สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) องค์การสวนยาง สถาบันวิจัยยาง สมาคมยางพาราไทย ศูนย์วิจัยยางสงขลา สำนักงานตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ และสมาคมน้ำยางข้นไทย เป็นต้น เนื่องจากผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ที่น่าสนใจของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดไว้อย่างละเอียด และครบถ้วนที่สุด รวมถึงได้สะท้อนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งได้เสนอแนะแนวทางแก้ไข ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ได้จริงในการดำเนินธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดอย่างยั่งยืน

บทที่ 2
การตรวจสอบเอกสาร

การตรวจสอบเอกสารในบทนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมและเรียบเรียงบทความและงานวิจัยในประเด็นต่างๆ ที่มีผู้ศึกษาไว้แล้วมาประกอบ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด และแนวทางในเรื่องที่ทำการวิจัย โดยจำแนกการตรวจสอบเอกสารออกเป็นประเด็นหลัก ดังนี้

2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับยางพารา

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับยางพารา

องค์ความรู้เกี่ยวกับยางพาราประกอบด้วย ประวัติยางพารา ระดับต่างๆ ของพ่อค้ายาง สถานการณ์การผลิตและตลาดยางพาราไทยในรอบ 10 ปี และการจำหน่ายน้ำยางสด

2.1.1 ประวัติยางพารา

องค์การสวนยาง (2551) ได้อธิบายถึงประวัติยางพารา ซึ่งประกอบด้วยความเป็นมา วิวัฒนาการของยาง การสร้างสวนยางในเอเชีย และการนำยางพาราเข้าสู่ประเทศไทย ไว้ดังนี้

1) ความเป็นมา

ชาวพื้นเมืองในอเมริกากลางและอเมริกาใต้เรียกต้นไม้ที่ให้ยางว่า คาอุท์ชูค์ (Caoutchouc) แปลว่า ต้นไม้ร้องไห้ จนถึงปี 2313 โจเซฟ พริสลี่ จึงพบว่า ยางสามารถลบรอยดำของดินสอได้โดยที่กระดาษไม่เสีย จึงเรียกยางว่า ยางลบหรือตัวลบ (Rubber) ซึ่งเป็นคำเรียกยางเฉพาะในอังกฤษและฮอลแลนด์เท่านั้น ส่วนในประเทศยุโรปอื่นๆ ในสมัยนั้นเรียกยางว่า คาอุท์ชูค์ทั้งสิ้น จนถึงสมัยที่โลกได้มีการปลูกยางกันมากในประเทศแถบอเมริกาใต้นั้น จึงได้ค้นพบว่าพันธุ์ยางที่มีคุณภาพดีที่สุดคือยางพันธุ์ Hevea Brasiliensis ซึ่งมีคุณภาพดีกว่าพันธุ์ Hevea ธรรมดามาก จึงมีการปลูกและซื้อขายยางพันธุ์ดังกล่าวกันมาก และศูนย์กลางของการซื้อขายยางก็อยู่ที่เมืองท่าชื่อ พารา (Para) บนฝั่งแม่น้ำอเมซอน ประเทศบราซิล ด้วยเหตุดังกล่าว ยางพันธุ์ Hevea Brasiliensis จึงมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ยางพารา (Para Rubber) และเป็นชื่อที่ใช้เรียกกันแพร่หลายจนถึงทุกวันนี้

ยางมีคุณสมบัติพิเศษหลายอย่างที่มีความสำคัญต่อมนุษย์คือ มีความยืดหยุ่น (Elastic) กันน้ำได้ เป็นฉนวนกันไฟฟ้าได้ เก็บและพองลมได้ดี เป็นต้น ดังนั้นมนุษย์จึงต้องพึ่งยางต่อไปอีกนาน แม้ในปัจจุบันมนุษย์สามารถผลิตยางสังเคราะห์ได้แล้วก็ตาม แต่คุณสมบัติบางอย่างของยางสังเคราะห์ก็สู้ยางธรรมชาติไม่ได้ ในโลกนี้ยังมีพืชอีกมากมายหลายชนิดที่ให้น้ำยาง

(Rubber Bearing Plant) ซึ่งอาจมีเป็นพันๆ ชนิดในทวีปต่างๆ ทั่วโลก แต่น้ำยางที่ได้จากต้นยางแต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป บางชนิดก็ใช้ทำอะไรไม่ได้เลย แต่ยางบางชนิดเช่น ยางกัตตาเปอร์ชาที่ได้จากต้นกัตตา (Guttar Tree) ใช้ทำยางสำเร็จรูปเช่น ยางรถยนต์ หรือรองเท้า ไม่ได้แต่ใช้ทำสายไฟได้ หรือยางเยลูตง และยางบาลาตา ที่ได้จากต้นยางชื่อเดียวกัน ถึงแม้อาจมีความเหนียวของยาง (Natural Isomer of Rubber) อยู่บ้าง แต่ก็มีเพียงสูตรอณู (Melecular Formula) เท่านั้นที่เหมือนกัน แต่โดยที่มี High Rasin Content จึงเหมาะในการใช้ทำหมากฝรั่งมากกว่ายางที่ได้จากต้น Achas Sapota ในอเมริกากลาง ซึ่งมีความเหนียวกว่ายางกัตตาเปอร์ชาและยางบาลาตามาก คนพื้นเมืองเรียกยางนี้ว่า ชิเคิ้ล (Chicle) ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตหมากฝรั่งที่ทำมาจากยางชนิดนี้จึงตั้งชื่อหมากฝรั่งนั้นว่า Chiclets

2) วิวัฒนาการของยาง

โลกเพิ่งมีโอกาสรู้จักและใช้ประโยชน์จากยางเมื่อประมาณปลายคริสต์ศตวรรษที่ 15 นี้เอง ในขณะที่คริสโตเฟอร์ โคลัมบัส ผู้ค้นพบโลกใหม่เดินทางไปอเมริกาในครั้งที่ 2 ในปี 2036 ก็ได้พบว่า มีชาวพื้นเมืองบางเผ่าทั้งในอเมริกากลางและอเมริกาใต้ได้รู้จักและใช้ประโยชน์จากยางกันบ้างแล้ว เช่น ชาวพื้นเมืองในอเมริกากลางที่ทำรองเท้าจากยางโดยการใช้มีดฟันต้นยางแล้วรองน้ำยางใส่ภาชนะ หลังจากนั้นจึงเอาเท้าจุ่มลง ไปในน้ำยางนั้น หรือเอาเท้าวางไว้บนภาชนะแล้วเทน้ำยางราดลงบนเท้า ก็จะได้รองเท้าที่เข้ากับเท้าพอดี หรือบางเผ่าในอเมริกาใต้ทำเสื้อกันฝนและผ้ากันน้ำจากยาง หรือเผ่ามายันในอเมริกาใต้ที่ทำลูกบอลด้วยยาง แล้วนำมาเล่นโดยการให้กระเด้งขึ้นลงเพื่อเป็นการสักการะเทพเจ้า จึงทำให้โคลัมบัสและคณะมีความแปลกใจเป็นอันมาก และคิดกันไปว่า ในลูกกลมๆ ที่เด้งได้นั้น ต้องมีตัวอะไรอยู่ข้างในเป็นแน่ หลังจากนั้นเมื่อโคลัมบัสเดินทางกลับยุโรป ก็ได้นำวัตถุประหลาดนั้นกลับไปด้วย โคลัมบัสจึงเป็นชาวยุโรปคนแรกที่ได้มีโอกาสสัมผัสยาง และนำยางเข้าไปเผยแพร่ในยุโรป การส่งยางเข้ามาในยุโรปในระยะแรกนั้นต้องใช้เวลานานมากกว่าที่ยางจะเดินทางจากแหล่งกำเนิดจนมาถึงยุโรป ยางจับตัวกันเป็นก้อนเสียก่อน ดังนั้นยางที่เข้ามาในยุโรปสมัยแรกๆ นั้น จึงเป็นยางที่ผลิตเป็นสินค้าแล้ว เนื่องจากมนุษย์ยังไม่รู้จักวิธีที่จะทำให้ยางที่จับตัวกันเป็นก้อนให้ละลายและทำเป็นรูปทรงที่ต้องการได้อย่างไร การผลิตยางจึงต้องทำทันทีหลังจากได้น้ำยางมาก่อนที่ยางจะจับตัวกันเป็นก้อน ในอเมริกากลางและอเมริกาใต้ เช่น ในประเทศเม็กซิโกก็มีหลักฐานว่าได้มีการใช้ประโยชน์จากยางกันบ้างแล้ว แต่เป็นการผลิตอย่างง่ายๆ เช่น ทำผ้ายางกันน้ำ และเสื้อกันฝน เป็นต้น

การค้นพบกรรมวิธีในการทำให้ยางคงรูปได้นั้น นับได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก สำหรับวิวัฒนาการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งในช่วงเวลานั้น มีการค้นพบและมีสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ทางวิทยาศาสตร์เกิดขึ้นมากมาย เช่น เจมส์ วัตต์ สร้างเครื่องจักรไอน้ำ โรเบิร์ต ฟูลตัน สร้างเครื่องจักรเรือไอน้ำ จอร์จ สตีเวนสัน สร้างหัวรถจักรไอน้ำ ไมเคิล ฟาราเด สร้างเครื่องกำเนิดไฟฟ้า

มอส สร้างเครื่องส่งโทรเลข เป็นต้น แต่ความสำเร็จต่างๆ เหล่านั้น คงจะขาดความสมบูรณ์ไปมาก ถ้ายังขาดความรู้เรื่องการทำยางให้คงรูป เพราะยางที่คงรูปแล้ว (Vulcanised Rubber) จะช่วยเติมความไม่สมบูรณ์เหล่านั้นให้เต็ม เช่น เป็นตัวห้ามล้อรถไฟ หรือทำสายไฟ และสายเคเบิ้ลใต้น้ำ เป็นต้น

3) การสร้างสวนยางในเอเชีย

การผลิตยางในโลกสมัยก่อนปี 2443 นั้น ส่วนมากจะเป็นยางที่ปลูกในประเทศแถบอเมริกาใต้คือ บราซิล โคลัมเบีย และปานามาเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นยังมียางที่ได้จากรัสเซียและอัฟริกาเป็นบางส่วน และในช่วงเวลาก่อนหน้านั้นยางเริ่มมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์มากขึ้นแล้ว โลกจึงมีความต้องการใช้ยางเป็นจำนวนมาก โธมัส แฮนคอก จึงมีความคิดว่า ถ้าโลก (หมายถึงยุโรป) ยังคงต้องพึ่งยางที่มาจากแหล่งต่างๆ เหล่านั้นเพียงอย่างเดียว ในอนาคตอาจจะเกิดความขาดแคลนยางขึ้นได้ จึงน่าที่จะหาที่ใหม่ๆ ในส่วนอื่นๆ ของโลกเพื่อปลูกยางเอาไว้บ้าง ในปี 2398 จึงนำความคิดนี้ไปปรึกษาเซอร์โจเซฟ ฮุกเกอร์ แต่ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ชาวยุโรปในยุคนั้น ยังไม่มีใครรู้จักยางกันมากนักว่า ยางมีหน้าตาเป็นอย่างไร หรือแม้กระทั่งได้ยางมาอย่างไรจากต้นอะไร จนกระทั่งในปี 2414 จึงมีผู้นำภาพวาดต้นยางมาให้เซอร์โจเซฟ ฮุกเกอร์ ดูท่านจึงมีความสนใจในการปลูกยางมากขึ้น จึงได้ปรึกษากับเซอร์คลีเมนส์ มาร์คแฮม ผู้ช่วยเลขาธิการประจำทำเนียบ ผู้ว่าการประจำอินเดีย ความพยายามที่จะนำยางมาปลูกในเอเชียจึงเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก ในช่วงเวลาเดียวกันนั้นสถานการณ์ยางในประเทศแถบอเมริกาใต้ไม่ค่อยดีนัก เนื่องจากในสภาวะที่โลกมีความต้องการยางสูงมาก ชาวสวนยางในโคลัมเบียและปานามาจึงโหมกรีดยางกันอย่างหนัก จนในที่สุดต้นยางในประเทศนั้นจึงได้รับความบอบช้ำมาก และตายหมดจนไม่มีต้นยางเหลืออยู่ในแถบนั้นอีกเลย

เซอร์คลีเมนส์ จึงนำพันธุ์ยางมาทดลองปลูกในอินเดียเป็นครั้งแรก แต่ไม่ประสบความสำเร็จ จึงได้ทดลองปลูกยางในดินแดนต่างๆ ที่เป็นอาณานิคมของอังกฤษ ในที่สุดจึงพบว่าในดินแดนแหลมมลายูเป็นที่ที่ยางจะเจริญเติบโตได้ดีที่สุด และยังพบว่า พันธุ์ยางที่ดีที่สุดคือ ยางพันธุ์ Hevea Brasiliensis หรือยางพารา ดังนั้นตั้งแต่ปี 2425 ยางพาราจึงเป็นที่นิยมปลูกอย่างแพร่หลายในแหลมมลายูในระยะแรกเริ่ม ยางพาราปลูกกันมากในดินแดนอาณานิคมของอังกฤษและฮอลแลนด์เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นเยอรมันก็ปลูกยางไว้ที่อัฟริกาบ้าง และบางส่วนเป็นยางในรัสเซีย เหตุที่ยางพาราเป็นที่นิยมปลูกกันมากในเอเชีย อาจเนื่องมาจากในเอเชียมีองค์ประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมในการปลูก ทั้งสภาพดินฟ้าอากาศ ภูมิประเทศ สภาพดิน และปริมาณฝน รวมทั้งแรงงานที่หาได้ง่าย ประกอบกับคุณสมบัติทางการเกษตรและการพาณิชย์ของยางเอง เช่น พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นควนเขา ไม่สามารถปลูกพืชอื่นได้ แต่ปลูกยางได้ ยางเป็นพืชที่ปลูกง่าย ไม่ต้องดูแลรักษามากนัก โรคและศัตรูพืชน้อย ไม่ต้องมีการเฝ้ารักษา เพราะผลผลิตของยางไม่สามารถขโมย

กันได้ ผลผลิตยางสามารถขายได้ทุกคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นยางคุณภาพเลวเพียงใดก็ขายได้ เป็นยางปนกรวด ปนดิน ปนทราย ก็ขายได้ แม้แต่ขี้ยาง ก็ขายได้ ไม่ต้องง้อคนซื้อ ให้ผลผลิตที่ยาวนานและแน่นอน

4) ยางพาราเข้าสู่ประเทศไทย

ต้นยางพาราเข้ามาปลูกในประเทศไทย ตั้งแต่สมัยที่ยังใช้ชื่อว่า "สยาม" ประมาณกันว่าควรเป็นหลังปี 2425 ซึ่งช่วงนั้น ได้มีการขยายเมล็ดกล้ายางพารา จากพันธุ์ 22 ต้น นำไปปลูกในประเทศต่างๆ ของทวีปเอเชีย และมีหลักฐานเด่นชัดว่า เมื่อปี 2442 พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (คอซิมบี้ ณ ระนอง) เป็นผู้เหมือนหนึ่ง "บิดาแห่งยาง" เป็นผู้ที่ได้นำต้นยางพารามาปลูกที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง เป็นครั้งแรก

จากนั้น พระยารัษฎานุประดิษฐ์ ได้ส่งคนไปเรียนวิธีปลูกยางเพื่อมาสอนประชาชน นักเรียนของท่านที่ส่งไปก็ล้วนแต่เป็นเจ้าเมือง นายอำเภอ กำนัน และผู้ใหญ่บ้านทั้งสิ้น พร้อมกันนั้นท่านก็สั่งให้กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นำพันธุ์ยางไปแจกจ่าย และส่งเสริมให้ราษฎรปลูกทั่วไป ซึ่งในยุคนั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคตื่นยาง และชาวบ้านเรียกยางพารานี้ว่า “ยางเทศา” ต่อมาราษฎรได้นำเข้ามาปลูกเป็นสวนยางมากขึ้นและได้มีการขยายพื้นที่ปลูกยางไปในจังหวัดภาคใต้รวม 14 จังหวัด ตั้งแต่ชุมพรลงไปถึงจังหวัดที่ติดชายแดนประเทศมาเลเซีย จนถึงปี 2549 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางทั้งประเทศ 14.34 ล้านไร่ กระจายกันอยู่ในภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นแหล่งปลูกยางใหม่ การพัฒนาอุตสาหกรรมยางของประเทศได้เจริญรุดหน้าเรื่อยมาจนทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกยางได้มากที่สุดในโลก

ความคิดที่จะนำยางพาราเข้ามาปลูกในประเทศไทย เกิดขึ้นเมื่อพระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดีเดินทางไปดูงานในประเทศมลายู เห็นชาวมลายูปลูกยางกันมีผลดีมากก็เกิดความสนใจที่จะนำยางเข้ามาปลูกในประเทศไทยบ้าง แต่พันธุ์ยางสมัยนั้น ฝรั่งซึ่งเป็นเจ้าของสวนยางหวงมาก ทำให้ไม่สามารถนำพันธุ์ยางกลับมาได้ ในการเดินทางครั้งนั้น จนกระทั่ง ปี 2444 พระสถลสถานพิทักษ์ เดินทางไปที่ประเทศอินโดเซีย จึงมีโอกาสนำกล้ากลับมาได้ โดยเอากล้ายางมาหุ้มรากด้วยสำลีชุบน้ำ แล้วหุ้มทับด้วยยกระดาษหนังสือพิมพ์อีกชั้นหนึ่งจึงบรรจุลงลังไม้ฉำฉา ใส่เรือกลไฟซึ่งเป็นเรือส่วนตัวของพระสถลฯ รีบเดินทางกลับประเทศไทยทันที

ยางที่นำมาครั้งนี้มีจำนวน ถึง 4 ลังด้วยกันพระสถลสถานพิทักษ์ ได้นำมาปลูกไว้ที่บริเวณหน้าบ้านพัก ที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ซึ่งปัจจุบันนี้ยังเหลือให้เห็นเป็นหลักฐานเพียงต้นเดียว อยู่บริเวณหน้าสหกรณ์การเกษตรกันตัง และจากยางรุ่นแรกนี้ พระสถลสถานพิทักษ์ ได้ขยายเนื้อที่ปลูกออกไป จนมีเนื้อที่ปลูกประมาณ 45 ไร่ นับได้ว่า พระสถลสถานพิทักษ์ คือผู้เป็นเจ้าของสวนยางคนแรกของประเทศไทย

ในปี 2451 หลวงราชไมตรี (ปูม ปุณศรี) ได้นำยางไปปลูกที่จังหวัดจันทบุรี จึงได้มีการขยายการปลูกยางพาราในภูมิภาคนี้อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งมีการปลูกกันทั่วไปใน 3 จังหวัดภาคตะวันออก คือ จันทบุรี ระยอง และตราด และกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคตะวันออก ต่อมาก็มีผู้พยายามที่จะนำพันธุ์ยางไปปลูกทั้งในภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ เป็นระยะๆ แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเหมือนกับที่ปลูกของภาคใต้ และภาคตะวันออก

ในช่วงปี 2475 หลวงสุวรรณวาจกกสิกิจ ผู้ก่อตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูประถมกสิกรรมขึ้นที่คอหงส์ หลวงสุวรรณวาจกกสิกิจได้ก่อตั้งสถานีทดลองกสิกรรมภาคใต้ขึ้นที่ บ้านชะมวง ตำบลควนเนียง อำเภอกำแพงเพชร จังหวัดสงขลา และในปี 2476 ได้ย้ายสถานีดังกล่าวไปตั้งที่ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ พร้อมกับตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูประถมกสิกรรมขึ้นที่ตำบลคอหงส์ด้วย โดยหลวงสุวรรณฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นอาจารย์ใหญ่คนแรก ต่อมาในปี 2496 หลวงสำรวจพฤกษาลัย (สมบูรณ์ ณ ถลาง) หัวหน้ากองการยางและนายรัตน์ เพชรจันทร ผู้ช่วยหัวหน้ากองการยางได้เสนอร่างพระราชบัญญัติปลูกแทนต่อรัฐบาล อย่างไรก็ตามต้องใช้เวลาถึง 6 รัฐบาลในเวลา 6 ปี จึงออกพระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ในปี 2503 และได้มีการจัดตั้งสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางในปี 2504 กิจการปลูกแทนก้าวหน้าด้วยดี เป็นที่พอใจของชาวสวนยางในภาคใต้ หลวงสำรวจพฤกษาลัย (สมบูรณ์ ณ ถลาง) นายรัตน์ เพชรจันทร ผู้ริเริ่มการปลูกแทน ผู้ริเริ่มการปลูกแทนยางพาราที่ปลูกในสมัยแรกส่วนใหญ่เป็นยางพื้นเมืองที่ให้ผลผลิตต่ำ ทำให้ชาวสวนยาง มีรายได้น้อยโดยเฉพาะในช่วงที่ยางมีราคาตกต่ำ วิธีการแก้ไขคือ การปลูกแทน ยางพื้นเมืองเหล่านั้นด้วยยางพันธุ์ดีที่ให้ผลผลิตสูง ผู้ผลิตยางหลายประเทศได้เร่งการปลูกแทนยางเก่าด้วยยางพันธุ์ดีเพื่อเพิ่มผลผลิตยาง เช่น มาเลเซียได้ออกกฎหมายสงเคราะห์ปลูกยางในปี 2495 และศรีลังกาได้ออกกฎหมายทำนองเดียวกันในปี 2496 ต่อมาได้รับความร่วมมือจากสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติให้จัดตั้งศูนย์วิจัยการยางขึ้นที่ตำบลคอหงส์ในปี 2508

ในปี 2508 ดร.เสริมลาภ วสุวัต ผู้วางรากฐานการวิจัยและพัฒนายางการวิจัยและพัฒนายางเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมยางไทย โดยเปลี่ยนสถานะจากสถานีทดลองยางคอหงส์ ผู้มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานการวิจัย และพัฒนายางของไทยคือ ดร.เสริมลาภ วสุวัต ผู้อำนวยการกองการยาง ซึ่งเป็นผู้ควบคุมและดูแลศูนย์วิจัยการยางที่ตั้งขึ้นใหม่ศูนย์วิจัยการยางได้รับความช่วยเหลือจากองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ และมีผู้เชี่ยวชาญยางพาราสาขาต่างๆ มาช่วยวางรากฐานการวิจัย และพัฒนาร่วมกับนักวิจัยของไทย ในระยะเริ่มแรก มีการวิจัยยางด้านต่างๆ เช่น ด้านพันธุ์ยาง โรคและศัตรูยางด้านดินและปุ๋ย การดูแลรักษาสวนยางการกำจัดวัชพืช การปลูกพืชคลุม การปลูกพืชแซมเพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้แก่

ชาวสวนยาง ด้านอุตสาหกรรมยางและเศรษฐกิจยางและมีการพัฒนายางโดยเน้นการพัฒนาสวนยางขนาดเล็ก เช่น การกรีดยางหน้าสูง การใช้ยาเร่งน้ำยาง การส่งเสริมการแปลงเพาะและขยายพันธุ์ยางของภาคเอกชน การรวมกลุ่มขายยางและการปรับปรุงคุณภาพยางและการใช้ประโยชน์ไม้ยางพารา มีการออกวารสารยางพาราเพื่อเผยแพร่ความรู้ไปสู่ชาวสวนยางและผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งจัดหลักสูตรการฝึกอบรมและการจัดสัมมนายางเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้แพร่หลายยิ่งขึ้น

จนกระทั่ง ในปี 2521 กรมวิชาการเกษตร และกรมประชาสงเคราะห์ได้เริ่มงานทดลองปลูกสร้างสวนยางพาราตามหลักวิชาการปลูกสร้างสวนยางแผนใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทดลองปลูกในจังหวัดหนองคาย บุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งก็ประสบความสำเร็จ ผลผลิตยางในขณะนั้นเริ่มเปิดกรีดได้แล้วอยู่ในเกณฑ์ดี ไม่แตกต่างจากผลผลิตในภาคใต้ และภาคตะวันออกนัก ด้วยเหตุนี้จึงเริ่มมีการวิจัยและพัฒนาการปลูกยางในเขตแห้งแล้ง และถือเป็นการเริ่มขยายเขตปลูกยางพาราสู่เขตใหม่ของประเทศไทยอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกับองค์กรยางระหว่างประเทศในการวิจัยและพัฒนายางอย่างกว้างขวางในระยะต่อมาศูนย์วิจัยการยางได้เปลี่ยนชื่อเป็นศูนย์วิจัยยางสงขลาในปี 2527 และมีการก่อตั้งศูนย์วิจัยขึ้นใหม่อีก 3 ศูนย์ ที่สุราษฎร์ธานี ฉะเชิงเทรา หนองคาย และ นราธิวาส เพื่อขยายงานวิจัย และพัฒนายางให้ครอบคลุมพื้นที่ปลูกยางของประเทศ การวิจัยและพัฒนายางเหล่านี้เป็นพื้นฐานที่สำคัญทำให้การปลูกแทนในพื้นที่ปลูกยางเดิมและการปลูกใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประสบความสำเร็จมากขึ้น

2.1.2 ระดับต่างๆ ของพ่อค้ายาง

พูนผล ธรรมธวัช (2547) ได้อธิบายถึงระบบตลาดยางของประเทศไทยว่า ประกอบด้วยพ่อค้ายาง 4 ระดับ คือ ผู้รับซื้อในหมู่บ้านหรือตำบล ร้านรับซื้อในตลาดอำเภอ ร้านรับซื้อในจังหวัด และโรงรมควันยาง

1) ผู้รับซื้อในหมู่บ้านหรือตำบล

ชาวสวนที่อยู่ห่างไกลและมีปริมาณยางน้อยจะเลือกขายให้แก่ผู้รับซื้อในหมู่บ้านหรือตำบล ซึ่งใกล้บ้านมากที่สุด ใช้เวลาในการเดินทางน้อย ไม่ยุ่งยาก ผู้รับซื้อระดับนี้ จะรวบรวมยางที่ซื้อไว้ไปส่งร้านรับซื้อที่ตลาดอำเภอ หรือจังหวัดต่อไป

2) ร้านรับซื้อในตลาดอำเภอ

ชาวสวนที่อยู่ใกล้กับถนนใหญ่ และใกล้ตัวอำเภอจะนำยางไปขายที่ร้านรับซื้อในตลาดอำเภอ โดยสารรถบรรทุกเล็กประจำทางไปตลาดขายยางในปริมาณเท่ากับชาวสวนที่ขาย

ในตลาดหมู่บ้านหรือตำบล ร้านรับซื้อในตลาดอำเภอนี้ส่วนใหญ่จะนำยางไปส่งขายให้แก่ร้านรับซื้อในตลาดจังหวัด แต่ถ้าเป็นร้านรับซื้อในตลาดอำเภอที่เป็นชุมทางในแหล่งปลูกยางหนาแน่นและซื้อยางได้มาก ก็จะนำไปส่งให้แก่โรงรมของผู้ส่งออกโดยตรงทุกๆ 3-4 วัน

3) ร้านรับซื้อในตัวจังหวัด

มีชาวสวนขนาดเล็กเพียงจำนวนน้อยที่นำยางไปขายในร้านรับซื้อในตัวจังหวัด เพราะไม่สะดวกในการบรรทุกไปในรถโดยสารประจำทางขนาดเล็ก ผู้นำยางไปขายส่วนมากจึงเป็นพ่อค้าผู้รับซื้อยางในหมู่บ้านหรือในตำบล หรือในตลาดอำเภอ ซึ่งจะนำยางบรรทุกรถขนาดเล็กของตนเอง หรือรถบรรทุกรับจ้างเหมาสัปดาห์ละครั้ง

4) โรงรมควันยาง

โรงรมควันยางจะไม่รับซื้อยางในปริมาณน้อยๆ จากชาวสวน แต่จะพึ่งพาอาศัยพ่อค้าคนกลางที่มีความสามารถในการซื้อยางได้ปริมาณมากๆ และสม่ำเสมอในลักษณะของการนำส่งประจำโดยใช้รถบรรทุกขนาดกลาง คือ รถ 6 ล้อ ส่วนใหญ่จะได้ยางจากร้านรับซื้อในตัวจังหวัด และพ่อค้าในตลาดอำเภอใหญ่ๆ ซึ่งจะนำยางไปส่งให้ 3-4 วันต่อครั้ง เจ้าของโรงรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกยางด้วย

2.1.3 สถานการณ์การผลิตและตลาดยางพาราไทย ในรอบ 10 ปี

1) สถานการณ์การผลิตและการใช้ยางพาราของไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกยางรายใหญ่ของโลก ในปี 2549 ไทยมีเนื้อที่ปลูกยางพาราถึง 14,338,046 ไร่ โดยภาคใต้ของไทยมีเนื้อที่ปลูกยางมากที่สุดถึง 10,955,548 ไร่ ซึ่งมีพื้นที่เพิ่มขึ้นทุกปี พื้นที่ปลูกยางรวมของไทย มีอัตราเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.84 ต่อปี เป็นผลมาจากการขยายพื้นที่ปลูกยางอย่างรวดเร็วในภาคอีสาน และภาคเหนือ ซึ่งมีพื้นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.61 และ 80.22 ต่อปี ตามลำดับ ส่วนภาคใต้ที่มีพื้นที่ปลูกยางมากที่สุด มีอัตราเพิ่มขึ้นน้อยมากเพียงร้อยละ 0.80 ต่อปีเท่านั้น (ตารางที่ 2.1) โดยจังหวัดที่มีเนื้อที่ปลูกยางพารา 5 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง และยะลา (ตารางที่ 2.2)

ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติของไทย มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จาก 2,032,714 เมตริกตัน ในปี 2540 เป็น 3,136,993 เมตริกตัน ในปี 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.44 ต่อปี และมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจาก 1,837,148 เมตริกตัน ในปี 2540 เป็น 2,771,673 เมตริกตัน ในปี 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.32 ต่อปี จะเห็นได้ว่า ไทยเน้นผลิตยางเพื่อการส่งออกเป็นหลัก โดยใช้ในประเทศเพียง 182,020 เมตริกตัน ในปี 2540 และ 320,885 เมตริกตัน ในปี 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.25 ต่อปี และมีสต๊อกยาง 159,374 เมตริกตันและ 249,895 เมตริกตันในปี 2540 และ 2549 ตามลำดับ (ภาพที่ 2.1 และตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.1 เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย ปี 2544-2549

หน่วย : ไร่

ภาค	2544	2545	2546	2547	2548	2549	Growth Rate
รวม	12,441,747	12,525,511	12,618,792	13,021,265	13,579,657	14,338,046	2.84
ใต้	10,602,213	10,616,960	10,621,131	10,830,224	10,953,681	10,955,548	0.80
กลาง	1,350,565	1,353,529	1,388,979	1,474,120	1,567,420	1,644,704	4.29
อีสาน	476,487	542,489	590,313	687,132	955,562	1,539,623	24.61
เหนือ	12,482	12,533	18,369	29,789	102,994	198,171	80.22

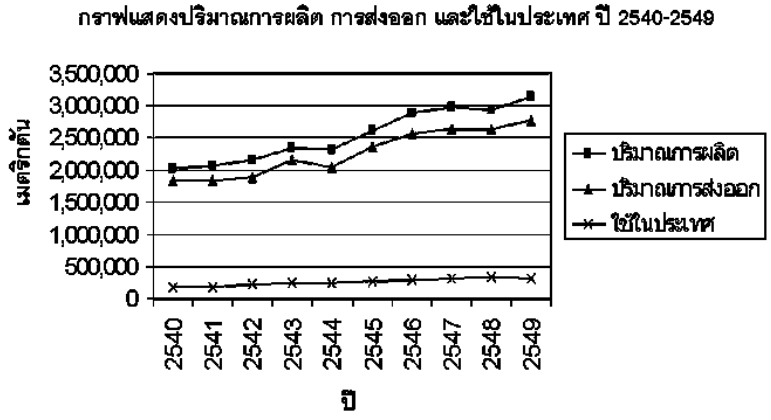
ที่มา : ดัดแปลงจาก ศูนย์ฐานข้อมูลยางพารา, 2550

ตารางที่ 2.2 เนื้อที่ปลูกยางพารา 5 อันดับแรกของประเทศไทย ปี 2544-2549

หน่วย : ไร่

จังหวัด	2544	2545	2546	2547	2548	2549
สุราษฎร์ธานี	1,744,190	1,751,452	1,754,996	1,794,970	1,813,652	1,807,643
สงขลา	1,383,229	1,388,584	1,387,861	1,403,168	1,410,927	1,418,927
นครศรีธรรมราช	1,291,480	1,288,232	1,286,342	1,324,419	1,368,824	1,368,042
ตรัง	1,281,653	1,287,886	1,290,757	1,307,839	1,308,916	1,311,635
ยะลา	1,030,245	1,023,497	1,021,284	1,022,631	1,023,063	1,026,563

ที่มา : ดัดแปลงจาก ศูนย์ฐานข้อมูลยางพารา, 2550



ภาพที่ 2.1 ปริมาณการผลิต การส่งออก และใช้ในประเทศ ปี 2540-2549

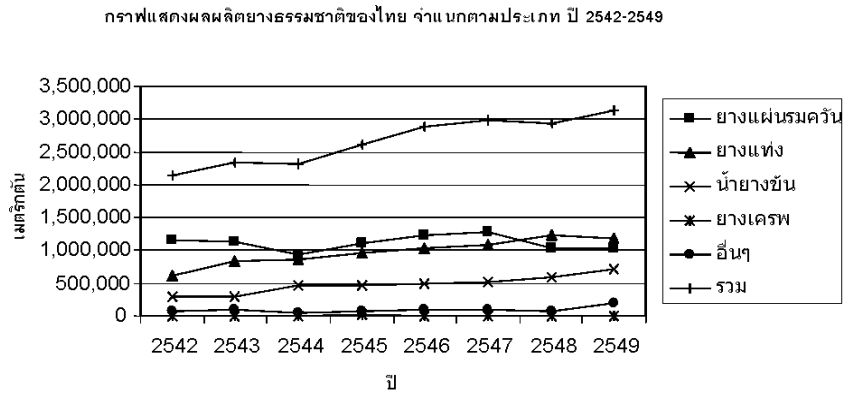
ตารางที่ 2.3 ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย ปี 2540 - 2549

หน่วย : เมตริกตัน

ปี	ปริมาณการผลิต	ปริมาณการส่งออก	ใช้ในประเทศ	สต็อก
2540	2,032,714	1,837,148	182,020	159,374
2541	2,075,950	1,839,396	186,379	209,546
2542	2,154,560	1,886,339	226,917	250,850
2543	2,346,487	2,166,153	242,549	188,635
2544	2,319,549	2,042,079	253,105	213,000
2545	2,615,104	2,354,416	278,355	196,680
2546	2,876,005	2,573,450	298,699	202,240
2547	2,984,293	2,637,096	318,649	232,560
2548	2,937,158	2,632,398	334,649	204,256
2549	3,136,993	2,771,673	320,885	249,895
Growth Rate	5.44	5.32	7.25	-

ที่มา : ดัดแปลงจาก สถาบันวิจัยยาง, 2550

ผลผลิตยางธรรมชาติที่ผลิตได้แยกตามประเภท ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางเครพ และ อื่นๆ โดยยางแผ่นรมควัน และยางเครพ มีปริมาณการผลิตที่ลดลงจาก 1,154,050 และ 3,376 เมตริกตัน ในปี 2540 เป็น 1,035,206 และ 3,139 เมตริกตัน ในปี 2549 ซึ่งลดลงร้อยละ 0.14 และ 2.38 ต่อปี ตามลำดับ ส่วนยางแท่ง น้ำยางข้น และอื่นๆ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จาก 623,490 300,299 และ 73,345 เมตริกตัน ในปี 2540 เป็น 1,192,055 721,505 และ 185,088 เมตริกตัน ในปี 2549 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.05 12.75 และ 8.76 ต่อปี ตามลำดับ (ภาพที่ 2.2 และตารางที่ 2.4)



ภาพที่ 2.2 ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย จำแนกตามประเภท ปี 2542 – 2549

ตารางที่ 2.4 ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย จำแนกตามประเภท ปี 2542-2549

หน่วย : เมตริกตัน

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางเครพ	อื่นๆ	รวม
2542	1,154,050	623,490	300,299	3,376	73,345	2,154,560
2543	1,123,638	827,409	292,192	9,387	93,861	2,346,487
2544	927,820	858,236	463,909	11,597	57,987	2,319,549
2545	1,099,605	967,205	470,800	13,067	64,427	2,615,104
2546	1,236,683	1,035,358	488,922	8,627	106,415	2,876,005
2547	1,283,245	1,074,345	507,330	8,960	110,413	2,984,293
2548	1,028,015	1,233,495	602,090	8,800	64,758	2,937,158
2549	1,035,206	1,192,055	721,505	3,139	185,088	3,136,993
GR	-0.14	9.05	12.75	-2.38	8.76	5.63

ที่มา : ดัดแปลงจาก สถาบันวิจัยยาง, 2550

2) สถานการณ์การตลาดส่งออก

ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก โดยปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทยโดยภาพรวมเพิ่มขึ้นจาก 1,837,148 ตัน ในปี 2540 เป็น 2,771,673 ตัน ในปี 2549 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.32 ต่อปี โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการส่งออกยางแท่ง น้ำยางข้น และอื่นๆ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.85 11.63 และ 13.77 ต่อปี ตามลำดับ ส่วนการส่งออกยางแผ่นรมควันมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 11.57 ต่อปี (ตารางที่ 2.5)

ในปี 2549 ประเทศผู้ซื้อยางปลายทาง 5 อันดับแรกของไทย ได้แก่ จีนมีการนำเข้ายางจากไทย 747,168 เมตริกตัน รองลงมาคือ ญี่ปุ่น 492,740 เมตริกตัน มาเลเซีย 442,664 เมตริกตัน ยุโรป 261,882 เมตริกตัน และสหรัฐอเมริกา 210,784 เมตริกตัน ตามลำดับ ซึ่งการส่งออกไปยังจีน มาเลเซีย และยุโรปมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.31 14.68 และ 3.29 ต่อปี ส่วนญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 0.09 และ 1.39 ต่อปี (ตารางที่ 2.6)

ตารางที่ 2.5 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทยจำแนกตามประเภท ปี 2540 - 2549

หน่วย : ตัน

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่นๆ	รวม
2540	1,095,210	456,457	225,111	60,370	1,837,148
2541	1,047,152	480,222	246,438	65,595	1,839,396
2542	1,071,490	540,991	216,845	57,013	1,886,339
2543	1,006,144	808,475	284,671	66,863	2,166,153
2544	870,419	763,282	347,541	60,837	2,042,079
2545	1,049,995	828,561	382,457	93,403	2,354,416
2546	1,149,610	912,600	408,993	102,247	2,573,450
2547	1,003,384	997,952	493,081	142,679	2,637,096
2548	920,972	1,109,327	488,675	113,424	2,632,398
2549	938,984	1,069,345	555,905	207,439	2,771,673
Growth Rate	-11.57	10.85	11.63	13.77	5.32

ที่มา : ดัดแปลงจาก สถาบันวิจัยยาง, 2550

ตารางที่ 2.6 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทย จำแนกตามประเทศผู้ซื้อ ปี 2540 - 2549

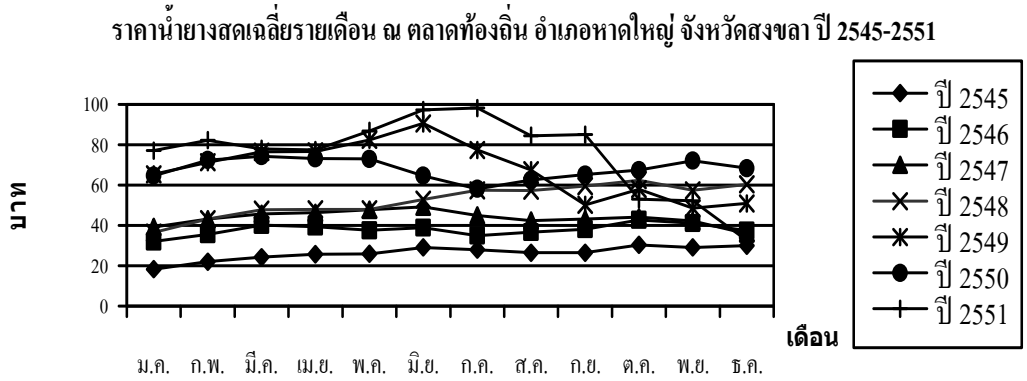
หน่วย : เมตริกตัน

ปี	ญี่ปุ่น	จีน	สหรัฐฯ	มาเลเซีย	เกาหลีใต้	ยุโรป	อื่นๆ	รวม
2540	563,195	299,924	239,595	131,737	122,395	209,804	270,498	1,837,148
2541	499,629	237,642	280,355	179,316	122,580	225,788	294,086	1,839,396
2542	509,701	243,318	236,382	154,913	157,215	240,700	344,110	1,886,339
2543	505,233	417,638	329,504	243,708	136,387	231,178	302,505	2,166,153
2544	435,453	368,114	302,174	296,989	139,295	233,390	266,664	2,042,079
2545	498,854	436,637	382,317	363,651	138,756	266,392	321,809	2,354,416
2546	542,837	650,898	278,693	365,486	165,832	294,239	275,465	2,573,450
2547	525,654	619,800	249,196	383,695	171,668	291,670	395,413	2,637,096
2548	540,485	573,385	237,858	403,506	185,308	281,090	410,766	2,632,398
2549	492,740	747,168	210,784	442,664	173,477	261,882	442,958	2,771,673
GR	-0.09	13.31	-1.39	14.68	4.36	3.29	4.57	5.32

ที่มา : ดัดแปลงจาก สถาบันวิจัยยาง, 2550

3) สถานการณ์ราคาน้ำยางสด

ราคาน้ำยางสดเฉลี่ย ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในรอบ 7 ปีที่ผ่านมา มีทิศทางแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 26.31 ในปี 2545 เป็น 75.34 บาท/กิโลกรัมในปี 2551 แต่อย่างไรก็ตามในปี 2551 ที่ผ่านมา ราคาน้ำยางสดมีความผันผวนเป็นอย่างมาก โดยมีราคาสูงสุดถึง 98.23 บาทต่อกิโลกรัมในเดือนกรกฎาคม และลดลงต่ำสุดเหลือเพียง 32.56 บาทในเดือนมีนาคม (ภาพที่ 2.3 และ ตารางที่ 2.7)



ภาพที่ 2.3 ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปี 2545-2551

ตารางที่ 2.7 ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปี 2545-2551

หน่วย : บาท

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

ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2552

2.1.4 การจำหน่ายน้ำยางสด

สุทัศน์ ภูมวิจิตรชัย (2547) ได้อธิบายถึงการจำหน่ายน้ำยางสดว่า ปัจจุบันชาวสวนยางหันมาขายน้ำยางสดให้กับโรงงานรับซื้อน้ำยางมากขึ้น การขายน้ำยางสดมีข้อดีและได้เปรียบกว่าการนำยางแผ่นไปขายหลายประการ แต่ต้องรักษาคุณภาพของน้ำยางตั้งแต่ที่กรีดได้จากต้นยางจนถึงส่งเข้าโรงงาน

การนำน้ำยางสดไปขายให้กับพ่อค้าที่จุดรับซื้อน้ำยางสด การคิดหาปริมาณเนื้อยางแห้งมีความสำคัญมาก ในน้ำยางสดไม่ควรเอาสารต่างๆ ที่นอกเหนือจากการแนะนำของโรงงานผู้รับซื้อปะปนหรือปลอมปนไป ซึ่งจะเป็นผลเสียตามมา

ปริมาณเนื้อยางแห้ง (Dry Rubber Content) ในน้ำยางสดจากสวนมีปริมาณผันแปรไปตามฤดูกาล อากาศ สภาพดิน ลักษณะพันธุ์ แต่ตามปกติเนื้อยางแห้งจะมีเฉลี่ย 35 เปอร์เซ็นต์

การหาปริมาณเนื้อยางแห้งมีอยู่หลายวิธี แต่ละวิธีได้มีการประยุกต์ใช้เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพของแต่ละงาน วิธีที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือ

1) วิธีมาตรฐานในห้องปฏิบัติการ ใช้น้ำยาง 10-15 กรัม เป็นตัวแทนตัวอย่างน้ำยางที่จะหาน้ำหนักแห้ง ชั่งให้ได้ค่าถูกต้องที่สุด แล้วจับตัวด้วยกรดอซิติค 2 เปอร์เซ็นต์ รีดตัวอย่างน้ำยางที่จับตัวแข็งแล้วให้มีขนาดยาว 22 มิลลิเมตร ล้างให้สะอาดด้วยน้ำอีก 2-3 ครั้ง แล้วนำไปอบแห้งในตู้อบที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส ประมาณ 16 ชั่วโมง แล้วนำมาปล่อยทิ้งไว้ให้เย็นในโถแก้วระบบสุญญากาศที่มีการดูดความชื้นประมาณ 15 นาที แล้วจึงนำไปชั่งบนเครื่องชั่งชนิดละเอียด

2) วิธีวัดความหนาแน่น โดยธรรมชาติของน้ำยางจะมีความหนาแน่น 0.98 โดยอนุภาคของยางจะแขวนลอยอยู่ในน้ำ อนุภาคเหนือผิวน้ำ ลักษณะของการแขวนลอยนี้จะอยู่ในลักษณะที่ไม่ชนกัน แต่จะมีแรงผลักเนื่องจากมีประจุเป็นลบ จึงทำให้อนุภาคยางกระจายอยู่ทั่วไปในส่วนที่เป็นของเหลว

อุปกรณ์ที่ใช้วัดความหนาแน่นของน้ำยางนั้น มีชื่อเรียกว่า ลาเทคโซมิเตอร์ (เมโทรแล็ค) ถ้าในน้ำยางมีอนุภาคของยางหนาแน่นมาก (น้ำยางมีความเข้มข้นมาก) ลาเทคโซมิเตอร์จะจมลงมากและค่าบนหลอดแก้วจะอ่านได้มาก แสดงว่าน้ำยางมีปริมาณเนื้อยางแห้งสูง แต่ถ้าเมื่อใดน้ำยางมีอนุภาคของยางหนาแน่นน้อยลง ลาเทคโซมิเตอร์จะลอยสูงขึ้น ค่าที่อ่านได้บนก้านหลอดแก้วจะน้อยลง แสดงว่าน้ำยางมีปริมาณเนื้อยางแห้งต่ำ

พูนผล ธรรมธวัช (2547) ได้อธิบายถึงการขายน้ำยางสดว่า การปลูกสร้างสวนยางในอดีต เมื่อกรีดได้น้ำยางแล้วชาวสวนยางต้องนำมาทำเป็นยางแผ่นจึงจะขายได้ แต่ในปัจจุบันชาวสวนยางมีทางเลือกมากขึ้น เพราะไม่ต้องทำเป็นยางแผ่นก็สามารถขายน้ำยางสดได้โดยตรง

การขายน้ำยางสดช่วยชาวสวนสามารถลดต้นทุนและเวลาได้มาก จึงเป็นแรงกระตุ้นให้ตลาดน้ำยางสดขยายตัวมากขึ้น ชาวสวนยางมีความคุ้นเคยกับการขายน้ำยางสดดี แต่ยังไม่มั่นใจในการคิดราคาของผู้ซื้อ กลัวไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขาย จึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการขายน้ำยางสด การเก็บรักษา และการหาเนื้อยางแห้งเพื่อใช้คิดราคาในการขาย

น้ำยางสด คือ น้ำยางธรรมชาติที่กรีดได้จากต้นยางพารา มีลักษณะเป็นของเหลวสีขาวขุ่นคล้ายน้ำนม มีกลิ่นหอมเล็กน้อย ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ เนื้อยางประมาณร้อยละ 35 และส่วนที่เป็นน้ำและสารอื่นๆ ประมาณร้อยละ 65

น้ำยางสดที่ได้จากสวนยางจะยังคงสภาพเป็นของเหลวอยู่ได้ไม่เกิน 3 ชั่วโมง หลังจากนั้นจะเริ่มจับตัวเป็นเม็ดพริก (ยางบูด) อันเนื่องจากสาเหตุหลายประการ จำเป็นต้องเติมสารเคมีรักษาน้ำยางไว้เพื่อป้องกันน้ำยางจับตัวก่อนกำหนด

ชนิดของสารเคมีเก็บรักษาน้ำยางไม่ให้จับตัว มี 2 ชนิดคือ

1) แอมโมเนีย เป็นของเหลวและก๊าซ ไม่มีสี กลิ่นฉุนจัด เป็นอันตรายต่อผิวหนังและประสาทตา ละลายได้ทั้งในน้ำ แอลกอฮอล์ และอีเธอร์

ในท้องตลาดมีจำหน่าย 2 แบบ เป็นก๊าซและสารละลาย มีความเข้มข้นของแอมโมเนียประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์

วิธีเตรียมและใช้แอมโมเนีย ใช้แอมโมเนียชนิดสารละลาย 30 เปอร์เซ็นต์จำนวน 3 กิโลกรัม ผสมน้ำ 50 ลิตร (ลดลงตามส่วนที่จำเป็นต้องใช้) จะได้แอมโมเนียเข้มข้นประมาณ 2 เปอร์เซ็นต์ จะใช้แอมโมเนียเข้มข้นประมาณ 2 เปอร์เซ็นต์ จำนวน 10 ซีซี ต่อน้ำยางสด 1 ลิตร หรือหยดในถ้วยรองรับน้ำยางถ้วยละ 2-3 หยด

2) โซเดียมซัลไฟท์ เป็นผงหรือผนึกสีขาว มีรสเค็มเหมือนเกลือ มีกลิ่นกำมะถันละลายในน้ำและละลายในแอลกอฮอล์ได้เล็กน้อย ในท้องตลาดมีจำหน่ายเป็นผงสีขาวบรรจุในภาชนะที่มีฝาปิด

วิธีเตรียมและใช้โซเดียมซัลไฟท์ เตรียมโซเดียมซัลไฟท์ 2 ช้อนแกง ผสมน้ำครึ่งลิตร นำโซเดียมซัลไฟท์ที่ผสมน้ำแล้วหยดลงในถ้วยรองรับน้ำยางถ้วยละ 2-3 หยด หรือใส่ในถังรวมน้ำยางโดยใช้โซเดียมซัลไฟท์ผสมน้ำแล้ว 1 ส่วนต่อน้ำยาง 64 ส่วนโดยน้ำหนัก อย่าใส่โซเดียมซัลไฟท์ในถังที่ทำด้วยโลหะและอย่าใส่ปริมาณมากเกินไปจะทำให้ยางเหนียวเหนอะหนะ

นอกจากใช้สารเคมีเพื่อรักษาสภาพน้ำยางสดให้อยู่นานแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีส่วนสำคัญในการเก็บรักษาสภาพน้ำยาง เช่น

1) รักษาความสะอาดในแปลงสวนยาง

2) ภาชนะต่างๆ เช่น ถ้วยรองรับน้ำยาง ถังเก็บน้ำยาง มีดกรีดยาง จะต้องสะอาด

3) พยายามอย่าให้สิ่งแปลกปลอม เช่น เปลือกยาง ใบไม้ หรือดินทรายปะปนลงในน้ำยาง หรือน้ำยางที่จับตัวแล้วบางส่วนไม่ควรผสมลงไปในน้ำยางที่อยู่ในสภาพดี

4) รวบรวมน้ำยางและเติมสารเคมีถนอมน้ำยางให้เร็วที่สุด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย ประเภทของปัญหา รวมทั้งปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.1 ประเภทของปัญหา

สาคร สุขศรีวงศ์ (2550) ได้สรุปถึง ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการว่าแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท โดยจำแนกตามความสำคัญในการตัดสินใจแก้ไขก่อนหลัง คือ

1) ปัญหาวิกฤต (Crisis Problem)

ปัญหาวิกฤตเป็นปัญหาที่ผู้บริหารจำเป็นต้องตัดสินใจดำเนินการแก้ไขโดยเร่งด่วน มิฉะนั้นจะส่งผลเสียต่อองค์กรอย่างมาก ปัญหาประเภทนี้มิได้เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอในการบริหารงาน หากแต่อาจเกิดขึ้นเป็นครั้งคราว โดยปกติแล้วผู้บริหารไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าปัญหานั้นเกิดขึ้นเมื่อใด และมีระยะเวลานานเท่าไร ตลอดจนไม่สามารถคาดการณ์ขนาดของผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมา อย่างไรก็ตามแม้สิ่งเหล่านี้จะไม่สามารถคาดคะเนได้ แต่ผู้บริหารที่ทราบหรือพยากรณ์แนวโน้มที่จะเกิดปัญหาขึ้นได้แล้ววางแผนการรองรับปัญหาไว้ล่วงหน้า ก็จะทำให้การตัดสินใจแก้ปัญหาตลอดจนการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัญหาวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นในธุรกิจต่างๆ เช่น การเกิดไฟไหม้โรงงาน การเปลี่ยนแปลงค่าเงินและการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยอย่างฉับพลัน การที่ลูกค้าปฏิเสธการรับมอบสินค้าจำนวนมากจากการผลิตสินค้าผิดข้อกำหนด การที่ธุรกิจประสบปัญหาสภาพคล่องอย่างรุนแรง ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัญหาวิกฤตซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อแก้ไขให้ธุรกิจผ่านวิกฤตดังกล่าวโดยด่วนที่สุด ผู้บริหารจึงต้องจัดลำดับให้ปัญหาวิกฤตนี้อยู่ในลำดับที่สำคัญสูงสุด โดยแม้ผู้บริหารจะไม่มีเวลาในการเตรียมการ เพื่อตัดสินใจเป็นเวลานาน แต่ผู้บริหารจำเป็นต้องตัดสินใจดำเนินการภายใต้กรอบข้อจำกัดทั้งเรื่องเวลาข้อมูล ความเสี่ยง และทรัพยากรต่างๆ ของธุรกิจที่มีอยู่

2) ปัญหาไม่วิกฤต (Non Crisis Problem)

ปัญหาไม่วิกฤตเป็นปัญหาที่ผู้บริหารจำเป็นต้องแก้ไขแต่ไม่เร่งด่วน ผู้บริหารมีเวลาเตรียมการตัดสินใจแก้ไขปัญหาค่อนข้างมาก โดยปกติแล้วปัญหานี้จะมีปริมาณมากกว่า

ปัญหาวิกฤต ปัญหาไม่วิกฤตมักพบได้ในการบริหารงานธุรกิจในทุกๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายสารสนเทศ ฯลฯ

ตัวอย่างปัญหาไม่วิกฤตของฝ่ายการเงิน อาทิ การจัดเตรียมแหล่งเงินทุนให้เพียงพอต่อการขยายกิจการซึ่งอาจรวมถึงการเพิ่มทุนจดทะเบียนและการกู้เงินจากสถาบันการเงิน ปัญหาไม่วิกฤตของฝ่ายการตลาด อาทิ การตัดสินใจในการวางจำหน่ายสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ตลอดจนการเตรียมแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับการวางจำหน่ายสินค้าใหม่ดังกล่าว ปัญหาไม่วิกฤตของฝ่ายการผลิต อาทิ การเตรียมขออนุมัติจัดซื้อเครื่องจักรใหม่เพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้าและลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วย ปัญหาไม่วิกฤตของฝ่ายสารสนเทศ อาทิ การนำระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารมาใช้ในองค์กรเพื่อให้ทุกหน่วยงานขององค์กรสามารถร่วมใช้ฐานข้อมูลขององค์กรได้อย่างทั่วถึง ทันเวลาและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัญหาต่างๆ ข้างต้นล้วนเป็นปัญหาซึ่งจำเป็นต้องมีทางออกหรือทางแก้ไข แต่ก็มีความเร่งด่วนไม่สูงเท่ากับปัญหาวิกฤต ผู้บริหารจึงมีเวลาเตรียมการ รวบรวมข้อมูล หาทางเลือกและตัดสินใจเลือกได้อย่างรอบคอบรัดกุมยิ่งขึ้น

3) ปัญหาที่เป็นโอกาส (Opportunity Problem)

หากพิจารณาในด้านความจำเป็นเร่งด่วนแล้ว ปัญหาประเภทนี้อาจจัดได้ว่าเป็นปัญหาไม่วิกฤตประเภทหนึ่ง ทั้งนี้ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับปัญหาประเภทนี้เป็นอย่างสูง เนื่องจากสถานการณ์ของปัญหาประเภทนี้จะแฝงไว้ด้วยศักยภาพและโอกาสแห่งความสำเร็จขององค์กร หากผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมก็จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ตัวอย่างปัญหาประเภทนี้ ได้แก่ การตัดสินใจลงทุนในโครงการใหม่ของธุรกิจ หากผู้บริหารตัดสินใจเลือกลงทุนในโครงการที่มีผลตอบแทนสูง แต่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่ำ ย่อมเป็นโอกาสแห่งความสำเร็จของธุรกิจ การเปลี่ยนผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรอาจจัดได้ว่าเป็นปัญหาซึ่งเป็นโอกาส เนื่องจากหากองค์กรได้ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ความสามารถ ก็ย่อมนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้

2.2.2 ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs)

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551) ได้กล่าวถึง ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไว้ดังนี้

1) ปัญหาด้านการตลาด

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง

โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากขึ้น

2) ปัญหาขาดแคลนเงินทุน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3) ปัญหาด้านแรงงาน

แรงงานที่ทำงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะมีปัญหาการเข้าออกของแรงงานสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

4) ปัญหาด้านเทคโนโลยีการผลิต

โดยทั่วไป วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ/พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัยจึงทำให้ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5) ปัญหาด้านการจัดการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง (หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก) แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาเกิดขึ้นได้

6) ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถวไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ทะเบียนพาณิชย์ หรือทะเบียนการค้าดังนั้นกิจการโรงงานเหล่านี้ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุนและการจ้างงาน เพื่อจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่มีเพียงร้อยละ 8.1 เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

7) ปัญหาด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การภาครัฐและเอกชน

การส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาคการให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่างๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

8) ปัญหาด้านการรับรู้ข่าวสารข้อมูล

เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ข้างต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่างๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุมพล พูลศิริ (2537) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการขายยางแผ่นผ่านตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพทั่วไปทางสังคม เศรษฐกิจ การติดต่อสื่อสาร และจิตวิทยาของชาวสวนยางพารา (2) พฤติกรรมในการขายยาง ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการขายยางแผ่นผ่านตลาดกลางยางพาราและตลาดท้องถิ่น และข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา และ (3) เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการขายยางแผ่นผ่านตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบธรรมดาใช้การสัมภาษณ์เป็นวิธีการในการรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2536 เป็นชาวสวนยางผู้ขายยางผ่านตลาดกลาง 100 คน และชาวสวนยางผู้ขายยางผ่านตลาดท้องถิ่น 120 คน รวมทั้งสิ้น 220 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ของประชากรทั้งหมด

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ชาวสวนยางเป็นเพศชาย ผ่านการสมรสแล้ว มีฐานะเป็นหัวหน้าครอบครัว และมีสถานภาพการจัดการสวนยางโดยเป็นเจ้าของในการดำเนินกิจการสวนยางพาราด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 63 นับถือศาสนาพุทธ ส่วนที่เหลือนับถือศาสนาอิสลาม มากกว่าร้อยละ 60 จบการศึกษาระดับประถมปีที่ 4 มากกว่าร้อยละ 80 มีความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ จำนวนบุตรเฉลี่ยครอบครัวละ 4 คน ขนาดของครอบครัวเฉลี่ย 5 คน มากกว่าร้อยละ 90 มีอาชีพหลักจากการทำสวนยางพารา รายได้เฉลี่ยทั้งหมดจาก

อาชีพหลักและอาชีพรอง เท่ากับ 133,747 บาทต่อครัวเรือนต่อปี ร้อยละ 75 ของชาวสวนยางกลุ่มผู้ขายยางผ่านตลาดกลาง เห็นว่ามีความเป็นธรรมในราคาที่ได้รับขณะที่ร้อยละ 61 ของกลุ่มผู้ขายยางผ่านตลาดท้องถิ่นเห็นว่าไม่เป็นธรรม ร้อยละ 47 ของกลุ่มผู้ขายยางผ่านตลาดกลางมีความพึงพอใจในราคาที่ได้รับ ในขณะที่ร้อยละ 57 ของกลุ่มผู้ขายยางผ่านตลาดท้องถิ่นไม่คอยพอใจนักมากกว่าร้อยละ 80 ของชาวสวนยางกลุ่มผู้ขายยางผ่านตลาดกลางมีความรู้สึกที่ดีต่อการดำเนินงานของตลาดกลาง เหตุผลที่สำคัญในการขายยางผ่านตลาดกลางก็คือการให้ราคาที่สูงกว่าการขายยางผ่านตลาดท้องถิ่น ส่วนเหตุผลที่สำคัญในการขายยางผ่านตลาดท้องถิ่นก็คือ สะดวกและไม่ยุ่งยากในขั้นตอนการทำยางแผ่นชั้นดี

การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ พบว่า เกษตรกรชาวสวนยางผู้ขายยางผ่านตลาดกลางมีอายุน้อยกว่า มีการศึกษาสูงกว่า มีการติดต่อกับบุคคลสำคัญในท้องถิ่นมากกว่า มีสถานภาพการถือครอง ที่ดินที่ดีกว่า มีขนาดเนื้อที่ถือครองที่ดินที่ใหญ่กว่า มีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีกว่า มีการพึ่งพาทางเศรษฐกิจในรูปตัวเงินที่น้อยกว่า มีการพึ่งพาทางเศรษฐกิจในรูปสิ่งของที่มากกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อตลาดกลางยางพาราในระดับที่สูงกว่า มีการขายยางได้ในราคาที่สูงกว่าชาวสวนยางที่ขายยางผ่านตลาดท้องถิ่น และมีการรับรู้เกี่ยวกับราคาขายยางที่แตกต่างจากชาวสวนยางที่ขายยางผ่านตลาดท้องถิ่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ยกเว้นการพึ่งพาทางเศรษฐกิจในรูปสิ่งของ ซึ่งมีลักษณะตรงกันข้ามกับสมมติฐาน ไม่พบความสัมพันธ์ทางสถิติ ในเรื่องของการหาข่าวสารการตลาดและราคายางพารา และรายได้ทั้งหมด ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในตัวบุคคล ที่มีผลกระทบต่อการขายยางผ่านตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นอันมีผลสืบเนื่องไปถึงการพัฒนาคุณภาพยางแผ่นให้มีมาตรฐานและได้รับราคาที่สูงขึ้น นอกจากนี้ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดกลางยางพารา ควรมีการส่งเสริมการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางแผ่นและจัดตั้งจุดรับซื้อยางของตลาดกลางเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของตลาดกลางด้วย

วิฑูร อินทมณี (2538) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการขายน้ำยางสดและยางแผ่นของเกษตรกรตำบลปริก อำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยพื้นฐานทางด้านสังคม เศรษฐกิจและกายภาพของเกษตรกร (2) ปัจจัยที่มีผลต่อการขายน้ำยางสดและยางแผ่นของเกษตรกร และ (3) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการขายน้ำยางสดและยางแผ่น โดยใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมด 12 ตัว ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย แล้วเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์จาก 3 หมู่บ้าน ในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2537 เป็นเกษตรกรที่ขายน้ำยางสด 100 คน และเกษตรกรที่ขายยางแผ่น 100 คน รวม 200 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 ของเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดและยางแผ่นในหมู่ที่ 2, 5 และ 7 ตำบลปริก อำเภอทุ่งใหญ่

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 43.5 ปี ซึ่งมีเกษตรกรร้อยละ 75.5 จบการศึกษาชั้นประถมปีที่ 4 และต่ำกว่า มีจำนวนบุตร เฉลี่ย 3.1 คน มีอาชีพหลักคือทำสวนยางโดยที่มีการใช้แรงงานเฉลี่ย 2.4 คน และมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 41.977 บาทต่อครัวเรือนต่อปี มีการให้ความสำคัญแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารต่างกัน คือ ร้อยละ 75.0 เกษตรกรที่ขายน้ำยางสดให้ความสำคัญกับพ่อค้าในหมู่บ้าน และร้อยละ 49.0 เกษตรกรที่ขายยางแผ่นให้ความสำคัญกับพ่อค้าในตลาด เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เคยไปติดต่อกับสำนักงานเกษตรอำเภอและสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางทำให้ราคาที่ได้ค่อนข้างต่ำคือเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดขายได้ราคาเฉลี่ย 15.45 บาทต่อกิโลกรัม และเกษตรกรที่ขายยางแผ่นได้ราคาเฉลี่ย 17.15 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 41.7 กิโลกรัมต่อวัน แต่การใช้เวลาในการขายและการทำแตกต่างกัน คือ ร้อยละ 93.0 เกษตรกรที่ขายน้ำยางสด จะใช้เวลาในการขายไม่เกิน 11.00 น. ขณะที่ร้อยละ 64.0 เกษตรกรที่ทำแผ่นยางจะใช้เวลาในการทำมากกว่า 11.00 น. โดยที่เกษตรกรร้อยละ 68.0 มีหนี้สินเฉลี่ย 20,995 บาทต่อครัวเรือน เนื่องจากส่วนใหญ่มีการให้สินเชื่อทางการเกษตร ขณะที่เกษตรกรมีการถือครองที่ดินเป็นของตนเองซึ่งมีขนาดเนื้อที่ถือครองเฉลี่ย 23.9 ไร่ โดยใช้พันธุ์ยางที่ทางราชการส่งเสริมให้ปลูก และส่วนใหญ่ร้อยละ 75.0 มีแหล่งน้ำในการนำมาใช้ซึ่งได้จากบ่อน้ำตื้นเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็ไม่เพียงพอในช่วงเดือน มกราคม - เมษายน ในขณะที่ร้อยละ 55.0 ไม่คิดว่าระยะทางเป็นสาเหตุในการขายน้ำยางสดหรือยางแผ่น

แต่อย่างใดการทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ พบว่าเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดและยางแผ่นเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุของเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดมีน้อยกว่า แต่ระดับการศึกษาจะสูงกว่า ในขณะเดียวกันมีบุตรและการใช้แรงงานที่น้อยกว่า โดยที่มีการให้ความสำคัญแหล่งที่มาข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันและปริมาณผลผลิตจากยางของเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดจะน้อยกว่า อาจมีสาเหตุมาจากขนาดเนื้อที่ถือครองน้อยกว่า ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานแต่ไม่พบความสัมพันธ์ทางสถิติ ในเรื่องของรายได้ของครอบครัว สภาพการมีหนี้สินและระยะทางจากสวนไปจุดรับซื้อจากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า มีปัจจัยทางด้าน สังคม เศรษฐกิจ และกายภาพบางประการ เช่น เพศ อายุ ระดับ การศึกษา จำนวนบุตรและการใช้แรงงาน การให้ความสำคัญแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร ปริมาณผลผลิตของยาง และขนาดเนื้อที่ถือครอง มีผลต่อการขายน้ำยางสดและยางแผ่น ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวสามารถนำมาเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานส่งเสริมการเกษตรไว้ใช้วางแผนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพน้ำยางสดและยางแผ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และสภาพความเป็นอยู่ของเกษตรกร เช่น ควรสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับโรงงานยางแผ่นอบแห้งให้กับเกษตรกรเพศชายที่ขายน้ำยางสดเพราะเพศชายมีร่างกายแข็งแรงและคล่องตัวกว่าเพศหญิง สำหรับเพศหญิงควรให้ความรู้เกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพยางแผ่นก่อนนำไปขาย ในด้านอายุเกษตรกรที่มีอายุน้อยซึ่งขายน้ำยางสด

ควรฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอาชีพเสริม เช่น การปลูกพืชผักพืชไร่ การเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น และเกษตรกรที่มีอายุมากที่ขายยางแผ่น ควรสนับสนุนกิจกรรมในครัวเรือน เช่น การทำหัตถกรรม เป็นต้น ในทำนองเดียวกัน เกษตรกรที่มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่ขายน้ำยางสด และเกษตรกรที่มีการศึกษาต่ำจะขายยางแผ่น ดังนั้น ควรมีการฝึกอบรมให้ ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสภาพน้ำยางสดและปรับปรุงคุณภาพยางแผ่น ทางด้านจำนวนบุตรและการใช้แรงงาน พบว่าจะมีแรงงานว่างหลังจากดำเนินกิจกรรมแล้ว

หน่วยงานของรัฐควรจัดทำแผนและโครงการต่างๆ มารองรับ เช่น โครงการเลี้ยงไก่เนื้อหรือไก่ไข่ในสวนยาง โครงการทำดอกไม้จากใบยางพารา เป็นต้น สำหรับการให้ความสำคัญแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดและยางแผ่น ส่วนใหญ่จะทำให้ความสำคัญกับพ่อค้า เพราะฉะนั้นหน่วยงานของรัฐควรจัดอบรม และประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรเข้าใจถึงแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือหน่วยงานของรัฐเพื่อผลประโยชน์ของเกษตรกรเอง

ในส่วนของปริมาณผลผลิตของยางและขนาดเนื้อที่ถือครอง พบว่าเกษตรกรที่มีปริมาณผลผลิตของยางและขนาดเนื้อที่ถือครองน้อยจะขายน้ำยางสด ขณะที่เกษตรกรที่มีปริมาณผลผลิตและขนาดเนื้อที่ถือครองมากจะขายยางแผ่น ดังนั้นหน่วยงานของรัฐควรสนับสนุนโรงงานแปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นอบแห้งและโรงงานแผ่นรมควัน รวมไปถึงการตลาดซึ่งจะทำให้เกิดผลดีต่อเกษตรกรเป็นอย่างมาก

นวรัตน์ หนูสังข์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา และ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่ลงทะเบียนในตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งหมดจำนวน 130 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงพหุถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ มีอายุเฉลี่ย 42.22 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ขนาดพื้นที่ถือครองเฉลี่ย 62.45 ไร่ มีรายได้เฉลี่ยในปีที่ผ่านมา 181,276.05 บาท มีการใช้บริการตลาดกลางยางพารามากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป และมีการรับข่าวสารของเกษตรกรในเรื่องตลาดกลางยางพารา 1-5 ครั้ง ในระยะเวลา 1 เดือน เกษตรกรชาวสวนยางมีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารามากที่สุดในเรื่องวัตถุประสงค์หลักของ

ตลาดกลางยางพารา วันเวลาในการให้บริการของตลาดกลางยางพารา และบทบาทของตลาดกลางยางพารา ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราในด้านราคายางที่เป็นธรรมด้านความเที่ยงตรงของเครื่องชั่ง และด้านคุณภาพชีวิตหลังมีตลาดกลางยางพารา พบว่า เกษตรกรชาวสวนยางมีความคิดเห็นในระดับสูง ส่วนความคิดเห็นของเกษตรกรต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราในด้านคุณภาพยาง เกษตรกรมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

การทดสอบสมมติฐาน ผลปรากฏว่า ระดับการศึกษากับความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางพารา ส่วนอายุ ขนาดพื้นที่ ระดับรายได้ ความถี่ในการใช้บริการ การติดต่อกับบุคคลอื่น และการรับข้อมูลข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางแต่อย่างใด

ปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกร ได้แก่ ผลกระทบของความผันแปรของราคายาง ราคายางไม่เหมาะสมกับคุณภาพยาง ยางแผ่นดิบมีคุณภาพต่ำในช่วงฤดูฝน เกษตรกรชาวสวนยางขาดทักษะ และความรู้ในด้านการพัฒนาคุณภาพยางและผู้คัดคุณภาพยางไม่ให้ความเป็นธรรมแก่เกษตรกรชาวสวนยางเกี่ยวกับความเที่ยงตรงของเครื่องชั่ง คุณภาพของเครื่องชั่งในท้องถิ่นไม่ได้มาตรฐาน และเกษตรกรไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการชั่งยาง ปัญหาด้านอื่น ได้แก่ เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ และการชำระเงินไม่ตรงเวลาที่กำหนด

ข้อเสนอแนะของเกษตรกรชาวสวนยางได้แก่ คาดหวังให้รัฐบาลช่วยในการยกระดับราคายางให้สูง โดยมีการประกันราคายางไม่ให้ต่ำกว่าราคากิโลกรัมละ 30 บาท ต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนเกษตรกรในการปรับปรุงคุณภาพยาง และอยากให้การคัดเลือกคุณภาพยางมีความเที่ยงตรงมากกว่านี้ เกษตรกรยังมีความต้องการให้มีการเผยแพร่ข้อมูล และอบรมวิธีการผลิตยางให้กับเกษตรกร ต้องการให้มีตัวแทนเกษตรกรมีส่วนร่วมในกระบวนการชั่งยาง นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการให้บริการตลาดกลางยางพาราอีกด้วย

วิจิตต์ ตันติพิมลพันธ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกขายยางแผ่นดิบหรือน้ำยางสดของเกษตรกร ในจังหวัดสงขลา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการขายยางของเกษตรกรซึ่งในปัจจุบันเกษตรกรสามารถที่จะเลือกขายเป็นยางแผ่นดิบ หรือน้ำยางสดได้ และสภาพและลักษณะของเกษตรกรในด้านต่างๆ เช่น รายได้ ความเป็นอยู่ ความพอใจส่วนตัว เป็นต้น และ (2) แนวโน้มความต้องการของเกษตรกรในอนาคตที่จะเลือกทางเลือกใดในการผลิตยางพาราออกสู่ตลาด โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ในการสัมภาษณ์ผู้ที่นำยางมาขายยังแหล่งรับซื้อทั้งแหล่งรับซื้อน้ำยางสด และแหล่งรับซื้อยางแผ่นดิบ ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2542 โดยสุ่มจำนวนทั้งสิ้น 115 คน

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ขายส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคน ผ่านการสมรส และเป็นเจ้าของสวนยาง มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ผู้ขายยางแผ่นดิบส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารผ่านพ่อค้าคนกลาง และจุดรับซื้อยางของรัฐ ในขณะที่ผู้ขายน้ำยางสดจะได้ข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุ และพ่อค้าคนกลาง

สาเหตุที่ทำให้เลือกขายยางแผ่นดิบมากที่สุดคือ รายได้ดีกว่า มีความยุติธรรม ส่วนสาเหตุที่เลือกขายน้ำยางสดเพราะความสะดวกสบายในการผลิต ความรวดเร็วในการรับเงินและพฤติกรรมของคนรับจ้างที่ไม่ยอมทำยางแผ่นดิบ

จากการทดสอบค่าสถิติพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกขายยางแผ่นดิบและน้ำยางสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ขนาดที่ดินที่ถือครอง รายได้เฉลี่ยต่อปี ภาระหนี้สิน ระยะทาง ความสะดวกสบายในการผลิต การขาย ความยุติธรรม ปัจจัยที่ไม่พบความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อายุ การศึกษา ช่องทางการจำหน่าย การประกันราคา พ่อค้าคนกลาง และอำนาจในการต่อรองราคา

จากผลการศึกษานี้ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจในการขายยางแผ่นดิบหรือน้ำยางสดเป็นผลจากรายได้ที่ได้รับความยุติธรรม ความสะดวกสบายที่จะได้รับ และลักษณะทัศนคติของผู้ที่ขายยาง

จิตรกร พงศดิลก (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพารา ในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพารา ในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา โดยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์จากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพารา จำนวน 129 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 48 ปี จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีพื้นที่ถือครองเฉลี่ย 44 ไร่ มีผลผลิตยางพาราเฉลี่ย 109 กิโลกรัม/วัน มีรายได้จากการทำสวนยางพาราเฉลี่ย 65,566 บาท/ปี มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกกลุ่มเฉลี่ย 7.39 ปี เหตุผลของการรวมกลุ่มเพราะมีความต้องการด้านสินเชื่อมากที่สุด และร้อยละ 86.80 มีสถานะเป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ ด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพารา ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ α = .01 ได้แก่ ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม ผู้นำและกรรมการกลุ่ม การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม การเปิดรับข่าวสารของกลุ่ม ลักษณะของสมาชิกกลุ่ม บรรยากาศภายในกลุ่ม การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และการตัดสินใจร่วมกันในกลุ่ม ปัญหาในการดำเนินงาน คือ สมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่ม ดังนั้น ควรมีการจัดการ ฝึกอบรมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับวิทยาการทางการเกษตรให้แก่สมาชิกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนข้อเสนอแนะในการบริหารงานของกลุ่มนั้น ควรคัดเลือกผู้ที่มีความรู้ทางด้านการตลาด มีความเข้าใจในการเคลื่อนไหวของราคาสินค้า และรู้ถึงคุณภาพและชนิดของสินค้าที่ตลาดต้องการ โดยเฉพาะยางพารา ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญเพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม รวมทั้งจะได้มีการบริหารงานกลุ่มในด้านธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องให้มีบทบาทสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรมากขึ้น ภาครัฐควรสร้างความรู้ความเข้าใจในการพัฒนากลุ่มเกษตรกรแก่บุคลากรของรัฐ และปรับกลไกการบริหารงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบให้สอดคล้องกับการสร้างศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้กลุ่มสามารถดำเนินงานได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ อันจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสมาชิกกลุ่มเกษตรกรและสังคมเกษตรโดยรวมสืบไป

บุญนิสา ศรีปรางค์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางในเขตพื้นที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยาง และ (2) แนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางในอำเภอกันตัง จังหวัดตรัง โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อเก็บตัวอย่างจากประธานสหกรณ์กองทุนสวนยางจำนวน 3 ตัวอย่าง และจากสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยาง 200 ตัวอย่างจากสหกรณ์ที่ยังเปิดดำเนินกิจการอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอกันตังจำนวน 3 สหกรณ์ และทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยใช้สถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ระดับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในภาพรวมในส่วนของประธานสหกรณ์กองทุนสวนยาง เมื่อพิจารณาจากด้านบุคลากร ด้านการบริหารการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง และภาพรวมในส่วนระดับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสมาชิก พบว่าอยู่ในระดับน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางในพื้นที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง มีประสิทธิภาพในการ

ดำเนินงานในระดับหนึ่ง แต่เพื่อการพัฒนาระบบขององค์กรให้ดียิ่งขึ้นประธานสหกรณ์ควรมีการปรับปรุงทางด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานของคณะบริหารงาน รวมทั้งประธานสหกรณ์ควรมีบทบาทสำคัญในการชี้แจงปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลถึงสมาชิกของสหกรณ์ เพื่อเข้าใจถึงปัญหาและสามารถระดมความคิดร่วมกัน ในการแก้ไขปัญหาก่อนการประชุมใหญ่ของสหกรณ์ เพื่อลดความขัดแย้ง อคติ ความไม่โปร่งใส

ในการดำเนินงานสหกรณ์ประธานสหกรณ์ควรมีความรู้ในการบริหารจัดการสหกรณ์ มีเวลาทุ่มเทในการทำงานให้กับสหกรณ์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประธานสหกรณ์ควรมีการประสานงานในการทำงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจแก่ประธานสหกรณ์ และควรทำการจัดประชุมสัมมนาให้แก่ประธานของสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และความคิดเห็น รวมทั้งแก้ไขปัญหาได้อย่างมีหลักการและถูกต้อง

ประดับดวง คงเลิศ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตยางพารา จากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสดในตำบลพัฒนา กิ่งอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของชาวสวนยางพาราที่เปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสด (2) การจัดสรรเวลาของเกษตรกรชาวสวนยางพาราและผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสด และ (3) ราคาเชิงเปรียบเทียบระหว่างราคาน้ำยางสด (คิดเป็นเนื้อยางแห้ง) กับราคายางแผ่นดิบ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ซึ่งได้เลือกพื้นที่ในตำบลนิคมพัฒนา กิ่งอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล โดยจะมีทั้งหมด 9 หมู่บ้าน จะเลือกสุ่มตัวอย่างจาก 4 หมู่บ้าน จากนั้นเลือกตัวอย่างเกษตรกรที่เป็นเจ้าของสวนยางซึ่งกรีดยางพาราเอง หมู่บ้านละ 25 คน รวม 100 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ นอกจากนี้ยังได้สำรวจราคาน้ำยางสด (คิดเป็นเนื้อยางแห้ง) กับราคายางแผ่นดิบ (บาท/กิโลกรัม) ในพื้นที่ โดยจะเก็บข้อมูลประมาณ 30 วัน ภายในระยะเวลา 6 เดือน ซึ่งในแต่ละเดือนจะมีการเลือกสุ่มตัวอย่าง 5 – 6 ครั้งต่อเดือน โดยในการสุ่มตัวอย่างแต่ละเดือนจะหมุนสลับกันไปให้ครบทุกวันใน 1 สัปดาห์ ซึ่งข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลราคาเฉลี่ยในพื้นที่ในการรับซื้อผลผลิตยางพาราประมาณ 3-4 ราย

ผลการศึกษาพบว่า จากการศึกษาผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสด ได้ศึกษาลักษณะทางสังคมเกษตรกรส่วนใหญ่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นชาย มีอายุเฉลี่ย 42.72 ปี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ เกษตรกรมีระดับการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา เกษตรกรมีขนาดเนื้อที่ถือครองเฉลี่ย 18.73 ไร่

ลักษณะการกรีดยางเป็นแบบกรีดเอง โดยแรงงานที่ใช้ในการกรีดเป็นแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.01 คน มีประสบการณ์ในการทำสวนยางเฉลี่ย 16.29 ปี เกษตรกรได้เปลี่ยนรูปแบบการผลิตเป็นการทำน้ำยางสด 3.64 ปี ปริมาณน้ำยางสด (คิดเป็นเนื้อยางแห้ง) เฉลี่ย 21.43 กิโลกรัมต่อวัน

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

ส่วนเรื่องความแตกต่างของค่าเฉลี่ยราคายางแผ่นดิบและน้ำยางสด พบว่า ราคาเฉลี่ยยางแผ่นดิบไม่แตกต่างกับน้ำยางสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่การทำยางแผ่นดิบมีขั้นตอนในการแปรรูปที่ยุ่งยากมากกว่า และต้องใช้เวลาในการผลิตมากกว่า เกษตรกรจึงหันมาเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายเป็นน้ำยางแทนการทำยางแผ่นดิบ

ถึงแม้ว่าผลสรุปข้างต้นเป็นเพียงการศึกษาระดับจุลภาค ศึกษาตำบลหนึ่งของจังหวัดสตูลเท่านั้น แต่ก็สามารถสะท้อนให้เห็นว่า การเปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสดนั้น ส่งผลทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้ดีขึ้น เกษตรกรสามารถวางแผนในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ ซึ่งเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาระดับมหภาคได้ โดยหน่วยงานของรัฐต้องเข้าไปส่งเสริมและให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกร

นงลักษณ์ สืบชนะ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยาง ในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรขาวสวนยาง (2) ลักษณะการผลิตและการขาย

ผลผลิตยางพาราในรูปแบบต่างๆ ของเกษตรกรชาวสวนยาง (3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ การผลิตและการขายกับการตัดสินใจขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยาง และ 4) ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางในพื้นที่ โดยประชากรที่ศึกษา ได้แก่ เกษตรกรชาวสวนยางทั้งหมดในอำเภอสะเดา โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรกลุ่มที่เลือกขายยางแผ่นดิบ และกลุ่มที่เลือกขายน้ำยางสด และได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกตำบลที่มีการปลูกยาง 5 อันดับแรกของอำเภอสะเดา แล้วใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ โดยให้ตัวอย่างกระจายใน 5 ตำบลๆ ละ 20 ราย รวม 100 ราย แบ่งเป็นเกษตรกรที่ขายน้ำยางสด 60 ราย และเกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบ 40 ราย รวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์รายบุคคล ด้วยแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรเจ้าของสวนยางส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 43.30 ปี ซึ่งอยู่ในวัยทำงาน จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 5.08 คน อยู่ในวัยทำงานเฉลี่ย 2 คน ประกอบอาชีพทำสวนยางเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม ในสัดส่วนเท่ากัน เกษตรกรที่ขายน้ำยางสดมีรายได้รวมเฉลี่ย 21,134 บาทต่อเดือน น้อยกว่าเกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบ ซึ่งมีรายได้รวมเฉลี่ย 32,122 บาทต่อเดือน เกษตรกรร้อยละ 58 มีภาวะหนี้สิน โดยร้อยละ 51.72 นำไปใช้สร้างที่อยู่อาศัย ซื้อรถ เป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อค้าขาย เกษตรกรมีเนื้อที่ถือครองสวนยางเฉลี่ย 17 ไร่ ซึ่งเป็นสวนยางขนาดเล็ก โดยส่วนใหญ่มีเอกสารสิทธิ์เป็นโฉนดที่ดิน อยู่ห่างจากแหล่งรับซื้อเฉลี่ย 5 กิโลเมตร อายุสวนยางเฉลี่ย 15 ปี เกษตรกรร้อยละ 96 ดูแลสวนยางเอง โดยมีทั้งกรีดยางเองและจ้างกรีด เกษตรกรที่ขายน้ำยางสดร้อยละ 90 ไม่คิดเปลี่ยนไปขายยางแผ่น เพราะไม่เหนื่อย งานเสร็จเร็ว มีเวลาประกอบอาชีพเสริมได้ และราคาไม่แตกต่างกันมากนัก

จากความสัมพันธ์ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และปัจจัยด้านการผลิตและการขายกับการตัดสินใจขายผลผลิตยางพารา พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจขายผลผลิต ได้แก่ รายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน เอกสารสิทธิ์ถือครอง และการนำยางไปขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และระยะทางจากสวนยางกับแหล่งรับซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัญหาที่สำคัญของเกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบ ได้แก่ การผลิตยางแผ่นดิบมีขั้นตอนยุ่งยาก เหนื่อย ใช้เวลาผลิตนาน ส่วนปัญหาเกษตรกรที่ขายน้ำยางสด ได้แก่ มีรายได้น้อยกว่าขายยางแผ่น เนื่องจากราคายางแผ่นสูงกว่า มีความไม่ยุติธรรมในการซื้อขาย จะเห็นได้ว่า เกษตรกรที่ขายยางแผ่นดิบมักมีปัญหาด้านการผลิต ส่วนเกษตรกรที่ขายน้ำยางสดมักมีปัญหาด้านการขายผลผลิต

วโรทัย หนูขาว (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สาเหตุของการเกิดกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด (2) กิจกรรมและรูปแบบองค์กรของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด และ (3) ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด เลือกพื้นที่แบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกตำบลที่มีกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดจำนวนสูงสุด 4 อันดับแรก ของอำเภอหาดใหญ่ ได้แก่ ตำบลทุ่งตำเสา ตำบลทุ่งใหญ่ ตำบลท่าข้าม และตำบลฉลุง ซึ่งมีกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดรวม 15 กลุ่ม หรือคิดเป็นร้อยละ 48.39 ของจำนวนกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดทั้งหมดของอำเภอหาดใหญ่ ด้วยวิธีสัมภาษณ์รายบุคคลด้วยแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง ส่วนข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเจ้าหน้าที่ ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) 3 ราย และเจ้าหน้าที่ชุมนุมสหกรณ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทยจำกัด (ชสยท.) 2 ราย โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้นำกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดเป็นเพศชายเสียส่วนใหญ่ มีอายุเฉลี่ย 51 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 อาชีพหลักของผู้นำกลุ่มส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรชาวสวนยางโดยตรง ผู้นำกลุ่มจะมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของกลุ่ม หลักสูตรที่ทางประธานกลุ่มสนใจมากที่สุด คือ หลักสูตรการตลาด ซึ่งเชื่อว่าเป็นหลักสูตรที่สามารถสร้างรายได้ให้กับทางกลุ่มได้

จุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่มเพื่อต้องการขจัดพ่อค้าคนกลาง ซึ่งส่งผลถึงความสามารถในการสร้างอำนาจการต่อรองการขายน้ำยางสดของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด กลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสด โดยเฉลี่ยแล้วมีระยะเวลาในการดำเนินงานจนถึงปัจจุบันประมาณ 6 ปีโดยมีการกำหนดระเบียบปฏิบัติ และโครงสร้างการบริหารของกลุ่มที่ชัดเจน แต่สมาชิกส่วนใหญ่ช่วยกันทำงานภายในกลุ่ม โดยมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน แต่ในบางครั้งก็จะมีการขอความช่วยเหลือจากสมาชิกในครอบครัวของตนเอง กลุ่มทุกกลุ่มจะมีการรับซื้อน้ำยางทุกวันไม่มีวันหยุด ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มขนาดกลาง โดยเฉลี่ยมียอดขายปีละ 17.25 ล้านบาทต่อปี ส่วนใหญ่จำหน่ายโดยตรงให้แก่โรงงาน โดยการขายผ่านในนามของ ชสยท. ซึ่งไม่มีการเก็บภาษี ณ ที่จ่ายร้อยละ 0.5 ของยอดขาย ทำให้เกษตรกรชาวสวนยางมีรายได้เพิ่มขึ้น

ผู้นำกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยางมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านบุคลากรว่า มีปัญหาส่วนใหญ่ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด สืบเนื่องจากทางกลุ่มมีความเข้าใจว่า บุคลากรภายในกลุ่มมีความรู้ทางด้านต่างๆ ได้อย่างดีเยี่ยม สำหรับปัญหาทางด้านบริหารจัดการมีปัญหาระดับน้อยที่สุด โดยเฉพาะทางด้านการให้ความร่วมมือทางด้านการเข้าประชุมเป็นอย่างดี แต่ยังขาดการแสดง

ความคิดเห็นระหว่างการประชุมของสมาชิกภายในกลุ่ม โดยความคิดเห็นส่วนใหญ่จะมาจากผู้บริหารของกลุ่มเป็นสำคัญ ทางด้านปัญหาการผลิตมีปัญหาระดับปานกลางถึงน้อย โดยเฉพาะประเด็นปัญหาทางด้านปริมาณและคุณภาพของผลผลิตในแต่ละฤดูกาลไม่แน่นอน ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกร ปัญหาทางด้านการตลาดมีปัญหาระดับน้อยทั้งหมด ในความเป็นจริงแล้วกลุ่มเกษตรกรรวบรวมน้ำยางสดกำลังประสบปัญหาทางด้านการตลาดอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบันราคาน้ำยางสดอยู่ในระดับที่สูง ทำให้เกษตรกรไม่คำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ทางด้านการตลาด เช่น การตรวจสอบราคารับซื้อ การผลักภาระภาษีร้อยละ 0.5 มายังเกษตรกร เป็นต้น

มาโนชญ์ สินตระกูล (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสดในตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร พ่อค้ารายย่อย และพ่อค้ารายใหญ่ (2) การจัดการด้านการผลิตและการตลาดน้ำยางสดของเกษตรกร (3) การดำเนินธุรกิจของพ่อค้ารับซื้อน้ำยางสดรายย่อยและรายใหญ่ (4) วิเคราะห์วิถีการตลาดและส่วนเหลื่อมการตลาดของธุรกิจซื้อน้ำยางสด และ (5) ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสด ในตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์รายบุคคลซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบการตลาดน้ำยางสด ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตน้ำยางสด กลุ่มพ่อค้ารับซื้อน้ำยางสดรายย่อย และกลุ่มพ่อค้ารับซื้อน้ำยางสดรายใหญ่ โดยเครื่องมือในการวิจัยในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างและกึ่งโครงสร้าง ชนิดของคำถามมีทั้งคำถามปลายปิดซึ่งได้กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบและคำถามชนิดปลายเปิด หรือให้ผู้ตอบมีอิสระในการให้คำตอบ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้สถิติอย่างง่าย เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแจกแจงความถี่ เป็นต้น การวิเคราะห์วิถีการตลาด การวิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาด และการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของระบบการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้ผลิตน้ำยางสดส่วนมากเป็นเพศชาย นับถือศาสนาพุทธ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกสถาบันทางการเกษตร มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ย 334,500 บาทต่อปี โดยเป็นรายได้จากการขายน้ำยางสดเฉลี่ย 227,750 บาทต่อปี มีรายได้อื่นๆ เฉลี่ย 106,750 บาทต่อปี สำหรับพ่อค้ารายย่อยมีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ย 274,000 บาทต่อปี มีรายได้จากการขายน้ำยางสดเฉลี่ย 206,000 บาทต่อปี

การกำหนดราคารับซื้อน้ำยางสดพ่อค้ารายย่อยจะกำหนดราคาตามหน้าโรงงาน โดยต้นทุนการตลาดของพ่อค้ารายย่อย เท่ากับ 0.089 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้ารายใหญ่ที่รับซื้อน้ำยาง

สดในพื้นที่ซึ่งมีอยู่ 2 ราย มีปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อในแต่ละวันประมาณ 110,000 กิโลกรัม โดยมีแหล่งจำหน่ายต่อ คือ โรงงานอุตสาหกรรมน้ำยางข้น

วิถีการตลาดน้ำยางสด พบว่า เกษตรกรขายให้กับพ่อค้ารายย่อยและโรงรมของสหกรณ์ จากนั้นพ่อค้ารายย่อยขายน้ำยางสดให้กับพ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ หรือพ่อค้ารายใหญ่นอกพื้นที่ และโรงงานอุตสาหกรรมน้ำยางข้น และพ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ขายน้ำยางสดให้กับโรงงานอุตสาหกรรมน้ำยางข้นทั้งหมด โดยส่วนเหลื่อมการตลาดทั้งหมดที่เกิดขึ้นในระบบธุรกิจน้ำยางสดเฉลี่ย 2 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบด้วยต้นทุนการตลาดของพ่อค้ารายย่อย เท่ากับ 0.089 บาทต่อกิโลกรัม กำไรของพ่อค้ารายย่อย 0.911 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรของพ่อค้ารายใหญ่เท่ากับ 1 บาทต่อกิโลกรัม

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสดในตำบลทุ่งตำเสา ได้แก่ ปัญหาต้นทุนการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาเพิ่มขึ้น ปัญหาเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งต่ำ เนื่องจากเกษตรกรขาดจรรยาบรรณ มีการผสมน้ำในน้ำยางสดเพื่อให้ได้น้ำหนักมากขึ้น ปัญหาการแข่งขันในตลาดมีสูง มีพ่อค้ารายใหม่ๆ เกิดมากขึ้น ปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินธุรกิจของพ่อค้า เนื่องจากน้ำยางราคาสูงขึ้น ต้องใช้เงินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น และปัญหาการใช้เครื่องมือวัดที่ไม่ได้มาตรฐานในการวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง

บทที่ 3
วิธีวิจัย

ในบทนี้ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล รวมทั้งวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ของการวิจัย ดังนี้

3.1 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ 2 ประเภท คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดังนี้

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาจากข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ในเรื่องของความหมายและแนวคิดที่เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวกับยางพารา น้ำยางสด ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นเอกสารประเภทรายงานการวิจัย บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ วารสาร เอกสารทางวิชาการต่างๆ โดยได้ค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลพะตง (อบต.พะตง) เทศบาลตำบลพะตง (ทต.พะตง) สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา สำนักงานสถิติการเกษตร สมาคมยางพาราไทย องค์การสวนยาง สถาบันวิจัยยาง สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) ตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกวีสุนทร ห้องอ่านหนังสือคณะเศรษฐศาสตร์ และห้องสมุดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลจากเครือข่ายอินเตอร์เน็ตต่างๆ

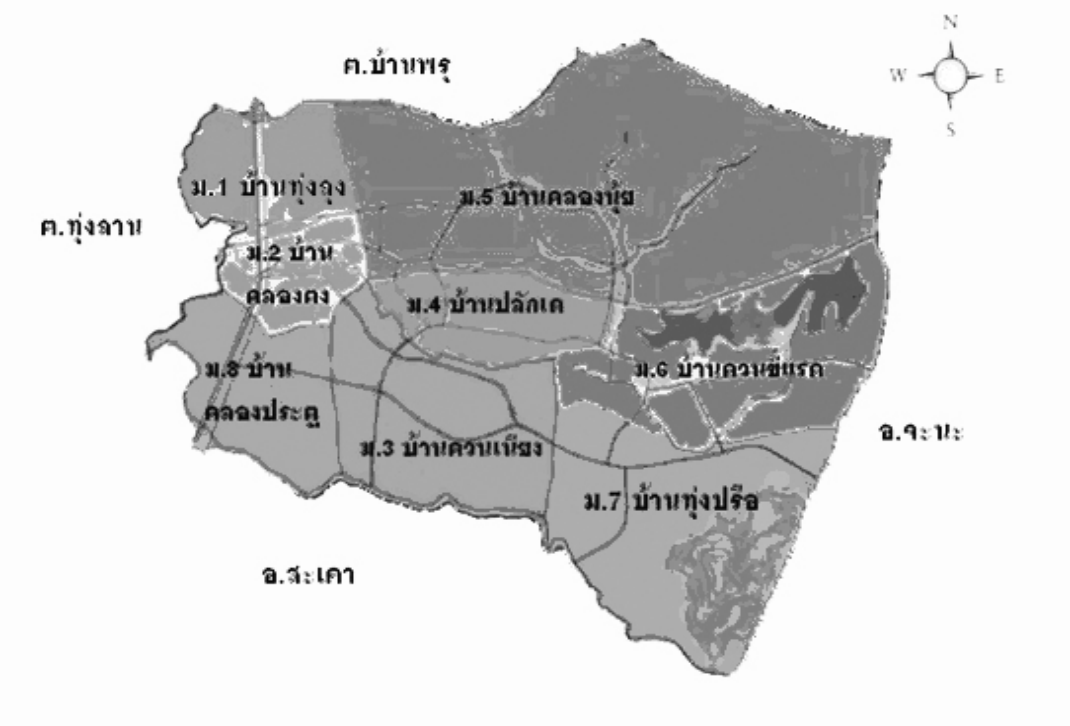
3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมในระดับภาคสนาม (Field Survey) โดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ระบุไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่และผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางไว้ดังนี้

1) พื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) ซึ่งได้แก่ ตำบลพะตง (ภาพที่ 3.1) เนื่องจากเป็นพื้นที่ปลูกยางอย่างหนาแน่นมากร้อยละ 99.63 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมดของตำบล และมีธุรกิจซื้อขายน้ำยางสดผูกพันกับวิถีชีวิตของชุมชนชาวสวนยางในแต่ละหมู่บ้านในตำบลพะตง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ พื้นที่ศึกษามี 6 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 2 บ้านคลองตง หมู่ที่ 3 บ้านควนเนียง หมู่ที่ 4 บ้านปลักเด หมู่ที่ 5 บ้านคลองนุ้ย หมู่ที่ 6 บ้านควน

ขี้แรด และหมู่ที่ 7 บ้านทุ่งปรือ เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็นที่ตั้งของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ซึ่งสามารถเป็นประชากรในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยได้เป็นอย่างดี ส่วนหมู่ที่ 1 บ้านทุ่งลุง และหมู่ที่ 8 บ้านคลองประตู ไม่ปรากฏประชากรที่ใช้ศึกษา เนื่องจากเป็นพื้นที่ในส่วนบ้านพักอาศัย ตลาด ย่านการค้า โรงเรียน และโรงงานอุตสาหกรรม



ภาพที่ 3.1 แผนที่ตำบลพะตง

2) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรในที่นี้ หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ซึ่งมีบทบาทสูงสุดในการบริหารจัดการการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ซึ่งจากการสำรวจประชากรในพื้นที่ศึกษาดังกล่าว พบว่ามีผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดจำนวนทั้งสิ้น 18 ราย (ภาคผนวกที่ 1) เนื่องจากพื้นที่ที่ทำการศึกษามีประชากรขนาดเล็ก คือ มีจำนวนไม่มาก ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาทุกหน่วยของประชากร (Census) อย่างไรก็ตามในการศึกษาจริง ผู้วิจัยสามารถทำการเก็บรวบรวมข้อมูลได้เพียง 17 ราย เนื่องจากมีผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด จำนวน 1 ราย ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล ดังนั้นจำนวนผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดที่ได้ศึกษาครั้งนี้ จึงมีจำนวนทั้งสิ้น 17 ราย ซึ่งมีจุดรับซื้อน้ำยางสดรวมทั้งสิ้น 23 แห่ง (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 จำนวนจุดรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามหมู่บ้าน

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนจุดรับซื้อน้ำยางสด (แห่ง)
1	บ้านทุ่งลุง	0
2	บ้านคลองตง	1
3	บ้านควนเนียง	4
4	บ้านปลักเด	2
5	บ้านคลองนุ้ย	5
6	บ้านควนขี้แรด	6
7	บ้านทุ่งปรือ	5
8	บ้านคลองประตู	0
	รวม	23

ที่มา : จากการสำรวจพื้นที่

จากประชากร 17 รายดังกล่าว ผู้วิจัยได้จำแนกธุรกิจตามขนาด โดยใช้เกณฑ์ปริมาณการรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยต่อวันในการกำหนดขนาด ได้แก่ ธุรกิจขนาดเล็ก มีปริมาณรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยต่อวัน ต่ำกว่า 3,000 กิโลกรัม มีจำนวน 8 ราย โดยจะใช้รถกระบะในการขนส่งน้ำยางสด ส่วนธุรกิจขนาดกลาง มีปริมาณรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยต่อวัน อยู่ระหว่าง 3,000-10,000 กิโลกรัม มีจำนวน 7 ราย โดยจะใช้รถบรรทุก 6 ล้อ หรือ 10 ล้อในการขนส่งน้ำยางสด และธุรกิจขนาดใหญ่ มีปริมาณรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยต่อวัน สูงกว่า 10,000 กิโลกรัม มีจำนวน 2 ราย โดยจะใช้รถบรรทุก 10 ล้อ หรือ 18 ล้อในการขนส่งน้ำยางสด (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 จำนวนธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามขนาดของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ขนาดของธุรกิจ	ปริมาณน้ำยางสดเฉลี่ยต่อวัน (กิโลกรัม)	จำนวนผู้รับซื้อน้ำยางสด (ราย)
ขนาดเล็ก	<3,000	8
ขนาดกลาง	3,000-10,000	7
ขนาดใหญ่	>10,000	2

ที่มา : จากการสัมภาษณ์รายบุคคล

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดด้วยการสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในตำบลพะตง โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaire) (ภาคผนวกที่ 2) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ชนิดของคำถามที่ใช้มีทั้งคำถามชนิดปลายปิด (Close-Ended) ซึ่งได้กำหนดคำถามไว้ให้เลือกตอบ และคำถามชนิดปลายเปิด (Open-Ended) ให้ผู้ตอบมีอิสระในการให้คำตอบ ซึ่งมีแนวคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางธุรกิจและการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

สำหรับคำถามที่เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนของความคิดเห็นของผู้ตอบออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (ดัดแปลงจากสมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, 2550)

ระดับคะแนน 5 แสดงว่า เป็นปัญหามากที่สุด

ระดับคะแนน 4 แสดงว่า เป็นปัญหามาก

ระดับคะแนน 3 แสดงว่า เป็นปัญหาปานกลาง

ระดับคะแนน 2 แสดงว่า เป็นปัญหาน้อย

ระดับคะแนน 1 แสดงว่า เป็นปัญหาน้อยที่สุด

เมื่อได้ร่างแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำร่างดังกล่าวไปทดสอบ (Pretest) กับบุคคลที่ทำอาชีพรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่ใกล้เคียง จำนวน 5 ราย เพื่อตรวจสอบความยากง่าย และความสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยพิจารณาถึงความเข้าใจและความชัดเจนในการตอบคำถาม รวมถึงเวลาที่ใช้ในการตอบคำถามเหมาะสมในการนำไปใช้รวบรวมข้อมูลจริงหรือไม่ โดยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วจึงนำแบบสอบถามนั้นไปใช้จริง เพื่อให้ตรงกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีการทดสอบความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยทำการทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว เพื่อตรวจสอบภาษาที่ใช้ และคำถามในแบบสอบถามว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจเนื้อหาและความหมายตรงกับที่ผู้วิจัยได้ตั้งใจไว้

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในรูปแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ

(Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตาราง แผนภูมิ รูปภาพ อธิบายเชิงเหตุและผล เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลใน 3 ประเด็น ดังนี้

1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

2) ลักษณะทางธุรกิจและการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

3) ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนี้ ทำให้ทราบระดับปัญหาและอุปสรรคในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยไว้ 5 ระดับ ดังนี้ (ดัดแปลงจากสมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, 2550)

	ระดับคะแนน		ความหมาย
ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ปัญหานี้เป็นปัญหามากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	ปัญหานี้เป็นปัญหามาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ปัญหานี้เป็นปัญหาปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ปัญหานี้เป็นปัญหาน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ปัญหานี้เป็นปัญหาน้อยที่สุด

บทที่ 4
ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

4.1 ลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

4.2 ลักษณะทางธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

4.3 ปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

4.1 ลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดจำนวน 17 ราย ทำให้เห็นถึงลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด 2 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 ลักษณะทางสังคมของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

การศึกษาถึงลักษณะทางสังคมของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ได้ผลการศึกษาดังนี้ (ตารางที่ 4.1)

1) เพศ

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดที่ได้ศึกษาทั้งหมดจำนวน 17 ราย เป็นเพศชาย 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.24 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด และเป็นเพศหญิง 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.76 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด เมื่อพิจารณาถึงสาเหตุที่ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เนื่องมาจากอาชีพนี้มีความเสี่ยงจากการถูกปล้นเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าจุดรับซื้อตั้งอยู่ห่างไกลชุมชน จึงเป็นเหตุผลที่ผู้ชายทำอาชีพนี้มากกว่าผู้หญิง

2) อายุ

สำหรับอายุของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 8 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 47.05 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนที่เหลือมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 2 ราย 31-40 ปี จำนวน 5 ราย และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.77 29.41 และ 11.77 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ โดยจะมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 42 ปี จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นในพื้นที่นี้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานับ 10 ปี จึงสอดคล้องกับอายุของผู้ประกอบธุรกิจนี้ที่ส่วนใหญ่เป็นรุ่นบุกเบิกแรกเริ่ม ซึ่งมีความผูกพันและได้รับความเชื่อถือจากลูกค้าในพื้นที่มาอย่างยาวนาน

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางสังคมของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	(n=17)	
-ชาย	15	88.24
-หญิง	2	11.76
อายุ (ปี)	(n=17)	
-21-30	2	11.77
-31-40	5	29.41
-41-50	8	47.05
-> 50	2	11.77
เฉลี่ย	42.06	
ศาสนา	(n=17)	
- พุทธ	17	100.00
สถานภาพสมรส	(n=17)	
-โสด	1	5.88
-สมรส	16	94.12
ระดับการศึกษา	(n=17)	
-ประถมศึกษา	2	11.77
-มัธยมศึกษาตอนต้น	5	29.41
-มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	17.64
-อนุปริญญา/ปวส.	2	11.77
-ปริญญาตรี	4	23.53
-สูงกว่าปริญญาตรี	1	5.88
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนโดยเฉลี่ย (คน)	4.71	
สมาชิกที่ช่วยประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ย (คน)	2.41	
การเป็นสมาชิกสถาบัน/องค์กรทางการเกษตร	(n=17)	
-ไม่เป็น	10	58.82
-เป็น	7	41.18

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
สถาบัน/องค์กรทางการเกษตรที่เป็นสมาชิก	(n=7)	
-สหกรณ์น้ำยางไท (สนท.)	2	28.57
-สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (สกต.)	1	14.29
-กลุ่มน้ำยางสด	2	28.57
-สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.)	2	28.57
การเป็นสมาชิกที่ไม่ใช่สถาบัน/องค์กรทางการเกษตร	(n=17)	
-ไม่เป็น	16	94.12
-เป็น	1	5.88
สถาบัน/องค์กรที่ไม่ใช่ทางการเกษตรที่เป็นสมาชิก	(n=1)	
-กลุ่มออมทรัพย์	1	100.00

3) ศาสนา

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนับถือศาสนาพุทธทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด เนื่องจากพื้นที่ที่ทำการวิจัยเป็นสังคมที่นับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนใหญ่ จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ในพื้นที่นี้มีสำนักสงฆ์และวัดอยู่มากมาย เช่น สำนักสงฆ์บ้านคลองตงใต้ สำนักสงฆ์บ้านคลองตงเหนือ สำนักสงฆ์บ้านทุ่งจัง สำนักสงฆ์บ้านคลองนุ้ย สำนักสงฆ์บ้านทุ่งปรือ และวัดควนเนียง เป็นต้น

4) สถานภาพสมรส

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดจำนวน 16 ราย สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 94.12 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนที่เหลือจำนวน 1 ราย มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด จากการสังเกตของผู้วิจัยจะเห็นได้ว่าธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดเป็นธุรกิจในครอบครัวที่มีคู่สมรสประกอบธุรกิจนี้ร่วมกัน การที่ผู้ประกอบธุรกิจมีสถานภาพสมรสจึงมีส่วนช่วยสร้างกำลังใจที่ดีในการทำงาน แต่อย่างไรก็ตามการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการ เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และความขยันขันแข็งของผู้ประกอบธุรกิจด้วย เป็นต้น

5) ระดับการศึกษา

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.41 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนที่

เหลืออยู่ในระดับประถมศึกษา 2 ราย มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. 3 ราย อนุปริญญา หรือ ปวส. 2 ราย ปริญญาตรี 4 ราย ส่วนระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีเพียง 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.77 17.64 11.77 23.53 และ 5.88 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่รัฐกำหนดไว้ เพราะการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบธุรกิจได้ต่อไป

6) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และจำนวนสมาชิกที่ช่วยประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดมีสมาชิกในครัวเรือนโดยเฉลี่ย 4-5 คน ซึ่งเป็นสมาชิกที่มีส่วนช่วยประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ย 2-3 คน จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นคู่สมรสที่ช่วยกันประกอบธุรกิจ โดยมีหน้าที่ที่รับผิดชอบ ได้แก่ ทำบัญชี รับเงิน จ่ายเงิน ทำตัวอย่างยาง และดูแลจัดการทั่วไป ซึ่งมีข้อดีคือ มีความซื่อสัตย์ สามารถไว้วางใจได้ และมีความจงรักภักดีต่อธุรกิจ

7) การเป็นสมาชิกสถาบันหรือองค์กร

7.1) การเป็นสมาชิกสถาบันหรือองค์กรทางการเกษตร

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสถาบันหรือองค์กรทางการเกษตรจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.82 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด และมีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมดเป็นสมาชิกของสถาบันหรือองค์กรทางการเกษตรซึ่งได้แก่ สหกรณ์น้ำยางไท (สนท.) กลุ่มน้ำยางสด สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) และสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (สกต.) ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า การที่ผู้ประกอบธุรกิจเป็นสมาชิกของสถาบันหรือองค์กรทางการเกษตรมีส่วนช่วยเพิ่มช่องทางและโอกาสในการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะมีสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่เฉพาะสมาชิกเท่านั้นที่จะได้รับ เช่น กลุ่มน้ำยางสดควนขี้แรด ผู้ที่เป็นสมาชิกกลุ่มเท่านั้นที่มีสิทธิ์ได้รับเงินปันผลในสิ้นปีตามปริมาณน้ำยางสดที่นำมาขาย ถ้าเป็นบุคคลภายนอกสามารถนำน้ำยางมาขายได้ แต่จะไม่ได้รับเงินปันผล เป็นต้น

7.2) การเป็นสมาชิกสถาบันหรือองค์กรอื่นๆ ที่ไม่ใช่ทางการเกษตร

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกสถาบันหรือองค์กรอื่นๆ ที่ไม่ใช่ทางการเกษตรจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.12 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนที่เหลือจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด เป็นสมาชิกของกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการหาแหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้หมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ

4.1.2 ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

การศึกษาถึงลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ได้ผลการศึกษาดังนี้ (ตารางที่ 4.2)

1) อาชีพ

1.1) อาชีพหลัก

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดประกอบอาชีพรับซื้อน้ำยางสดเป็นอาชีพหลัก จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด นอกจากนี้ประกอบอาชีพทำสวนเป็นอาชีพหลัก จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ทำสวนยางมาก่อน และจะขายน้ำยางสดให้กับพ่อค้าคนกลาง ต่อมาเล็งเห็นโอกาสที่ดีที่จะทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ดังนั้นจึงผันตนเองมาเป็นพ่อค้ารับซื้อน้ำยาง จนสามารถทำรายได้มากกว่าเดิมที่เคยทำสวนยาง เมื่อพิจารณาจากรายได้ที่ได้รับแล้วทำให้อาชีพรับซื้อน้ำยางสดจึงเป็นอาชีพหลักในที่สุด

1.2) อาชีพรอง

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดที่มีอาชีพรอง มีจำนวน 11 ราย ในจำนวนนี้ประกอบอาชีพรับซื้อน้ำยางสดเป็นอาชีพรอง จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.73 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีอาชีพรอง โดยทั้งหมดนี้ประกอบอาชีพทำสวนเป็นอาชีพหลัก นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดที่มีอาชีพรับซื้อน้ำยางสดเป็นอาชีพหลักจำนวน 3 ราย ที่มีอาชีพรองด้วย คือ อาชีพทำสวน รับเหมาก่อสร้าง และขายของชำ อย่างละ 1 ราย ซึ่งแต่ละรายคิดเป็นร้อยละ 9.09 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีอาชีพรอง ผู้วิจัยเห็นว่า เหตุที่มีผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดเป็นอาชีพรองนั้น เนื่องมาจากรายได้จากการทำสวนสูงกว่ารายได้จากการรับซื้อน้ำยางสดนั่นเอง

2) รายได้สุทธิ

2.1) รายได้สุทธิจากการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิจากการรับซื้อน้ำยางสดน้อยกว่า 300,000 บาทต่อปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.82 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด รองลงมาอยู่ในช่วง 300,000-600,000 บาทต่อปี จำนวน 5 ราย และสูงกว่า 600,000 บาทต่อปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.41 และ 11.77 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ โดยรายได้สุทธิจากการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยในปี 2551 เท่ากับ 330,364.71 บาทต่อปี ซึ่งมีจำนวนวันรับซื้อน้ำยางสดประมาณ 210 วัน ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า สาเหตุที่ธุรกิจนี้ทำรายได้สุทธิอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากพื้นที่พะตงมีสวนยางอย่างหนาแน่น จึงทำให้ปริมาณน้ำยางสดในพื้นที่นี้มีมากตามไปด้วย จึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อรายได้ของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ตารางที่ 4.2 ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพหลัก	(n=17)	
-รับซื้อน้ำยางสด	9	52.94
-ทำสวน	8	47.06
อาชีพรอง	(n=11)	
-รับซื้อน้ำยางสด	8	72.73
-ทำสวน	1	9.09
-รับเหมาก่อสร้าง	1	9.09
-ขายของชำ	1	9.09
รายได้สุทธิจากการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยาง (บาท/ปี)	(n=17)	
-<300,000	10	58.82
-300,000-600,000	5	29.41
->600,000	2	11.77
เฉลี่ย	330,364.71	
รายได้สุทธิจากแหล่งอื่นๆ (บาท/ปี)	(n=11)	
-<100,000	1	9.09
-100,000-300,000	8	72.73
->300,000	2	18.18
เฉลี่ย	264,545.45	
แหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	(n=17)	
-ของตนเอง	7	41.18
-กู้ยืมมา	1	5.88
-ทั้งของตนเองและกู้ยืมมา	9	52.94
ภาระหนี้สิน	(n=17)	
-ไม่มีหนี้สิน	5	29.41
-มีหนี้สิน	12	70.59
แหล่งเงินกู้	(n=12)	
-แหล่งเงินกู้ในระบบ	6	50.00
-แหล่งเงินกู้นอกระบบ	2	16.67
-ทั้งในและนอกระบบ	4	33.33

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งเงินกู้ในระบบ*	(n=10)	
-ธนาคารพาณิชย์	3	30.00
-ธ.ก.ส.	2	20.00
-ธนาคารออมสิน	1	10.00
-ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	1	10.00
-สหกรณ์การเกษตร	2	20.00
-กลุ่มออมทรัพย์	1	10.00
แหล่งเงินกู้นอกระบบ*	(n=6)	
-ญาติพี่น้อง	5	83.33
-เพื่อน	2	33.33
-เพื่อนบ้าน	1	16.67
จำนวนเงินกู้รวม (บาท)	(n=12)	
-<200,000	5	41.67
-200,000-600,000	6	50.00
->600,000	1	8.33
เฉลี่ย	267,083.33	
วัตถุประสงค์ในการกู้ยืม*	(n=12)	
-ทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด	10	83.33
-ซื้อรถ	1	8.33
-สร้างบ้าน	1	8.33
-ใช้จ่ายส่วนตัว	1	8.33
-ลงทุนทำร้านขายของชำ	1	8.33

<u>หมายเหตุ</u> * หมายถึง ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.2) รายได้สุทธิจากแหล่งอื่นๆ

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดที่มีรายได้สุทธิจากแหล่งอื่นๆ ด้วย มีทั้งหมด 11 ราย โดยส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิอื่นๆ อยู่ในช่วง 100,000-300,000 บาทต่อปี จำนวน 8 ราย คิด

เป็นร้อยละ 72.73 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีรายได้สุทธิจากแหล่งอื่น ที่เหลือมีรายได้สุทธิอื่นๆ ต่ำกว่า 100,000 บาทต่อปี จำนวน 1 ราย และสูงกว่า 300,000 บาทต่อปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 และ 18.18 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีรายได้สุทธิอื่น ตามลำดับ โดยรายได้สุทธิจากแหล่งอื่นๆ เฉลี่ยเท่ากับ 264,545.45 บาทต่อปี ผู้วิจัยเห็นว่า ข้อดีของการที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดมีรายได้สุทธิจากแหล่งอื่นๆ ด้วยนั้น คือ ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับผู้รับซื้อน้ำยางได้อีกทางหนึ่ง

3) แหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

แหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจของผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นทั้งเงินทุนของตนเองและกู้ยืม จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด และเป็นของตนเองอย่างเดียว จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 และกู้ยืมมาอย่างเดียว จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่กู้มาเพื่อใช้หมุนเวียนในการรับซื้อน้ำยางสด

4) ภาระหนี้สิน

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.59 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนที่เหลือไม่มีภาระหนี้สินเลย จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.41 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด

5) แหล่งเงินกู้

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ จะกู้เงินจากแหล่งเงินกู้ในระบบเพียงอย่างเดียว จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน และกู้เงินจากแหล่งเงินกู้นอกระบบอย่างเดียว มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน ส่วนกู้จากทั้งในและนอกระบบ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน

5.1) แหล่งเงินกู้ในระบบ

แหล่งเงินกู้ในระบบส่วนใหญ่ที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืมมานั้น มาจากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ของแหล่งเงินกู้ในระบบที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืมรองลงมากู้มาจาก ธ.ก.ส. และสหกรณ์การเกษตร จำนวนอย่างละ 2 ราย แต่ละแหล่งที่กู้คิดเป็นร้อยละ 20 ของแหล่งเงินกู้ในระบบที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืม ส่วนที่เหลือกู้ยืมจากธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และกลุ่มออมทรัพย์ อย่างละ 1 ราย แต่ละรายคิดเป็นร้อยละ 10 ของแหล่งเงินกู้ในระบบที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืม

5.2) แหล่งเงินกู้นอกระบบ

แหล่งเงินกู้นอกระบบส่วนใหญ่ที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืมมานั้น มาจากญาติพี่น้อง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.33 ของแหล่งเงินกู้นอกระบบที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืมรองลงมา กู้มาจากเพื่อน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของแหล่งเงินกู้นอกระบบที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืม ส่วนที่เหลือกู้ยืมจากเพื่อนบ้านจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 ของแหล่งเงินกู้

นอกระบบที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดกู้ยืม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า การกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้นอกระบบในพื้นที่นี้ ผู้ให้กู้ส่วนใหญ่จะต้องมีความสนิทชิดเชื้อ และรู้จักกับผู้กู้เป็นอย่างดี จึงไว้ใจให้ผู้กู้ยืมเงิน

6) จำนวนเงินกู้รวม

จำนวนเงินกู้รวมส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 200,000-600,000 บาท มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน รองลงมา กู้ยืมต่ำกว่า 200,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.67 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน ที่เหลือกู้ยืมสูงกว่า 600,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน

7) วัตถุประสงค์ในการกู้ยืม

วัตถุประสงค์ในการกู้ยืมส่วนใหญ่กู้ยืมเพื่อนำมาทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.33 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน นอกจากนั้นกู้ยืมเพื่อซื้อรถ สร้างบ้าน ใช้จ่ายส่วนตัว และลงทุนทำร้านขายของชำ อย่างละ 1 ราย ซึ่งแต่ละรายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีหนี้สิน

4.2 ลักษณะทางธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

สำหรับการศึกษาถึงลักษณะทางธุรกิจและการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด มีประเด็นที่น่าสนใจ 3 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

การศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ได้ผลการศึกษาดังนี้ (ตารางที่ 4.3)

1) รูปแบบของกิจการ

ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีรูปแบบของกิจการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.47 ของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือเป็นรูปแบบหุ้นส่วน จำนวน 3 ราย และกลุ่มน้ำยางสด 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.65 และ 5.88 ของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า สาเหตุที่ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบเจ้าของคนเดียว เพราะเป็นธุรกิจที่ทำได้ง่าย ลงทุนไม่มากนัก ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก และเป็นอาชีพอิสระ จึงทำให้มีผู้สนใจมาลงทุนทำธุรกิจนี้ ซึ่งเป็นธุรกิจส่วนตัวอย่างหนึ่งที่น่าสนใจไม่น้อย

2) เงินลงทุนเริ่มแรก

สำหรับเงินลงทุนเริ่มแรกที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดใช้ลงทุนในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.82 ของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด รองลงมาอยู่ระหว่าง 100,000-200,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.41 ของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือลงทุนสูงกว่า 200,000 บาท มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ

11.77 ของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ซึ่งผู้รับซื้อน้ำยางในพื้นที่นี้มีเงินลงทุนเริ่มแรกเฉลี่ยอยู่ที่ 134,705.88 บาท

ตารางที่ 4.3 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบของกิจการ	(n=17)	
-เจ้าของคนเดียว	13	76.47
-หุ้นส่วน	3	17.65
-กลุ่มน้ำยางสด	1	5.88
เงินลงทุนเริ่มแรก (บาท)	(n=17)	
-<100,000	10	58.82
-100,000-200,000	5	29.41
->200,000	2	11.77
เฉลี่ย	134,705.88	
ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด (ปี)	(n=17)	
-≤5	6	35.30
-6-10	10	58.82
->10	1	5.88
เฉลี่ย	6.97	
สาเหตุที่ตัดสินใจประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด*	(n=17)	
-เห็นว่าเป็นธุรกิจที่ซื้อง่ายขายคล่อง	13	76.47
-เห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีขั้นตอนการดำเนินงานไม่ยุ่งยาก	10	58.82
-เห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง	8	47.06
-เห็นว่าเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ดี	7	41.18
-อื่นๆ	4	23.53
ผู้แนะนำให้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด*	(n=17)	
-ตัดสินใจเอง	10	58.82
-ญาติพี่น้องแนะนำ	9	52.94
-เพื่อนแนะนำ	3	17.65
-หน่วยงานราชการแนะนำ	2	11.76

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด*	(n=17)	
-เรียนรู้ด้วยตนเอง	13	76.47
-เพื่อนแนะนำ	7	41.18
-ครอบครัว / ญาติแนะนำ	4	23.53
-หน่วยงานราชการแนะนำ	2	11.76
-อื่นๆ	1	5.88
จำนวนลูกจ้าง (คน)	(n=17)	
-1 - 5	13	76.47
-6 - 10	4	23.53
เฉลี่ย	3.59	
ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด*	(n=17)	
-รถกระบะ	15	88.24
-รถบรรทุก 6 ล้อ	9	52.94
-รถบรรทุก 10 ล้อ	2	11.76
-รถบรรทุก 18 ล้อ	1	5.88
สถานที่ตั้งจุดรับซื้อน้ำยางสด	(n=17)	
-ที่ดินของตนเอง	8	47.06
-เช่าที่ดิน	9	52.94
ทิศทางของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา[1]	(n=16)	
-เติบโต	6	37.50
-คงที่	4	25.00
-หดตัว	6	37.50
ทิศทางของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในปัจจุบัน (ปี 2551)	(n=17)	
-เติบโต	5	29.41
-คงที่	5	29.41
-หดตัว	7	41.18

<u>หมายเหตุ</u> * หมายถึง ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

[1] หมายถึง ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีผู้ให้สัมภาษณ์ 1 ราย ยังไม่เริ่มทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

3) ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดอยู่ระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.82 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือมีประสบการณ์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี จำนวน 6 ราย และมีประสบการณ์สูงกว่า 10 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.30 และ 5.88 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้มีประสบการณ์โดยเฉลี่ย 7 ปี เป็นที่น่าสังเกตว่าธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดเป็นธุรกิจที่นิยมทำกันในพื้นที่นี้ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อน้ำยางสดที่มีประสบการณ์รับซื้อนานที่สุดในพื้นที่พบว่า เมื่อ 10 กว่าปีก่อน เกษตรกรชาวสวนยางนิยมขายผลผลิตในรูปแบบยางแผ่น เนื่องจากในสมัยนั้นเส้นทางคมนาคมไม่สะดวก และโรงงานนิยมซื้อผลผลิตในรูปแบบยางแผ่นตามความต้องการของตลาด แต่ปัจจุบันเกษตรกรชาวสวนยางได้เปลี่ยนรูปแบบการขายผลผลิตจากยางแผ่นเป็นน้ำยางสดกันมากขึ้น เนื่องจากสะดวกสบาย ประหยัดเวลา ได้เงินวันต่อวัน ส่วนเส้นทางคมนาคมก็สะดวกขึ้นมาก และที่สำคัญคือ ขายได้ราคาดีอีกด้วย

4) สาเหตุที่ตัดสินใจประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

สาเหตุที่ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดตัดสินใจทำธุรกิจนี้ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นธุรกิจที่ซื้อง่ายขายคล่อง คิดเป็นร้อยละ 76.47 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือเห็นว่า เป็นธุรกิจที่มีขั้นตอนการดำเนินงานไม่ยุ่งยาก เป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ดี นอกจากนี้เห็นว่าเป็นอาชีพอิสระและเป็นธุรกิจที่นิยมทำกันในพื้นที่นี้ คิดเป็นร้อยละ 58.82 47.06 41.18 และ 23.53 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ

5) ผู้แนะนำในการประกอบธุรกิจและผู้ให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ตัดสินใจทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนี้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 58.82 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด รองลงมาจะมีญาติพี่น้องแนะนำให้ทำธุรกิจนี้ คิดเป็นร้อยละ 52.94 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือเพื่อนแนะนำ และหน่วยงานราชการแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 17.65 และ 11.76 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เรียนรู้ที่จะทำธุรกิจนี้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 76.47 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือมีผู้อื่นให้ความรู้ในการทำธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ครอบครัวและญาติ เพื่อน และหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 41.18 23.53 และ 11.76 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ นอกจากนี้มีผู้รับซื้อน้ำยางสดรายหนึ่ง ได้รับความรู้จากการที่เคยฝึกงานในโรงงานน้ำยางข้น คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า หน่วยงานราชการค่อนข้างมีบทบาทน้อยในการแนะนำและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้

6) ขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละวัน (ภาพที่ 4.1)

ในแต่ละวันผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีขั้นตอนการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้รับซื้อน้ำยางสดไปยังจุดรับซื้อน้ำยางสดตั้งแต่เช้าโดยประมาณ 6.00-9.00 น. ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะทางจากบ้านถึงจุดรับซื้อว่าใกล้หรือไกลกันเพียงใด ส่วนใหญ่ผู้รับซื้อที่มีจุดรับซื้ออยู่หน้าบ้านหรือใกล้บ้าน จะไปยังจุดรับซื้อประมาณ 6.00-7.30 น. ส่วนผู้รับซื้อที่มีจุดรับซื้ออยู่ไกลจากบ้าน เช่น ผู้รับซื้อรายหนึ่งมีบ้านอยู่ที่อำเภอจะนะ ต้องเดินทางมายังจุดรับซื้อที่บ้านทุ่งปรือ หรืออีกรายหนึ่งมีบ้านอยู่ที่อำเภอสะเดา ต้องเดินทางมายังจุดรับซื้อที่บ้านควนเนียง เป็นต้น ผู้รับซื้อดังกล่าว จะไปยังจุดรับซื้อประมาณ 8.00-9.00 น.

ขั้นที่ 2 เตรียมอุปกรณ์ที่ใช้รับซื้อน้ำยางให้พร้อมใช้งาน

ขั้นที่ 3 เมื่อมีลูกค้านำน้ำยางสดมาขาย ก็จะทำการชั่งน้ำหนักน้ำยางสด จากนั้นจึงวัดหาค่าเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (%DRC) ด้วยวิธีเมโทแลคหรือวิธีอบแห้ง เพื่อคำนวณน้ำหนักยางแห้ง เพื่อจ่ายเงินให้ลูกค้า

ขั้นที่ 4 ในระหว่างรับซื้อน้ำยางสด จะต้องเติมแอมโมเนียบางส่วนลงในน้ำยางสดที่ลูกค้านำมาขายเพื่อรักษาสภาพน้ำยางสดไม่ให้จับตัว ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อน้ำยางสดรายหนึ่ง พบว่า ถ้าเติมมากเกินไปจะทำให้ %DRC ลดต่ำลงเล็กน้อย แต่ถ้าเติมน้อยไปจะทำให้ยางจับตัวเป็นก้อน ซึ่งจะทำให้ได้น้ำหนักน้ำยางสดเวลาส่งโรงงานต่ำกว่าที่ซื้อได้ ซึ่งน้ำหนักน้ำยางสดที่หายไป คือ ขี้ยางก้อนตกค้างในแท็งก์น้ำยางนั่นเอง นอกจากนี้ยังต้องเติมโซเดียมซัลไฟท์เพื่อรักษาสภาพน้ำยางไม่ให้บูด เพราะจะช่วยรักษาจำนวนกรดไขมันในน้ำยางสดไว้ ถ้าจำนวนกรดไขมันระเหยเริ่มสูง นั่นหมายความว่า ยางเริ่มบูดเน่าเสียสภาพ

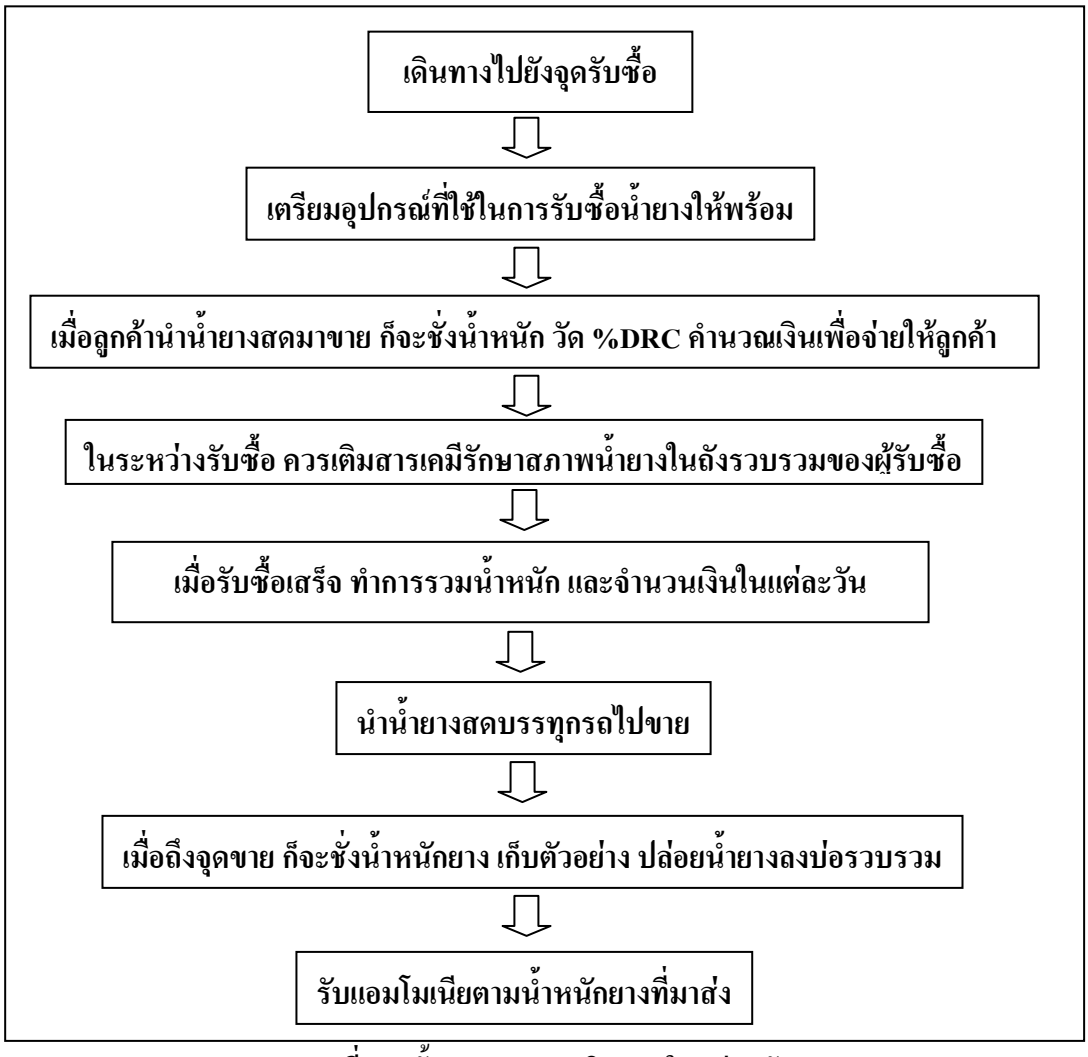
ขั้นที่ 5 เมื่อลูกค้านำน้ำยางมาขายหมดแล้ว ก็ทำการรวมน้ำหนักน้ำยางสดและน้ำหนักยางแห้งทั้งหมดที่ซื้อได้ และจำนวนเงินทั้งหมดที่ต้องจ่ายให้ลูกค้าในแต่ละวันให้เสร็จเรียบร้อย เพื่อจะได้สะดวกในการตรวจสอบ

ขั้นที่ 6 นำน้ำยางสดที่ซื้อได้บรรทุกรถไปส่งโรงงานหรือบ่อรับซื้อน้ำยางสด

ขั้นที่ 7 เมื่อไปถึงโรงงานหรือบ่อรับซื้อ จะชั่งน้ำหนักของน้ำยางสด เก็บตัวอย่างน้ำยาง เพื่อไปตรวจสอบคุณภาพ ถ้าผ่านการตรวจสอบก็จะปล่อยน้ำยางลงบ่อรวบรวมน้ำยาง ส่วนตัวอย่างน้ำยางที่เก็บไปนั้น ก็จะนำไปหาค่าเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (%DRC)

ขั้นที่ 8 เมื่อปล่อยน้ำยางเสร็จแล้ว จึงรับแอมโมเนียจากโรงงานตามสัดส่วนของน้ำหนักน้ำยางสดที่มาส่ง เช่น น้ำยางสดที่มาส่ง 30 กิโลกรัม จะได้รับแอมโมเนีย 1 กิโลกรัม เป็นต้น

โดยส่วนใหญ่ขั้นตอนทั้งหมดจะเสร็จสิ้นในช่วง 12.00-15.00 น. ขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อว่า มากน้อยแค่ไหนในแต่ละวัน โดยปกติธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดรายใหญ่จะต้องรอผู้รับซื้อรายย่อยมาส่งน้ำยางอีกทอดหนึ่งจึงต้องใช้เวลารับซื้อนานกว่าผู้รับซื้อรายย่อย



ภาพที่ 4.1 ขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละวัน

7) อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่จะเหมือนกัน ได้แก่ ตาชั่ง ไดโวสูบน้ำยาง รอกยกถังน้ำยาง ขาตั้งรอกยก ถังรับน้ำยาง (ภาพที่ 4.2) เครื่องปั่นไฟ (สำหรับจุดรับซื้อที่ไม่มีไฟฟ้า) ไปจนถึงโต๊ะ เก้าอี้ เครื่องคิดเลข บิลน้ำยาง และสมุดบัญชี

ตาชั่ง **ไดโวสูบน้ำยาง** **รอกยก ขาตั้ง ถังรับน้ำยาง**

ภาพที่ 4.2 อุปกรณ์และเครื่องมือทั่วไปที่ใช้ในการรับซื้อน้ำยางสด

ส่วนอุปกรณ์และเครื่องมือที่แตกต่างกันจะแบ่งตามวิธีหาค่า %DRC เป็น 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 วิธีเมโทแลค อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ เมโทรแลค กระบอกตวงน้ำยาง กระบวยตักน้ำยาง กระป๋องใส่น้ำยาง ถาดสำหรับรองกระบอกตวง และถังใส่น้ำ (ภาพที่ 4.3)

เมโทรแลค **กระบอกตวงน้ำยาง กระบวยตักน้ำยาง กระป๋องใส่น้ำ ถาด และถังใส่น้ำ**

ภาพที่ 4.3 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิธีเมโทแลค

กรณีที่ 2 วิธีอบแห้ง อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ตู้อบแห้ง อาจใช้ตู้อบไมโครเวฟ หรือเตาอบขนมปังก็ได้ ตาชั่งไฟฟ้า จักรรีดยางขนาดเล็กเพื่อทำตัวอย่าง (ภาพที่ 4.4) ถ้วยสำหรับใส่ตัวอย่างน้ำยางเข้าตู้อบ และตู้ดูดความชื้น (ถ้ามี)

เตาอบ **ตาชั่งไฟฟ้า** **จักรรีดยางขนาดเล็ก**

ภาพที่ 4.4 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิธีอบแห้ง

8) จำนวนลูกจ้าง และสวัสดิการ

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีลูกจ้าง จำนวน 1-5 คน มีทั้งหมด 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.47 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนที่เหลือ มีลูกจ้าง 6-10 คน มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.53 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด โดยผู้รับซื้อรับยางสดในพื้นที่นี้มีจำนวนลูกจ้างเฉลี่ย 3-4 คน ส่วนใหญ่จ่ายค่าตอบแทนให้แก่ลูกจ้างในรูปของค่าจ้างรายวันคนละ 200-250 บาท นอกจากนี้ยังมีผู้รับซื้อน้ำยางสดบางรายมีสวัสดิการเพิ่มเติม เช่น อาหารเช้า ประกันสังคม เป็นต้น

9) ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นรถกระบะ โดยผู้รับซื้อน้ำยางสดจะใช้รถกระบะในการขนส่ง จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.24 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือใช้รถบรรทุก 6 ล้อ จำนวน 9 ราย ใช้รถบรรทุก 10 ล้อ จำนวน 2 ราย

และใช้รถบรรทุก 18 ล้อ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 11.76 และ 5.88 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผู้รับซื้อน้ำยางสดเกือบทุกราย ไม่ว่าจะเป็นผู้รับซื้อรายเล็กหรือรายใหญ่มีรถกระบะเพื่อใช้บรรทุกน้ำยาง โดยเฉพาะในกรณีรายใหญ่จะใช้ทั้งรถกระบะและรถบรรทุก เนื่องจากต้องใช้รถกระบะไปรับน้ำยางสดตามสวนยางต่างๆ จากนั้นจึงนำน้ำยางเหล่านั้นมารวบรวมกับน้ำยางที่จุดรับซื้อใหญ่หรือบ่อน้ำยางสดอีกที การใช้รถกระบะจึงให้ความสะดวกและคล่องตัวในการขนส่งระยะสั้นมากขึ้นนั่นเอง

10) สถานที่ตั้งจุดรับซื้อน้ำยางสด

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เช่าที่ดินเพื่อตั้งจุดรับซื้อ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนที่เหลือตั้งจุดรับซื้อน้ำยางสดบนที่ดินของตนเอง จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด จากการสังเกตจุดรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้พบว่า จุดรับซื้อส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนที่ราบ อยู่ติดถนนลาดยางและอยู่ใกล้กับชุมชนซึ่งเป็นทำเลที่ดีในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรชาวสวนยางและพ่อค้าน้ำยางรายย่อยที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นๆ ส่วนที่เหลือเป็นจุดรับซื้อที่อยู่ติดถนนดินลูกรังและอยู่ใกล้กับสวนยาง ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในสวนยาง ทำให้การเดินทางนำน้ำยางมาขายในชุมชนไม่สะดวก จึงมีผู้รับซื้อส่วนหนึ่งเข้าไปเปิดจุดรับซื้อเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มนี้

11) ทิศทางของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

11.1) ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2548-2550)

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ เห็นว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในรอบ 3 ปีที่ผ่านมามีทิศทางเติบโตและมีทิศทางหดตัวในจำนวนที่เท่ากัน คือ อย่างละ 6 ราย ซึ่งแต่ละทิศทาง คิดเป็นร้อยละ 37.50 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมดที่ทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ที่เหลือเห็นว่า มีทิศทางคงที่ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมดที่ทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีผู้รับซื้อน้ำยางเพียง 16 ราย ส่วนอีก 1 ราย ยังไม่เริ่มทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางนั่นเอง

เหตุผลของผู้รับซื้อที่เห็นว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดมีทิศทางเติบโต คือ เป็นธุรกิจที่มีการดำเนินการไม่ซับซ้อนยุ่งยาก เป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับมากขึ้น น้ำยางสดราคาดีและมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนเหตุผลของผู้ที่เห็นว่ามีทิศทางคงที่ คือ เป็นธุรกิจที่ทำมานานจนอยู่ตัว กำไรบ้างขาดทุนบ้างเป็นเรื่องปกติ สุดท้ายสำหรับเหตุผลของผู้ที่เห็นว่ามีทิศทางหดตัว คือ มีคู่แข่งมากขึ้น ทำให้แข่งขันกันสูงขึ้น มีการซื้อตัดราคากันเพื่อแย่งลูกค้ากันมากขึ้น

11.2) ในปัจจุบัน (ปี 2551)

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ เห็นว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในปัจจุบัน มีทิศทางหดตัว จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือเห็นว่า มีทิศทาง

เติบโตและมีทิศทางคงที่ในจำนวนที่เท่ากัน คือ อย่างละ 5 ราย แต่ละทิศทางคิดเป็นร้อยละ 29.41 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด

เหตุผลของผู้รับซื้อที่เห็นว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดมีทิศทางเติบโต คือ เกษตรกรยังนิยมขายน้ำยางกันอยู่ และในพื้นที่ยังมีผลผลิตน้ำยางสดอยู่มากมาย ส่วนเหตุผลของผู้ที่เห็นว่ามีทิศทางคงที่ คือ ธุรกิจทรงตัว ยังซื้อได้เรื่อยๆ สำหรับเหตุผลของผู้ที่เห็นว่า มีทิศทางหดตัว คือ ราคายางตกต่ำมาก ราคาผันผวน คู่แข่งมาก เศรษฐกิจไม่ดี ทำมาหากินลำบากขึ้น

4.2.2 ลักษณะการดำเนินการรับซื้อน้ำยางสด

การศึกษาถึงลักษณะการดำเนินการของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.4)

1) ลักษณะสถานที่ที่ใช้ดำเนินธุรกิจ

จากการสังเกตลักษณะของจุดรับซื้อโดยทั่วไปพบว่า ส่วนใหญ่ปลูกสร้างอย่างเรียบง่าย เป็นเพิงหมาแหงน มีเสาไม้ 4-6 เสา หลังคามุงจาก บ้างก็มุงสังกะสี บ้างก็มุงกระเบื้องพอกันแดดกันฝนได้และอยู่ใต้ต้นไม้ใหญ่เพื่อให้ร่มเงา ส่วนผู้รับซื้อที่มีทุนมากหน่อย ก็สร้างจุดรับซื้อที่มีโครงสร้างมั่นคง โดยใช้เสาปูน หรือเสาเหล็ก หลังคามุงสังกะสี หรือกระเบื้อง ส่วนจุดรับซื้อที่เป็นบ่อรับซื้อน้ำยางสด ซึ่งสามารถเก็บน้ำยางได้ประมาณ 10,000-12,000 กิโลกรัม โดยภายในบ่อปูกระเบื้องเพื่อง่ายต่อการทำความสะอาด เวลาลูกค้านำน้ำยางมาขายก็จะเทลงบ่อก่อน เมื่อซื้อเสร็จแล้วจึงค่อยใช้ไดโวสูบน้ำยางขึ้นรถบรรทุกอีกที นอกจากนี้มีอีกรูปแบบหนึ่ง คือ สร้างเป็นเนินให้รถขับขึ้นไปแล้วปล่อย หรือเทน้ำยางลงรถบรรทุกที่จอดอยู่ข้างล่างโดยตรง

สำหรับเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อน้ำยางที่มีขนาดใหญ่ เช่น ตาชั่ง โต๊ะรอกยกถังน้ำยาง ขาตั้งรอกยก เมื่อซื้อเสร็จก็ล่ามโซ่ไว้ที่จุดรับซื้อเลย ส่วนเครื่องมือและอุปกรณ์ขนาดเล็กที่มีราคาสูงและน้ำหนักไม่มาก เช่น เมโทแลค เตาอบ ถ้ามีห้องเก็บของก็จะเก็บในห้องแล้วล็อคกุญแจอย่างดี แต่ถ้าไม่มีห้องเก็บของก็จะขนขึ้นรถกลับบ้าน แล้ววันรุ่งขึ้นค่อยขนมาใหม่

2) ระยะเวลาในการดำเนินงานแต่ละวัน

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.46 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละวัน 4-6 ชั่วโมง ที่เหลือใช้เวลาน้อยกว่า 4 ชั่วโมง และใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมง จำนวนอย่างละ 2 ราย ซึ่งแต่ละช่วงเวลาที่ใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.77 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด โดยผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละวันเฉลี่ยอยู่ที่ 5 ชั่วโมง ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผู้รับซื้อน้ำยางสดรายใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบ่อรับซื้อน้ำยางจะใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานแต่ละวันนานกว่าผู้รับซื้อน้ำยางสดรายย่อย ด้วยเหตุว่า ผู้รับซื้อรายใหญ่จะต้องรอผู้รับซื้อรายย่อยซื้อน้ำยางเสร็จก่อน แล้วจึงมาส่งยัง

บ่อรับซื้อน้ำยาง จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ผู้รับซื้อรายย่อยจะมาส่งน้ำยางในช่วงเวลาหลังเที่ยงเป็นต้นไป

ตารางที่ 4.4 ลักษณะการดำเนินการรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	จำนวน (n=17)	ร้อยละ
ระยะเวลาในการดำเนินงานแต่ละวัน (ชั่วโมง)		
-<4	2	11.77
-4-6	13	76.46
-> 6	2	11.77
เฉลี่ย	4.97	
จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน (คน)		
-< 30	6	35.29
-30-60	9	52.94
->60	2	11.77
เฉลี่ย	37.23	
ปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน (กิโลกรัมต่อวัน)		
-<3,000	8	47.06
-3,000-10,000	7	41.18
-> 10,000	2	11.76
เฉลี่ย	5,728.26	
วิธีที่ใช้หาค่า %DRC		
-เมโทแลค	8	47.06
-อบแห้ง	9	52.94
%DRC โดยเฉลี่ยที่รับซื้อ (%)		
-ช่วงฤดูร้อน	32.24	
-ช่วงฤดูฝน	31.76	

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน (n=17)	ร้อยละ
ราคาที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคารับซื้อน้ำยางสด*		
-ราคาตลาดกลางยางพารา	2	11.76
-ราคาหน้าโรงงาน	12	70.59
-ราคาที่คู่แข่งใกล้เคียงรับซื้อ	7	41.18
-ราคาที่บ่อรับซื้อ	8	47.06
ช่องทางรับรู้ราคาน้ำยางสด*		
-โทรศัพท์/มือถือ	16	94.12
-บอร์ดประกาศ ณ จุดขาย	3	17.65
วิธีชำระเงินค่าน้ำยางสดแก่ผู้ขาย		
-เงินสด	14	82.35
-โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	2	11.77
-ทั้ง 2 แบบ	1	5.88
เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยต่อวัน (บาท)		
-ช่วงที่น้ำยางมาก	117,352.94	
-ช่วงที่น้ำยางน้อย	54,235.29	
กำไรโดยเฉลี่ยที่ได้รับในแต่ละวัน (บาท)		
-ช่วงที่น้ำยางมาก	2,900.00	
-ช่วงที่น้ำยางน้อย	1,429.41	
การบันทึกบัญชี		
-ทำเอง	17	100.00

<u>หมายเหตุ</u> * หมายถึง ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3) จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

ในแต่ละวันผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีลูกค้า 30-60 คน มีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด รองลงมา มีลูกค้าน้อยกว่า 30 คน มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.29 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือ มีลูกค้ามากกว่า 60 คน มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.77 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ซึ่งในพื้นที่นี้ผู้รับซื้อน้ำยางสดมีลูกค้าในแต่ละวันเฉลี่ยอยู่ที่ 37 คน ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า จำนวนลูกค้าที่มี สะท้อนเพียงว่า ธุรกิจมีลูกค้า

มากหรือน้อยเพียงใด ส่วนปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อได้จะมากหรือน้อยนั้น จะต้องพิจารณาดูอีกว่าลูกค้านั้นเป็นเกษตรกรชาวสวนยางหรือผู้รับซื้อรายย่อย ตัวอย่างเช่น บ่อรับซื้อน้ำยางสดจะมีลูกค้าซึ่งเป็นพ่อค้ารายย่อยและเกษตรกรชาวสวนยางอยู่เพียง 20-40 คน แต่กลับมีปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อได้มากที่สุดในพื้นที่ เป็นต้น

4) ปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

ปริมาณน้ำยางสดที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดรับซื้อได้ในแต่ละวัน ส่วนใหญ่มีปริมาณต่ำกว่า 3,000 กิโลกรัม จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด รองลงมา มีปริมาณ 3,000-10,000 กิโลกรัม จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด และที่เหลือ มีปริมาณสูงกว่า 10,000 กิโลกรัม จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.76 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ซึ่งปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อโดยเฉลี่ยในพื้นที่นี้ เท่ากับ 5,728.26 กิโลกรัม

5) วิธีการคำนวณหาค่า %DRC และข้อดี-ข้อเสีย

ผู้รับซื้อน้ำยางสดนิยมหาค่า %DRC ด้วยวิธีอบแห้ง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.94 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือ ใช้วิธีเมโทแลค จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ทั้ง 2 วิธีมีจำนวนผู้ใช้ใกล้เคียงกัน เพราะแต่ละวิธี ต่างมีทั้งข้อดีข้อเสีย ขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับซื้อและผู้ขายในพื้นที่นั้นๆ จะสะดวกวิธีใด ก็จะใช้วิธีนั้น

วิธีอบแห้งมีข้อดี คือ ได้เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง เที่ยงตรง แน่นอน ลูกค้าไม่กล้าใส่น้ำ และ %DRC เฉลี่ยทั้งปีจะใกล้เคียงกัน ผู้รับซื้อน้ำยางสดมีกำไรน้อยแต่กำไรแน่นอนคงเส้นคงวา ส่วนข้อเสีย คือ ใช้เวลานาน เสียเวลา ทำให้ลูกค้าคอยนาน มีขั้นตอนยุ่งยาก และเครื่องมือที่ใช้ราคาสูง ถ้าพื้นที่ไม่มีไฟฟ้าก็ใช้ไม่ได้ ลูกค้าที่มีนิสัยชอบใส่น้ำจะไม่ชอบวิธีนี้

ส่วนวิธีเมโทแลค (Metrolac) มีข้อดี คือ สะดวกรวดเร็ว ใช้ง่าย สามารถใช้ได้ทุกพื้นที่ แต่ก็มีข้อเสีย คือ คลาดเคลื่อนสูง ทำให้ผู้ซื้อมีโอกาสทั้งได้เปรียบและเสียเปรียบก็ได้ ถ้ากำไรก็จะกำไรมาก แต่ถ้าขาดทุนก็จะขาดทุนมากเช่นเดียวกัน

จากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อรายหนึ่งที่ได้เปลี่ยนจากวิธีเมโทแลคมาเป็นวิธีอบแห้ง พบว่า ในช่วงที่เพิ่งเปิดจุดรับซื้อได้เลือกใช้วิธีเมโทแลค เพราะเห็นว่า ใช้ง่ายดี แต่เมื่อใช้ต่อไปทำให้ต้องขาดทุนเป็นระยะเวลา 4 เดือน จนเกือบเลิกกิจการ ต่อมามีผู้รับซื้อที่ใช้วิธีอบแห้งแนะนำให้ลองใช้วิธีนี้ดู พบว่า ลูกค้าประจำที่ปกตินำน้ำยางมาขาย %DRC 24 % แต่เมื่อใช้วิธีอบแห้งกลับพบว่า %DRC จริงที่ได้เหลือเพียง 19 % จึงไม่น่าแปลกใจที่ว่า ทำไมจึงซื้อขาดทุน จากนั้นจึงใช้วิธีอบแห้งมาโดยตลอด ซึ่งทำให้ไม่ขาดทุนอีกเลย ส่วนลูกค้าที่ชอบใส่น้ำ ก็ไม่กล้าใส่น้ำอีกต่อไป

6) %DRC โดยเฉลี่ยที่รับซื้อ

ในช่วงฤดูร้อน เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (%DRC) เฉลี่ยที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้รับซื้อได้อยู่ที่ 32-33 % ส่วนในช่วงฤดูฝน เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (%DRC) เฉลี่ยที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้รับซื้อได้อยู่ที่ 31-32 %

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า มี %DRC ใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นฤดูกาลจึงไม่มีผลต่อ %DRC ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อพบว่า %DRC จะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับระบบการกรีดยาง ว่า กรีดบ่อยมากน้อยเพียงใด เช่น ถ้ากรีดทุกวันไม่มีหยุด ก็ส่งผลให้ %DRC ลดลง บางทีอาจทำให้ต้นยางโทรมและอายุการกรีดสั้นลงได้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับการดูแลใส่ปุ๋ยของเกษตรกรด้วย โดยปกติในช่วงฤดูร้อน น้ำยางที่กรีดได้จะมีน้ำอยู่น้อยทำให้มี %DRC ที่ดี และช่วงยางจะผลัดใบ ซึ่งอยู่ในช่วงเดือนเมษายนของทุกปี ในช่วงนี้เกษตรกรจะหยุดยาง ให้ต้นยางได้พักบ้าง ส่วนในฤดูฝน ถึงแม้วันที่ฝนตกทำให้กรีดยางไม่ได้ แต่ในวันที่ฝนหยุดลง ต้นยางจะสมบูรณ์และก็จะให้ %DRC ดีเช่นกัน แต่ถ้าวันใดชาวสวนกรีดยางเสร็จแล้ว ยางโดนฝน ก็มีผลให้ %DRC ลดลงได้ด้วย

อย่างไรก็ตาม %DRC ที่ซื้อได้ ขึ้นอยู่กับความซื่อสัตย์ของเกษตรกร เช่น ถ้าเกษตรกรมีการปลอมปนน้ำยาง โดยผสมน้ำลงไป เพื่อให้ได้น้ำหนักมากๆ ก็จะทำให้ %DRC ต่ำลงได้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับวิธีที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดรับซื้อด้วยตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

7) ราคาที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคารับซื้อน้ำยางสด

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.59 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ใช้ราคาหน้าโรงงานเป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคารับซื้อน้ำยางสด รองลงมาใช้ราคาที่บ่อรับซื้อเป็นเกณฑ์ จำนวน 8 ราย และใช้ราคาที่คู่แข่งใกล้เคียงรับซื้อเป็นเกณฑ์ จำนวน 7 ราย ที่เหลือใช้ราคาตลาดกลางยางพาราเป็นเกณฑ์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.06 41.18 และ 11.76 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ในพื้นที่นี้ไม่ได้ใช้ราคาในตลาดซื้อขายล่วงหน้า (AFET) หรือราคา TOCOM และ SICOM เป็นเกณฑ์เลย

8) ช่องทางรับรู้ราคาน้ำยางสด

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่รับรู้ราคาน้ำยางสดหน้าโรงงานข้น ด้วยการโทรถามราคาจากโรงงาน จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.12 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือรับรู้ราคาจากบอร์ดประกาศ ณ จุดขายที่โรงงานน้ำยางข้นหรือบ่อรับซื้อน้ำยางสด จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.65 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ในปัจจุบันการสื่อสารทางโทรศัพท์เป็นวิธีที่สะดวก รวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่อาจมีปัญหาบ้างสำหรับผู้อาศัยในพื้นที่ที่ไม่มีสัญญาณโทรศัพท์ หรือสัญญาณไม่ดี อาจทำให้ผู้รับซื้อแจ้งราคาล่าช้าไปบ้าง

9) วิธีชำระเงินค่าน้ำยางสดแก่ผู้ขาย

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่จ่ายเงินสดให้แก่ผู้น้ำยางสดมาขาย จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.35 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด และมีผู้รับซื้อ 2 ราย จ่ายค่าน้ำยางโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารให้แก่ผู้ขาย ที่เหลืออีก 1 รายใช้ทั้ง 2 วิธี คิดเป็นร้อยละ 11.77 และ 5.88 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ตามลำดับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนเงินที่ต้องจ่ายด้วย

10) เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

ในช่วงที่น้ำยางมาก ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ใช้เงินหมุนเวียนในการรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 117,352.94 บาทต่อวัน ส่วนในช่วงที่น้ำยางน้อย ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ใช้เงินหมุนเวียนในการรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 54,235.29 บาทต่อวัน

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้จะมากหรือน้อย นอกจากจะขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำยางสดแล้ว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ด้วย เช่น ขนาดของธุรกิจ ราคาน้ำยางสดที่รับซื้อ ถ้าในช่วงราคาน้ำยางสูงมากเกือบถึงกิโลกรัมละ 100 บาท จะต้องใช้เงินสดในการรับซื้อเป็นจำนวนมากตามไปด้วย ถ้าเงินหมุนเวียนไม่พอก็ไปกู้ยืมมา แต่เมื่อราคาลดลงมา ผู้รับซื้อน้ำยางสดก็ใช้เงินสดในการรับซื้อลดลงตาม ซึ่งจากการสัมภาษณ์ ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่อยากให้ราคาน้ำยางไม่สูงจนเกินไป เพราะจะได้ไม่ต้องสำรองเงินสดไว้เป็นจำนวนมากๆ ซึ่งไม่ปลอดภัยนัก เพราะเป็นที่จูงใจให้มิจฉาชีพมาจี้ปล้นได้ แต่ก็ไม่อยากให้ราคาตกต่ำจนเกินไป เพราะจะทำให้กำไรจากผลต่างน้ำหนักยางแห้งที่ขายได้น้อยลงด้วย

11) กำไรโดยเฉลี่ยที่ได้รับในแต่ละวัน

ในช่วงที่น้ำยางมาก ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ได้กำไรโดยเฉลี่ยต่อวัน 2,900 บาท ส่วนในช่วงที่น้ำยางน้อย ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ได้กำไรโดยเฉลี่ยต่อวัน 1,429.41 บาท ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า กำไรที่ได้รับคิดมาจาก ปริมาณน้ำหนักยางแห้งคูณกับส่วนเหลื่อมสุทธิ โดยทั่วไปผู้รับซื้อน้ำยางสดจะมีส่วนเหลื่อมสุทธิอยู่ที่ 0.50-2.00 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งส่วนเหลื่อมจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับคู่แข่งขันข้างเคียง เมื่อส่วนเหลื่อมค่อนข้างคงที่ ดังนั้นปริมาณน้ำยางที่รับซื้อจึงมีผลต่อกำไรที่ได้รับโดยตรงนั่นเอง ทั้งนี้ไม่นับรวมปัจจัยอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น ในกรณียางบูด หรือใส่แอมโมเนียน้อยเกินไป ตามที่โรงงานกำหนด ทำให้ถูกตัดราคา เป็นต้น

12) การบันทึกบัญชี

ผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมดทำการบันทึกบัญชีด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด เหตุผลที่ทำบัญชีเอง เนื่องจากเป็นการบันทึกบัญชีอย่างง่าย เพียงแค่ให้ทราบว่า วันนี้ซื้อได้เท่าไหร่ แล้วเมื่อนำไปขายได้เท่าไหร่ คำนวณแล้วกำไรหรือขาดทุน ซึ่งสมุดบัญชีทั่วไปที่ใช้จะตีเส้นเป็นช่องๆ ประกอบด้วย ชื่อผู้ขาย น้ำหนักยางสด %DRC น้ำหนักยางแห้ง ราคา และจำนวนเงิน บางรายอาจมีช่องลายเซ็นไว้ให้ผู้ขายลงชื่อเมื่อรับเงินนั่นเอง

4.2.3 การจำหน่ายน้ำยางสด

การจำหน่ายน้ำยางสดถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายในแต่ละวันของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด และเป็นขั้นตอนที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าขั้นตอนอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น การจำหน่ายน้ำยางสด ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 การจำหน่ายน้ำยางสด

ประเด็น	จำนวน (n=17)	ร้อยละ
สถานที่จำหน่ายน้ำยางสดที่รับซื้อได้*		
-โรงงาน	12	70.56
-บ่อน้ำยางสด	7	41.18
ระยะทางจากจุดรับซื้อถึงสถานที่จำหน่าย (กิโลเมตร)	15.65	
ระยะเวลาจากจุดรับซื้อถึงสถานที่จำหน่าย (นาที)	30.00	
การชำระเงินค่าน้ำยางสดที่นำไปจำหน่าย		
-เงินสด	7	41.18
-โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	8	47.06
-ทั้ง 2 แบบ	2	11.76

หมายเหตุ * หมายถึง ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

1) สถานที่จำหน่ายน้ำยางสดที่รับซื้อได้ในแต่ละวัน

เมื่อผู้รับซื้อน้ำยางสดซื้อยางเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะนำน้ำยางสดที่ซื้อได้ไปจำหน่าย โดยส่วนใหญ่ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้นิยมนำน้ำยางสดที่รับซื้อได้ไปขายที่โรงงานมีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.56 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ที่เหลือนิยมนำน้ำยางสดที่รับซื้อได้ไปขายยังบ่อน้ำยางสดในพื้นที่ มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ส่วนตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ไม่เป็นที่นิยมในการจำหน่ายผลผลิตในพื้นที่นี้

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดขนาดกลางและขนาดใหญ่ในพื้นที่นี้จะจำหน่ายน้ำยางสดที่โรงงานเพียงอย่างเดียว โดยโรงงานที่นิยมนำน้ำยางสดไปจำหน่าย ตั้งอยู่ในตำบลพะตง ได้แก่ บริษัท หาดสินรับเบอร์ จำกัด และบริษัท รับเบอร์แลนด์โปรดักส์ จำกัด ส่วนโรงงานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงนอกตำบลพะตง ได้แก่ บริษัท มาล์เทครับเบอร์ จำกัด บริษัท ทรัพย์มีลาเท็กซ์ จำกัด บริษัท อีฮัมฮวด จำกัด อยู่ในอำเภอสะเดา ส่วนบริษัท เอ็กซ์เซลรับเบอร์ จำกัด อยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อน้ำยางสดที่ขายน้ำยางที่โรงงานพบว่า ผู้รับซื้อ

ส่วนใหญ่มีโรงงานที่ส่งประจำอยู่ 1-2 แห่ง เพื่อสร้างทางเลือกและไว้เปรียบเทียบราคากันได้ ส่วนผู้รับซื้อน้ำยางสดรายย่อยจะขายน้ำยางที่บ่อน้ำยางสด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบ่อในพะตง เนื่องจากปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อได้มีไม่มากนัก จึงเลือกที่จะส่งบ่อใกล้ๆ เพื่อประหยัดเวลาและค่าน้ำมัน แต่ก็มีผู้รับซื้อรายย่อยบางรายเลือกที่จะส่งทั้งบ่อน้ำยางสดและโรงงานในพื้นที่ เพื่อสร้างทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิต

2) ระยะทางและระยะเวลาเดินทางจากจุดรับซื้อน้ำยางสดถึงสถานที่จำหน่าย

ผู้รับซื้อน้ำยางสดใช้ระยะทางในการขนส่งน้ำยางจากจุดรับซื้อถึงสถานที่จำหน่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 15-16 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาเดินทางโดยเฉลี่ย 30 นาที

3) วิธีรับชำระเงินค่าน้ำยางสดที่นำไปจำหน่าย

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ได้รับชำระเงินค่าน้ำยางสดที่นำไปจำหน่ายโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.06 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด รองลงมาจะได้รับเป็นเงินสด จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด และมีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.76 ของผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมด ได้รับเงินทั้งแบบเป็นเงินสดและโอนเงินผ่านบัญชี จากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อน้ำยางสดพบว่า ส่วนใหญ่โรงงานที่จ่ายค่ายางโดยโอนผ่านบัญชีธนาคาร เนื่องจากเป็นเงินจำนวนมากและเป็นวิธีที่สะดวก สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ ทำให้โรงงานไม่ต้องรับภาระในการถือเงินสดไว้เป็นจำนวนมาก ซึ่งวิธีนี้โรงงานจะโอนเงินเข้าบัญชีของผู้รับซื้อน้ำยางโดยตรงในวันรุ่งขึ้น แต่สำหรับน้ำยางสดที่ขายให้กับโรงงานในวันสุดสัปดาห์หรือวันหยุดธนาคาร ทางโรงงานก็จะโอนรวบยอดครั้งเดียวทันทีเมื่อธนาคารเปิดทำการ ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่จะไปถอนเงินกับธนาคารด้วยตนเอง บ้างก็ให้คู่สมรสไปถอนเงินให้ เพราะสามารถไว้ใจกันได้ ส่วนบ่อน้ำยางสดส่วนใหญ่จะจ่ายเงินให้กับผู้รับซื้อน้ำยางเป็นเงินสด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จะได้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปถอนเงินจากธนาคาร อย่างไรก็ตามสำหรับผู้รับซื้อที่ขายน้ำยางให้ทั้งโรงงานและบ่อน้ำยางสด ก็จะได้รับเงินค่าน้ำยางสดทั้ง 2 แบบ

4.3 ปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

สำหรับการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งแสดงผลตามระดับความคิดเห็นของผู้รับซื้อน้ำยางสดที่คิดเห็นว่าปัญหานั้นมีผลกระทบต่อธุรกิจมากน้อยเพียงใด โดยผู้วิจัยได้แบ่งปัญหาออกเป็น 7 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 ด้านการรับซื้อน้ำยางสด

ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดเกี่ยวกับประเด็นด้านการรับซื้อน้ำยางสดของธุรกิจว่า มีปัญหาระดับมากถึงน้อย (ตารางที่ 4.6) โดยประเด็นที่มีปัญหาระดับมากต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด คือ ปัญหาราคาน้ำยางสดผันผวน ส่วนปัญหาที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดมีความคิดเห็นว่า เป็นปัญหาระดับปานกลาง ซึ่งล้วนเป็นปัญหาเกี่ยวกับปริมาณผลผลิต ได้แก่ ปัญหาปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน ปริมาณผลผลิตล้นตลาด และปริมาณรับซื้อลดลงจากปีที่ผ่านมา ส่วนประเด็นที่เหลือ ได้แก่ ปัญหาคุณภาพน้ำยางสดไม่ดี ผลผลิตมีสิ่งปลอมปน ผลผลิตมี %DRC ต่ำ ขาดความรู้ความชำนาญในการรับซื้อน้ำยาง ขาดเทคนิคในการเก็บรักษาน้ำยาง ความผิดพลาดจากการวัด %DRC ความผิดพลาดจากการชั่งน้ำหนัก สถานที่รับซื้อไม่สะดวกสบาย ลูกค้าขาดความซื่อสัตย์ และจำนวนลูกค้ามีไม่แน่นอน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ ทางผู้รับซื้อน้ำยางสดมีความคิดเห็นว่า เป็นปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 4.6 ปัญหา และอุปสรรคด้านการรับซื้อน้ำยางสดที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ราคาน้ำยางสดผันผวน	3.88	มาก
ปริมาณรับซื้อลดลงจากปีที่ผ่านมา	2.94	ปานกลาง
ปริมาณผลผลิตล้นตลาด	2.88	ปานกลาง
ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน	2.82	ปานกลาง
ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.53	ปานกลาง
คุณภาพน้ำยางสดไม่ดี	2.41	น้อย
ผลผลิตมี %DRC (Dry Rubber Content) ต่ำ	2.24	น้อย
ความผิดพลาดจากการวัด %DRC	2.18	น้อย
จำนวนลูกค้ามีไม่แน่นอน	2.12	น้อย
ผลผลิตมีสิ่งปลอมปน	2.06	น้อย
ลูกค้าขาดความซื่อสัตย์	2.06	น้อย
ขาดเทคนิคในการเก็บรักษาน้ำยาง	1.94	น้อย
ขาดความรู้ความชำนาญในการรับซื้อน้ำยาง	1.82	น้อย
ความผิดพลาดจากการชั่งน้ำหนัก	1.82	น้อย
สถานที่รับซื้อไม่สะดวกสบาย	1.65	น้อย

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตจากปัญหาด้านการรับซื้อน้ำยางสดพบว่า ประเด็นที่เป็นปัญหาส่วนใหญ่นั้นเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับราคาน้ำยางสด และปริมาณผลผลิต ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่เป็นที่มาของรายได้ของธุรกิจ โดยในปี 2551 ที่ผ่านมา ราคาน้ำยางสดผันผวนเป็นอย่างมาก ซึ่งราคาปรับขึ้นสูงสุดถึงกิโลกรัมละ 103 บาท ในเดือนมิถุนายน และราคาปรับลดลงต่ำสุดถึงกิโลกรัมละ 25 บาท ในเดือนธันวาคม จากการสัมภาษณ์คุณบัญชา หวังสวาสดิ์ ผู้รับซื้อน้ำยางสดรายย่อยในหมู่ที่ 6 บ้านควนขี้แรด ซึ่งได้ให้ทัศนะว่า “การที่ราคาน้ำยางสดผันผวนส่งผลต่อการตั้งราคาในการรับซื้อน้ำยางสด เช่น วันนี้ประกาศว่าราคายางเพิ่มขึ้น 1 บาท พรุ่งนี้ลดลง 3 บาท บางวันมีการแจ้งปรับราคาขึ้นลงวันละ 2-3 ครั้ง ทำให้เกิดการสับสนว่า ตกลงราคาเป็นเท่าไรกันแน่ ส่วนการที่ราคายางสูงมากเกินไปทำให้ผู้รับซื้อน้ำยางสดต้องใช้เงินสดในการรับซื้อเป็นจำนวนมาก เวลากำไรก็กำไรมาก เวลาขาดทุนก็ขาดทุนมากเช่นกัน” ทั้งนี้เป็นผลมาจากราคาต่อหน่วยเป็นตัวคูณกับปริมาณน้ำหนักยางแห้งเพื่อจะได้จำนวนเงินที่รับซื้อนั่นเอง ส่วนการที่ราคายางต่ำเกินไป ทำให้เกษตรกรชาวสวนยางจะชะลอการกรีดยาง เนื่องจากกรีดไปก็ไม่คุ้ม เหนื่อยเท่าเดิมแต่ได้เงินน้อยลงมาก เกษตรกรจึงหันไปทำอาชีพเสริมอื่นๆ เพื่อหารายได้อื่นทดแทน ผู้รับซื้อจึงซื้อน้ำยางสดได้ปริมาณลดลง อีกทั้งส่วนเหลื่อมสุทธิที่ผู้รับซื้อจะได้รับก็จะลดลงด้วย ส่งผลให้ได้รายได้ลดลงตามไปด้วย

ส่วนประเด็นปัญหาเกี่ยวกับปริมาณผลผลิตน้ำยางก็ส่งผลต่อราคาเช่นกัน โดยปกติแล้วถ้าปริมาณน้ำยางมีเพียงพอต่อความต้องการของโรงงาน ทางโรงงานจะประกาศราคารับซื้อเพียงครั้งเดียวในแต่ละวัน ราคาจึงไม่ผันผวนมากนัก เนื่องจากโรงงานไม่จำเป็นต้องแย่งกันซื้อ แต่เนื่องจากปี 2551 ที่ผ่านมา ปริมาณน้ำยางมีน้อยกว่าปกติ จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงาน จึงทำให้ทางโรงงานต่างแย่งกันซื้อน้ำยาง ราคาจึงผันผวนมาก ยกตัวอย่างเช่น โรงงาน ก. ประกาศราคารับซื้อที่ 50 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นราคาที่สูงกว่าโรงงาน ข. อยู่ 1-2 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้โรงงาน ข. ที่ราคาต่ำกว่า เกรงว่าจะซื้อน้ำยางไม่ได้ หรือซื้อได้แต่น้อย ก็จะประกาศราคารับซื้อใหม่ เพื่อราคาจะได้เท่ากับโรงงาน ก. หรือสูงกว่าเล็กน้อย เพื่อไม่ให้ลูกค้าของตนไปส่งที่โรงงาน ก. ส่วนโรงงาน ก. เมื่อทราบว่า โรงงาน ข. ขึ้นราคามาสูงกว่า ก็จะประกาศปรับราคาขึ้นเพื่อเรียกลูกค้าให้มาส่งอีก และเป็นแบบนี้อยู่วันละ 2-3 ครั้ง ทำให้บางวันผู้รับซื้อน้ำยางสดซื้อเกือบจะเสร็จแล้ว แต่ราคายังไม่แน่นอน ต้องโทรตกลงราคากันจนวินาทีสุดท้าย โรงงานใดให้สูงกว่าก็เลี้ยวรถเข้าไปส่งโรงงานนั้นก็ยังมี ดังนั้นผู้รับซื้อน้ำยางสดจะต้องคอยติดตามสถานการณ์ราคาให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เสียประโยชน์ เพราะผู้รับซื้อน้ำยางสดแต่ละรายก็จะมีโรงงานที่ส่งเป็นประจำต่างกัน ราคาที่โรงงานให้จึงต่างกันด้วย ผู้รับซื้อเองก็ย่อมเลือกไปส่งโรงงานที่ให้ราคาดีกว่า และจะได้สามารถแข่งขันราคากับผู้รับซื้อใกล้เคียงได้ด้วย

4.3.2 ด้านการตลาด

ความคิดเห็นของผู้รับซื้อน้ำยางสดต่อปัญหาด้านการตลาดของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด มีปัญหาระดับมากถึงน้อย (ตารางที่ 4.7) โดยประเด็นปัญหาที่มีระดับมาก คือ ปัญหาคู่แข่งในตลาดมีมาก ส่วนประเด็นปัญหาที่มีระดับปานกลาง ได้แก่ คู่แข่งซื้อตัดราคากัน และคู่แข่งแย่งลูกค้า ส่วนประเด็นปัญหาการขาดความภักดีของลูกค้า ผู้รับซื้อแจ้งราคาผิดพลาด ผู้รับซื้อแจ้งราคาล่าช้า และขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาด ทางผู้รับซื้อน้ำยางสดเห็นว่า เป็นปัญหาระดับน้อย

ตารางที่ 4.7 ปัญหา และอุปสรรคด้านการตลาดที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
คู่แข่งในตลาดมีมาก	3.65	มาก
คู่แข่งซื้อตัดราคากัน	3.41	ปานกลาง
คู่แข่งแย่งลูกค้า	3.35	ปานกลาง
ผู้รับซื้อแจ้งราคาล่าช้า	2.41	น้อย
ผู้รับซื้อแจ้งราคาผิดพลาด	2.24	น้อย
ขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาด	2.24	น้อย
ขาดความภักดีของลูกค้า	2.18	น้อย

สำหรับปัญหาด้านการตลาดส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งในตลาดมีมาก เนื่องจากการประกอบอาชีพรับซื้อน้ำยางสดเป็นอาชีพอิสระ ใช้เวลาในการทำงานไม่มาก มีกำไรพอสมควรตามปริมาณที่ซื้อได้ จึงทำให้มีคนสนใจหันมาทำอาชีพนี้เพิ่มขึ้น เช่น ในหมู่บ้านหนึ่งเดิมมีผู้รับซื้อน้ำยางสดอยู่ 1 ราย ปริมาณน้ำยางสดที่ซื้อได้ต่อวัน 12,000 กิโลกรัม ต่อมามีผู้รับซื้อน้ำยางรายใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 3 ราย ทำให้น้ำยางที่มีอยู่ในพื้นที่นี้จะถูกเฉลี่ยไปให้กับรายที่ 2 รายที่ 3 และรายที่ 4 ด้วย เมื่อคู่แข่งในตลาดมีมากขึ้น จึงเป็นเหตุให้เกิดมีการซื้อตัดราคากัน และแย่งลูกค้ากัน โดยเฉพาะธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดขนาดใหญ่ 2 ราย ซึ่งมีปริมาณรับซื้อต่อวันไม่ต่ำกว่า 20,000 กิโลกรัม ทำให้ผู้รับซื้อรายใหญ่มีอำนาจการต่อรองด้านราคากับโรงงานเป็นพิเศษ โดยสามารถต่อรองขอราคาจากโรงงานเพื่อแข่งขันกับผู้รับซื้อรายใหญ่อีกรายได้ ผู้รับซื้อน้ำยางสดรายใดให้ราคาดีกว่า ก็จะมีลูกค้ามาขายน้ำยางมาก เช่น ผู้รับซื้อ ก. ติดต่อโรงงาน ก. เพื่อขอราคาให้สูงกว่าผู้รับซื้อ ข. ส่วนผู้รับซื้อ ข. เมื่อทราบว่า ลูกค้าของตน ถูกผู้รับซื้อ ก. แย่งไป ก็โทรไปขอโรงงาน ข. เพื่อขอราคาพิเศษให้สูงกว่าหรือเท่ากับผู้รับซื้อ ก. เพื่อเรียกลูกค้ากลับมา จากการแข่งขันราคา

ของผู้รับซื้อรายใหญ่ทำให้ลูกค้าของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดขนาดกลางหันไปส่งบ่อน้ำยางสดขนาดใหญ่มากขึ้น ซึ่งนอกจากธุรกิจรับซื้อขนาดกลางจะต้องแข่งขันกันเองแล้ว ยังถูกผู้รับซื้อน้ำยางสดรายใหญ่แย่งลูกค้าไปส่วนหนึ่ง จึงทำให้ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดขนาดกลางบางรายต้องออกไปรับน้ำยางสดจากนอกพื้นที่เข้ามาทดแทนในส่วนที่ถูกแย่งลูกค้าไป นอกจากนี้ผู้รับซื้อน้ำยางรายใหญ่ยังมีกลยุทธ์ในการแย่งชิงลูกค้ามาอีก โดยการส่งตัวแทนของตนไปเปิดจุดรับซื้อน้ำยางสดใกล้ๆ กับผู้รับซื้อรายอื่นๆ เพื่อแย่งชิงลูกค้าเข้ามา โดยอาศัยข้อได้เปรียบของผู้รับซื้อรายใหญ่ที่ได้ราคาสูงกว่า ซึ่งสามารถเพิ่มปริมาณยอดซื้อของผู้รับซื้อรายใหญ่ได้มากขึ้นอีกทางหนึ่ง

แต่อย่างไรก็ตาม นอกจากการแข่งขันราคาอย่างรุนแรงแล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่ยังพิจารณาอีกว่า ผู้รับซื้อรายนั้นซื้อด้วยความเที่ยงตรงหรือไม่ โดยจะดูทั้งการวัดน้ำหนักน้ำยางสด และการวัด %DRC เป็นปัจจัยประกอบในการตัดสินใจขายน้ำยางให้กับผู้รับซื้อน้ำยางสดรายนั้นๆ ด้วย เพราะถึงแม้ผู้รับซื้อน้ำยางสดให้ราคาดีมากแค่ไหน แต่ถ้าลูกค้ารู้สึกว่าถูกโกง หรือถูกเอาเปรียบแล้ว ลูกค้าก็จะไปขายน้ำยางให้ผู้รับซื้ออื่นที่ให้ราคารองลงมา แต่ซื้ออย่างยุติธรรมไม่เอาเปรียบลูกค้ามากกว่า ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า ราคาเปรียบเสมือนเครื่องจูงใจลูกค้า แต่การซื้อขายอย่างเป็นธรรมเปรียบเสมือนเครื่องมัดใจลูกค้า ให้เขามาขายน้ำยางให้เรานานๆ

4.3.3 ด้านสภาพดินฟ้าอากาศ

สำหรับปัญหาด้านสภาพดินฟ้าอากาศที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนั้น ผู้รับซื้อน้ำยางสด เห็นว่าเป็นปัญหาระดับปานกลางถึงน้อย (ตารางที่ 4.8) โดยประเด็นที่มีปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาฝนตกบ่อย และอากาศแปรปรวน ส่วนประเด็นที่มีปัญหาระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาอุทกภัย

ตารางที่ 4.8 ปัญหา และอุปสรรคด้านสภาพดินฟ้าอากาศที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ฝนตกบ่อย	2.94	ปานกลาง
อากาศแปรปรวน	2.94	ปานกลาง
อุทกภัย	2.18	น้อย

สำหรับปัญหาสภาพดินฟ้าอากาศนั้น เป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เพราะเป็นเรื่องของธรรมชาติ ถ้าสภาพอากาศดี เกษตรกรชาวสวนยางสามารถออกกรีดยางได้ ผู้รับซื้อน้ำยางสดก็มีน้ำยางให้รับซื้อกันทั่วหน้า แต่ในช่วงฤดูฝน โดยเฉพาะเดือนพฤศจิกายน ซึ่งในพื้นที่นี้จะมีฝนตกหนักมากกว่าเดือนอื่น ทำให้ชาวสวนยางไม่สามารถออกกรีดยางได้ จึงไม่มีน้ำยางมาขาย ผู้รับซื้อ

จึงซื้อน้ำยางได้น้อยลง บางวันก็หยุดซื้อถ้าฝนตกทั่วฟ้า ส่วนปัญหาอากาศแปรปรวนมีผลให้ต้นยางให้ผลผลิตน้ำยางไม่แน่นอน ส่งผลให้รับซื้อได้น้อยลง เพราะเกษตรกรชาวสวนยางส่วนหนึ่งเกิดความลังเลใจว่า จะออกกรีดยางดีหรือไม่ เพราะถ้ากรีดช่วงอากาศดี แต่ในขณะที่เก็บน้ำยางกลับมีฝนตกลงมา แล้วเก็บไม่ทัน หรือเก็บทันแต่ยางถูกฝน ทางด้านผู้รับซื้อ ถ้ามีผู้นำน้ำยางถูกฝนมาขายก็ต้องรับซื้อ ทำให้น้ำยางสดที่รับซื้อได้เปอร์เซ็นต์เนื้อยางต่ำ และคุณภาพไม่ค่อยดี ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ในแต่ละวันเกษตรกรชาวสวนยางและผู้รับซื้อน้ำยางสดควรติดตามฟังพยากรณ์อากาศของกรมอุตุนิยมวิทยาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจว่า วันนี้เกษตรกรชาวสวนควรกรีดยางหรือไม่ วันนี้ซื้อยางได้น้อยผู้รับซื้อควรเก็บยางไว้ก่อน แล้วค่อยรวมกับยางของวันถัดไปแล้วค่อยส่ง หรือจะส่งเลยดีกว่า เป็นต้น

4.3.4 ด้านการเงินและบัญชี

ความคิดเห็นของผู้รับซื้อน้ำยางสดต่อปัญหาด้านการเงินและบัญชีที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด โดยผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นปัญหาระดับน้อย (ตารางที่ 4.9) ได้แก่ ปัญหาขาดเงินทุนในการรับซื้อน้ำยางสด ขาดสภาพคล่อง ความผิดพลาดจากการรับเงินจ่ายเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ขาดความรู้ความชำนาญในการทำบัญชี ความผิดพลาดจากการทำบัญชี และขาดเทคโนโลยีที่ช่วยในการทำบัญชี

ตารางที่ 4.9 ปัญหา และอุปสรรคด้านการเงินและบัญชีที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ขาดเงินทุนในการรับซื้อน้ำยางสด	2.12	น้อย
ขาดสภาพคล่อง	2.00	น้อย
ขาดความรู้ความชำนาญในการทำบัญชี	1.88	น้อย
ขาดเทคโนโลยีที่ช่วยในการทำบัญชี	1.82	น้อย
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง	1.76	น้อย
ความผิดพลาดจากการทำบัญชี	1.65	น้อย
ความผิดพลาดจากการรับ/จ่ายเงิน	1.59	น้อย

จากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อน้ำยางสดเพิ่มเติมพบว่า ผู้รับซื้อส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการเงินและบัญชีในระดับน้อย สำหรับปัญหาด้านการเงิน เนื่องจากผู้รับซื้อส่วนใหญ่รับซื้อน้ำยางจนพอมีทุนอยู่บ้าง หากช่วงไหนมีเงินไม่พอ ก็สามารถหากู้ยืมได้โดยง่าย ทั้งแหล่งเงินกู้ใน

ระบบและนอกระบบ สำหรับการรับเงินจ่ายเงินผู้รับซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินการเอง เพราะเรื่องเงินไม่เข้าใครออกใครจึงคิดว่าดำเนินการเองดีกว่า ส่วนปัญหาด้านบัญชี ผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมดทำบัญชีเอง ซึ่งเป็นบัญชีอย่างง่าย โดยบันทึกรายการใส่สมุดบัญชี คิดเงินด้วยเครื่องคิดเลข ซึ่งบัญชีจะทำเสร็จในวันต่อวัน

4.3.5 ด้านบุคลากร

ความคิดเห็นของผู้รับซื้อน้ำยางสดต่อปัญหาด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด โดยผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นปัญหาระดับน้อย (ตารางที่ 4.10) ได้แก่ คนงานขาดความรู้ความสามารถ ความผิดพลาดจากการทำงานของคนงาน ขาดแคลนคนงาน คนงานไม่ขยัน ความซื่อสัตย์ของคนงาน ค่าจ้างและเงินเดือนสูง และคนงานลาออกและเปลี่ยนงานบ่อย

สาเหตุที่ปัญหาด้านบุคลากรทุกประเด็นอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากผู้ซื้อน้ำยางส่วนใหญ่มีคนในครอบครัวช่วยกันรับซื้อน้ำยาง และจ้างคนงานเพิ่ม คนงานส่วนใหญ่จะช่วยยกยาง เทยาง ชั่งยาง ขับรถซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้กำลังกาย ส่วนงานบัญชี การเงิน วัดเปอร์เซ็นต์ ผู้รับซื้อจะดำเนินการเอง ส่วนเรื่องค่าจ้างเงินเดือนนั้น ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดรายใหญ่ ผู้รับซื้อจะต้องจ้างคนงานมาก ก็ย่อมมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มากกว่าผู้รับซื้อรายเล็ก โดยจ่ายค่าแรง 200-250 บาทต่อคนต่อวัน ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผู้รับซื้อส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงค่าแรงที่ต้องคิดให้กับผู้รับซื้อเองและสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยงาน จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อาจต่ำกว่าความเป็นจริงก็เป็นได้ นอกจากนี้คนงานในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ทำงานกันมานาน และการที่ผู้รับซื้อมีสมาชิกในครอบครัวที่มาช่วยงานนั้น ทำให้รู้จักนิสัยใจคอกันอย่างดี ทำให้ปัญหาเรื่องคนงานลาออกหรือเปลี่ยนงานน้อยลงด้วย

ตารางที่ 4.10 ปัญหา และอุปสรรคด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ค่าจ้าง/เงินเดือนสูง	2.24	น้อย
คนงานไม่ขยัน	1.82	น้อย
คนงานขาดความรู้ความสามารถ	1.76	น้อย
ความผิดพลาดจากการทำงานของคนงาน	1.76	น้อย
ขาดแคลนคนงาน	1.76	น้อย
ความซื่อสัตย์ของคนงาน	1.65	น้อย
คนงานลาออก/เปลี่ยนงานบ่อย	1.65	น้อย

4.3.6 ด้านการจำหน่ายผลผลิต

ความคิดเห็นของผู้รับซื้อน้ำยางสดต่อปัญหาด้านการจำหน่ายผลผลิตที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด มีปัญหาระดับปานกลางถึงน้อย (ตารางที่ 4.11) โดยประเด็นปัญหาที่มีระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาช่องทางการจำหน่ายมีจำกัด โรงงานหรือบ่อน้ำยางสดกดราคา โรงงานหรือบ่อน้ำยางสดกด %DRC ส่วนประเด็นปัญหาที่มีระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาราคาน้ำมัน (ในปัจจุบัน) ต้นทุนการขนส่งสูง (ไม่รวมค่าน้ำมัน) เส้นทางการขนส่งไม่สะดวก น้ำหนักน้ำยางขาด %DRC ต่ำกว่าที่รับซื้อ ปัญหา VFA (Volatile Fatty Acid) สูง ทำให้ยางบูด การใส่แอมโมเนียไม่เพียงพอ ทำให้น้ำยางจับตัวเป็นก้อน รับเงินค่ายางล่าช้า และด่านตรวจจับน้ำหนัก

ตารางที่ 4.11 ปัญหา และอุปสรรคด้านการจำหน่ายผลผลิตที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ช่องทางการจำหน่ายมีจำกัด	2.59	ปานกลาง
โรงงาน/บ่อกดราคา	2.53	ปานกลาง
โรงงาน/บ่อกด %DRC	2.53	ปานกลาง
%DRC ขาด (ต่ำกว่าที่รับซื้อ)	2.47	น้อย
ต้นทุนการขนส่งสูง (ไม่รวมค่าน้ำมัน)	2.41	น้อย
เส้นทางการขนส่งไม่สะดวก	2.29	น้อย
ราคาน้ำมัน (ในปัจจุบัน)	2.24	น้อย
ใส่แอมโมเนีย (Ammonia Anhydrous)ไม่เพียงพอ	2.24	น้อย
น้ำหนักขาด (ต่ำกว่าที่รับซื้อ)	2.12	น้อย
ด่านตรวจจับน้ำหนัก	2.12	น้อย
รับเงินค่ายางล่าช้า	1.71	น้อย
VFA (Volatile Fatty Acid) สูง (ยางบูด)	1.53	น้อย

จากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อน้ำยางสด พบว่าสำหรับปัญหาด้านการจำหน่ายผลผลิตในประเด็นช่องทางจำหน่ายมีจำกัดนั้น โดยทั่วไปก่อนที่ผู้รับซื้อน้ำยางสดจะส่งน้ำยางให้กับโรงงานจะต้องไปติดต่อกับโรงงานเพื่อเปิดบัญชีก่อน โรงงานก็จะพิจารณาว่า ซื้ออยู่ที่ใด ปริมาณน้ำยางที่ซื้อได้เท่าไหร่ ถ้าปริมาณน้อยมาก ทางโรงงานก็จะแนะนำให้ไปส่งน้ำยางให้ผู้รับซื้อรายใหญ่หรือบ่อรวบรวมน้ำยางสด ซึ่งราคาต่ำกว่าโรงงานเล็กน้อย แต่ก็สะดวก เนื่องจากได้รับเงินสด

ทันทีที่ขายน้ำยาง แต่ถ้าส่งโรงงานจะได้รับเงินในวันถัดไป ส่วนผู้รับซื้อที่จำหน่ายน้ำยางให้กับโรงงาน ซึ่งในพื้นที่พะตงมี 2 โรง และในพื้นที่ใกล้เคียง 3-4 โรง ทั้งนี้ขึ้นกับว่าผู้รับซื้อแต่ละรายได้ติดต่อกับโรงงานไว้มากน้อยแค่ไหน ถ้าติดต่อไว้หลายโรง ก็จะมีช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น แต่ถ้าติดต่อไว้เพียง 1-2 โรง ก็จะทำให้มีช่องทางจำหน่ายจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่ติดต่อไว้เพียง 1-2 โรง จึงทำให้มีทางเลือกในการจำหน่ายไม่มากนัก

ส่วนการที่ผู้รับซื้อส่วนใหญ่เห็นว่า โรงงานกดราคาบ้าง โรงงานกด %DRC บ้างนั้น โดยปกติแล้ว โรงงานจะรับซื้อในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาตลาดหรือราคาโรงงานคู่แข่งอยู่แล้ว การที่โรงงานกดราคาจะเป็นในกรณีที่น้ำยางสดของผู้รับซื้อมีปัญหา เช่น ผู้รับซื้อใส่แอมโมเนีย (NH_3) ไม่ถึงตามสัดส่วนที่โรงงานกำหนด หรือน้ำยางสดมีค่าจำนวนกรดไขมันระเหย (Volatile Fatty Acid) สูงเกินกำหนด เป็นต้น โรงงานก็จะตัดราคาตามที่โรงงานกำหนดไว้ จึงทำให้ผู้รับซื้อจะขายน้ำยางสดได้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ได้แจ้งไว้ ส่วนในกรณีที่โรงงานนั้นไม่มีคู่แข่งใกล้เคียง ก็จะตั้งราคารับซื้อต่ำกว่าราคาตลาดเล็กน้อย ทำให้ผู้รับซื้อรู้สึกว่าโรงงานกดราคา

สำหรับประเด็นเรื่องโรงงานกด %DRC ตามปกติโรงงานจะมีวิธีการหาค่า %DRC ที่ได้มาตรฐาน โดยสุ่มเก็บตัวอย่างน้ำยางจากผู้รับซื้อ แล้วทำเป็นตัวอย่างประมาณ 3 ตัวอย่าง เพื่อเปรียบเทียบกัน ซึ่งเป็นค่า %DRC ที่ถูกต้องแม่นยำมาก ส่วน %DRC ที่จะให้กับผู้รับซื้อนั้น ทางโรงงานจะหักออกประมาณ 0.10-0.20% ซึ่งแต่ละโรงงานมีการหักไม่เหมือนกัน ทำให้ผู้รับซื้อรู้สึกว่า โรงงานกด %DRC นั่นเอง นอกจากนี้บางโรงงานยังมีนโยบายเกี่ยวกับ %DRC เพิ่มเติมอีก เช่น โรงงาน ก. มีนโยบายว่า ถ้า %DRC ของน้ำยางสดที่มาส่งต่ำกว่า 26% จะถูกตัดราคา กล่าวคือ ถ้า %DRC อยู่ระหว่าง 26.00-26.99% จะถูกหัก 0.50 บาทต่อกิโลกรัม ถ้า %DRC อยู่ระหว่าง 25.00-25.99% จะถูกหัก 1 บาทต่อกิโลกรัม และถ้า %DRC ต่ำกว่า 25.00% จะถูกหัก 3 บาทต่อกิโลกรัมขึ้นไป เป็นต้น ทั้งนี้โรงงานออกนโยบายดังกล่าวเพื่อต้องการให้ได้น้ำยางสดที่มีคุณภาพเข้าสู่กระบวนการผลิตน้ำยางข้น เพราะโรงงานเคยประสบปัญหา %DRC ที่ลูกค้านำมาขายต่ำ จึงทำให้ประสิทธิภาพการผลิตน้ำยางข้นลดลง จะต้องเสียต้นทุนในการผลิตน้ำยางข้นสูงขึ้น ทางโรงงานจึงออกนโยบายดังกล่าวเพื่อแก้ปัญหานี้ ดังนั้นผู้รับซื้อน้ำยางสดจะต้องควบคุมเรื่องคุณภาพของน้ำยางสดที่รับซื้อจากเกษตรกรชาวสวนยางให้มากขึ้น

4.3.7 ด้านอื่นๆ

ความคิดเห็นของผู้รับซื้อน้ำยางสดต่อปัญหาด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดมีปัญหาระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด (ตารางที่ 4.12) ซึ่งประเด็นปัญหาที่มีระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาความเสี่ยงจากการถูกปล้นเงิน เศรษฐกิจชะลอตัว และขาดนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับประเด็นปัญหาที่มีระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาถูกขโมยเครื่องมือทำมาหากิน และอุบัติเหตุใน

การทำงาน ส่วนปัญหาการก่อการร้ายจากผู้ก่อความไม่สงบ ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เห็นว่าส่งผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.12 ปัญหา และอุปสรรคด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	คะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ขาดนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ	3.18	ปานกลาง
เศรษฐกิจชะลอตัว	3.12	ปานกลาง
ความเสี่ยงจากการถูกปล้นเงิน	2.82	ปานกลาง
ถูกขโมยเครื่องมือทำมาหากิน	2.06	น้อย
อุบัติเหตุในการทำงาน	1.82	น้อย
การก่อการร้ายจากผู้ก่อความไม่สงบ	1.35	น้อยที่สุด

จากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อน้ำยางสดเพิ่มเติม พบว่า สำหรับปัญหาความเสี่ยงจากการถูกปล้นเงินนั้น ส่วนมากเกิดขึ้นในกรณีที่จุดรับซื้ออยู่ห่างจากหมู่บ้านพอสมควร ช่วงการเดินทางไปจุดรับซื้อจะถูกดักปล้นระหว่างทาง โดยโจรจะใช้วิธีสะกดรอยตามผู้รับซื้อน้ำยางสด จากจุดรับซื้อถึงบ้านผู้รับซื้อ ถ้าผู้รับซื้อรายใดมีกิจวัตรประจำวันเหมือนๆ กันทุกวัน ทำให้โจรจับพฤติกรรมได้ ก็จะมาดักซุ่มตามเส้นทางที่ผู้รับซื้อผ่าน อาศัยผู้รับซื้อเดินทางคนเดียว หรือไม่มีผู้คน ทำการจี้ปล้นได้เงินไป ส่วนกรณีซื้อในหมู่บ้านจะไม่ค่อยมีปัญหา เนื่องจากมีผู้คนผ่านไปผ่านมา นอกจากนี้จุดรับซื้อที่ห่างไกลหมู่บ้านยังเสี่ยงต่อการถูกขโมยเครื่องมือทำมาหากิน เช่น ตาชั่ง เป็นต้น ดังนั้นผู้รับซื้อจะต้องล่ามโซ่ใส่กุญแจให้แน่นหนาขึ้น ส่วนปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้ความต้องการน้ำยางของโรงงานอุตสาหกรรมผลิตที่เกี่ยวกับยางใช้ยางน้อยลง ทำให้ราคาของน้ำยางลดต่ำลงอย่างมาก มีผลกระทบต่อเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้รับซื้อน้ำยางมีรายได้ลดลงตามไปด้วย ส่วนปัญหาการขาดนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนมากจะหาความรู้จากผู้ที่ประกอบธุรกิจน้ำยางสดที่เคยซื้อมาก่อน ซึ่งเป็นญาติพี่น้อง เพื่อน หรือเพื่อนบ้าน มากกว่าที่จะได้รับความรู้จากภาครัฐ เพราะผู้รับซื้อส่วนมากไม่ทราบว่าจะหาความรู้จากหน่วยงานใดที่จะสนับสนุนช่วยเหลือ

ส่วนปัญหาการก่อการร้ายจากผู้ก่อความไม่สงบนั้น ในพื้นที่นี้ไม่มีปรากฏ ดังนั้นจึงส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดน้อยที่สุด

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษาเรื่อง ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายใต้ข้อจำกัดในการศึกษาที่ผู้วิจัยพบในระหว่างทำวิจัย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาวิจัยทางด้านนี้ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนี้ จะได้นำไปพัฒนาธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดให้มีความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.3 ข้อจำกัดในการทำวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้รับซื้อน้ำยางสด ลักษณะทางธุรกิจและการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด โดยเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง คือ ตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากเป็นพื้นที่ปลูกยางอย่างหนาแน่นมากร้อยละ 99.63 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมดของตำบล และมีธุรกิจซื้อขายน้ำยางสดผูกพันกับวิถีชีวิตของชุมชนชาวสวนยาง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทุกหน่วยประชากร (Census) จำนวน 17 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเป็น 6 ประเด็นใหญ่ๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.1 ลักษณะทางสังคมของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งตรงกับพื้นฐานทางสังคมไทยให้ผู้ชายเป็นหัวหน้าครอบครัว โดยผู้รับซื้อน้ำยางสดมีอายุเฉลี่ย 42 ปี ผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ และมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นซึ่งเป็นไปตามการศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่รัฐกำหนดไว้ นอกจากนี้ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่สมรสแล้ว ซึ่งมีคู่สมรสช่วยกันประกอบธุรกิจร่วมกัน จึงเป็นกำลังใจที่ดีในการทำงาน แต่อย่างไรก็ตามการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการของผู้รับซื้อ เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และความขยันขันแข็ง เป็นต้น ผู้รับซื้อน้ำยางสดมีสมาชิก

ในครัวเรือนโดยเฉลี่ย 4-5 คน ซึ่งเป็นสมาชิกที่มีส่วนช่วยประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ย 2-3 คน โดยมีหน้าที่รับผิดชอบ ได้แก่ ทำบัญชี รับเงิน จ่ายเงิน ทำตัวอย่างยาง และดูแลจัดการทั่วไป ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นทั้งสมาชิกของสถาบันหรือองค์กรทางการเกษตรและสมาชิกสถาบันหรือองค์กรอื่นๆ ที่ไม่ใช่ทางการเกษตรด้วย

5.1.2 ลักษณะทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับซื้อน้ำยางสดเป็นอาชีพหลัก ซึ่งก่อนหน้าที่จะมารับซื้อน้ำยางสด เคยทำสวนยางมาก่อน และจะขายน้ำยางสดให้กับพ่อค้าคนกลาง ต่อมาเล็งเห็นโอกาสที่ดีที่จะทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ดังนั้นจึงผันตนเองมาเป็นพ่อค้ารับซื้อน้ำยาง นอกจากนี้ยังมีอาชีพรองด้วย คือ อาชีพทำสวน รับเหมาก่อสร้าง และขายของชำ ส่วนผู้รับซื้อน้ำยางสดที่ประกอบอาชีพรับซื้อน้ำยางสดเป็นอาชีพรอง จะประกอบอาชีพทำสวนเป็นอาชีพหลัก ซึ่งผู้รับซื้อน้ำยางสดมีรายได้สุทธิจากการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 330,364.71 บาทต่อปี สาเหตุที่ธุรกิจนี้ทำรายได้สุทธิอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากพื้นที่พะตงมีสวนยางอย่างหนาแน่น จึงทำให้ปริมาณน้ำยางสดในพื้นที่นี้มีมากตามไปด้วย ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด และยังมีรายได้สุทธิจากแหล่งอื่นๆ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 264,545.45 บาทต่อปี ซึ่งสามารถช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับผู้รับซื้อน้ำยางได้อีกทางหนึ่ง ส่วนแหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจของผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ใช้ทั้งเงินทุนของตนเองและกู้ยืมมา แต่อย่างไรก็ตามผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน ซึ่งจะกู้เงินจากแหล่งเงินกู้ในระบบ ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ ธ.ก.ส. และสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และกลุ่มออมทรัพย์ นอกจากนี้ยังมีการกู้เงินจากแหล่งเงินกู้นอกระบบ ได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อน และเพื่อนบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะกู้จำนวน 200,000-600,000 บาท โดยวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมส่วนใหญ่ คือ กู้ยืมเพื่อนำมาหมุนเวียนในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

5.1.3 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีรูปแบบของกิจการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรกเฉลี่ยอยู่ที่ 134,705.88 บาท ซึ่งผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้มีประสบการณ์โดยเฉลี่ย 7 ปี ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดตัดสินใจทำธุรกิจนี้ คือ เห็นว่าเป็นธุรกิจที่ซื้อง่ายขายคล่อง อีกทั้งเป็นธุรกิจที่มีขั้นตอนการดำเนินงานไม่ยุ่งยาก มีความมั่นคง เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ดี นอกจากนี้เห็นว่าเป็นอาชีพอิสระและเป็นธุรกิจที่นิยมทำกันในพื้นที่นี้ ผู้ซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ตัดสินใจทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนี้ด้วยตนเองและเรียนรู้ที่จะทำธุรกิจนี้ด้วยตัวเอง ส่วนหน่วยงานราชการค่อนข้างมีบทบาทน้อยในการแนะนำและให้ความรู้แก่ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้

สำหรับขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละวัน เริ่มด้วยผู้รับซื้อน้ำยางสดไปยังจุดรับซื้อน้ำยางสดตั้งแต่เช้า จากนั้นก็เตรียมอุปกรณ์ที่ใช้รับซื้อน้ำยางให้พร้อมใช้งาน เมื่อมีลูกค้านำน้ำยางสดมาขาย ก็จะทำการชั่งน้ำหนักน้ำยางสด จากนั้นจึงวัดหาค่าเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (%DRC) เพื่อคำนวณน้ำหนักยางแห้ง และคิดเงินให้ลูกค้า ในระหว่างการรับซื้อน้ำยางสด จะต้องเติมแอมโมเนียและโซเดียมซัลไฟท์บางส่วนลงในน้ำยางสดที่ลูกค้านำมาขายเพื่อรักษาสภาพน้ำยางสด เมื่อลูกค้านำน้ำยางมาขายหมดแล้ว ก็ทำการรวมน้ำหนักน้ำยางสดและน้ำหนักยางแห้งทั้งหมดที่ซื้อได้ และจำนวนเงินทั้งหมดที่ต้องจ่ายให้ลูกค้าในแต่ละวันให้เสร็จเรียบร้อย จากนั้นนำน้ำยางสดที่ซื้อได้บรรทุกรถไปส่งโรงงานหรือบ่อรับซื้อ เมื่อไปถึงก็จะทำการชั่งน้ำหนักของน้ำยางสด เก็บตัวอย่างน้ำยาง เพื่อไปตรวจสอบคุณภาพ ถ้าผ่านการตรวจสอบก็จะปล่อยน้ำยางลงบ่อรวบรวมน้ำยาง เมื่อปล่อยน้ำยางเสร็จแล้ว จึงรับแอมโมเนียจากโรงงานตามน้ำหนักน้ำยางสดที่มาส่ง จึงเสร็จสิ้นภารกิจใน 1 วัน

ส่วนอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่จะเหมือนกัน ได้แก่ ตาชั่ง ไดโวสูบน้ำยาง รอกยกถังน้ำยาง ขาตั้งรอกยก ถังรับน้ำยาง ไปจนถึงโต๊ะ เก้าอี้ เครื่องคิดเลข บิลน้ำยาง และสมุดบัญชี ส่วนอุปกรณ์และเครื่องมือที่แตกต่างกันจะแบ่งตามวิธีหาค่า %DRC เป็น 2 กรณี คือ วิธีเมโทแลคและวิธีอบแห้ง

ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่มีลูกจ้างเฉลี่ย 3-4 คน ซึ่งส่วนใหญ่ให้ค่าตอบแทนแก่ลูกจ้างในรูปของค่าจ้างรายวันคนละ 200-250 บาท ส่วนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เป็นรถกระบะ ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เช่าที่ดินเพื่อตั้งจุดรับซื้อ ซึ่งจุดรับซื้อส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนที่ราบ อยู่ติดถนนลาดยางและอยู่ใกล้กับชุมชนซึ่งเป็นทำเลที่ดีในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรชาวสวนยางและพ่อค้าน้ำยางรายย่อยที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นๆ ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เห็นว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีทิศทางเติบโตและหดตัวในจำนวนที่เท่ากัน และเห็นว่า ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในปัจจุบัน (ปี 2551) มีทิศทางหดตัว เนื่องจากน้ำยางราคาตกต่ำมาก ราคาผันผวน คู่แข่งเยอะ เศรษฐกิจไม่ดี ทำมาหากินลำบากขึ้น

5.1.4 ลักษณะการดำเนินการรับซื้อน้ำยางสด

ลักษณะสถานที่ที่ใช้ดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ปลูกสร้างอย่างเรียบง่าย เป็นเพิงหมาแหงน มีเสาไม้ 4-6 เสา หลังคามุงจาก บ้างก็มุงสังกะสี หรือมุมกระเบื้องพอกันแดดกันฝนได้และอยู่ใต้ต้นไม้ใหญ่เพื่อให้ร่มเงา ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละวันเฉลี่ยอยู่ที่ 5 ชั่วโมง จำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน 37 คน ปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อโดยเฉลี่ยในแต่ละวันโดยเฉลี่ย เท่ากับ 5,728.26 กิโลกรัม ผู้รับซื้อน้ำยางสดนิยมหาค่า %DRC ด้วยวิธี

อบแห้งและวิธีเมโทแลค ซึ่งทั้ง 2 วิธีมีจำนวนผู้ใช้ใกล้เคียงกัน เพราะแต่ละวิธีต่างมีทั้งข้อดีข้อเสียขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับซื้อและผู้ขายในพื้นที่นั้นๆ จะสะดวกวิธีใด ก็จะใช้วิธีนั้น ซึ่ง %DRC โดยเฉลี่ยที่รับซื้อในช่วงฤดูร้อนอยู่ที่ 32-33% ส่วนในช่วงฤดูฝนอยู่ที่ 31-32% ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ใช้ราคาหน้าโรงงานเป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคารับซื้อน้ำยางสด และรับรู้ราคาน้ำยางสดผ่านช่องทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวก รวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่อาจมีปัญหาบ้างสำหรับผู้อาศัยในพื้นที่ที่ไม่มีสัญญาณโทรศัพท์ หรือสัญญาณไม่ดี อาจทำให้ผู้รับซื้อแจ้งราคาล่าช้าไปบ้าง ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่จ่ายเงินสดให้แก่ผู้น้ำยางสดมาขาย ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ใช้เงินหมุนเวียนในการรับซื้อน้ำยางสดในช่วงที่น้ำยางมากโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 117,353 บาทต่อวัน ส่วนในช่วงที่น้ำยางน้อย ใช้เงินหมุนเวียนในการรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 54,235 บาทต่อวัน ในช่วงที่น้ำยางมาก ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ได้กำไรโดยเฉลี่ยต่อวัน 2,900 บาท ส่วนในช่วงที่น้ำยางน้อย ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้ได้กำไรโดยเฉลี่ยต่อวัน 1,429 บาท ผู้รับซื้อน้ำยางสดทั้งหมดทำการบันทึกบัญชีด้วยตนเอง

5.1.5 การจำหน่ายน้ำยางสด

ผู้รับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นี้นิยมนำน้ำยางสดที่รับซื้อได้ไปขายที่โรงงาน และบ่อน้ำยางสดในพื้นที่ ส่วนตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ไม่เป็นที่นิยมในการจำหน่ายผลผลิตในพื้นที่นี้ ผู้รับซื้อน้ำยางสดใช้ระยะทางในการขนส่งน้ำยางจากจุดรับซื้อถึงสถานที่จำหน่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 15-16 กิโลเมตร ซึ่งใช้ระยะเวลาเดินทางโดยเฉลี่ย 30 นาที ผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่ได้รับชำระเงินค่าน้ำยางสดที่นำไปจำหน่ายโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร บ้างก็ได้รับเป็นเงินสดหรือได้ทั้ง 2 แบบ

5.1.6 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ผู้รับซื้อน้ำยางสดมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในประเด็นต่างๆ 7 ประเด็น ดังนี้

1) ปัญหาด้านการรับซื้อน้ำยางสดของธุรกิจว่า มีปัญหาระดับมากถึงน้อย โดยประเด็นที่มีปัญหาระดับมากต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด คือ ปัญหาราคาน้ำยางสดผันผวน รองลงมาได้แก่ ปัญหาปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน ปริมาณผลผลิตล้นตลาด และปริมาณรับซื้อลดลงจากปีที่ผ่านมา

2) ปัญหาด้านการตลาดของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด มีปัญหาระดับมากถึงน้อย โดยประเด็นปัญหาที่มีระดับมาก คือ ปัญหาคู่แข่งในตลาดมีมาก รองลงมา ได้แก่ ปัญหาคู่แข่งซื้อตัดราคากัน และคู่แข่งแย่งลูกค้า

3) ปัญหาด้านสภาพดินฟ้าอากาศที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดนั้น ผู้รับซื้อน้ำยางสดเห็นว่าเป็นปัญหาระดับปานกลางถึงน้อย โดยประเด็นที่มีปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาฝนตกบ่อย และอากาศแปรปรวน

4) ปัญหาด้านการเงินและบัญชีที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด โดยผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นปัญหาระดับน้อย

5) ปัญหาด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด โดยผู้รับซื้อน้ำยางสดส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นปัญหาระดับน้อย

6) ปัญหาด้านการจำหน่ายผลผลิตที่ส่งผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด มีปัญหาระดับปานกลางถึงน้อย โดยประเด็นปัญหาที่มีระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาช่องทางการจำหน่ายมีจำกัด โรงงานหรือบ่อน้ำยางสดกดราคา โรงงานหรือบ่อน้ำยางสดกด %DRC

7) ปัญหาด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด มีปัญหาระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด ซึ่งประเด็นปัญหาที่มีระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาความเสี่ยงจากการถูกปล้นเงิน เศรษฐกิจชะลอตัว และขาดนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ส่วนปัญหาระดับน้อยที่สุด คือ การก่อการร้ายจากผู้ก่อความไม่สงบ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อเสนอแนะ และแนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อพัฒนาธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในอนาคต โดยผู้วิจัยแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านการรับซื้อน้ำยางสด

1) การที่ราคาน้ำยางสดผันผวนมาก ผู้รับซื้อควรติดตามสถานการณ์ราคายางจากแหล่งต่างๆ อย่างใกล้ชิด เช่น ราคาหน้าโรงงาน ราคาตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ TOCOM SICOM AFET และควรตั้งราคารับซื้อน้ำยางสดตามราคาที่ได้รับจากโรงงาน ถ้าราคาขึ้น ก็ให้ขึ้น ถ้าราคาลงก็ให้ลงตาม ไม่ควรซื้อสูงกว่าราคาที่ตนได้รับ ก็จะเป็นการปลอดภัยกับธุรกิจที่สุด เพราะถึงจะได้กำไรน้อย แต่ก็ไม่ขาดทุน

2) วิธีหาค่า %DRC ของน้ำยางสดที่ลูกค้านำมาขาย ควรใช้วิธีอบแห้ง ซึ่งนอกจากจะเป็นการแก้ปัญหาการปลอมปนในน้ำยางสดของเกษตรกรแล้ว ยังเป็นการลดคำครหาเรื่องความไม่ซื่อสัตย์ต่อกันระหว่างผู้รับซื้อและเกษตรกรผู้นำผลผลิตมาขายได้ในระยะยาวได้อีกด้วย

3) การที่ราคาน้ำยางผันผวน ควรพลิกวิกฤตเป็นโอกาส โดยหาทางเลือกอื่นๆ เช่น ถ้าราคาน้ำยางสดต่ำกว่าราคายางแผ่นมากๆ ถึง 10 บาทต่อกิโลกรัม แทนที่จะนำน้ำยางส่งโรงงาน ก็แปรรูปเป็นยางแผ่นดิบ เพื่อขายทำกำไรเป็นครั้งคราวไป แต่ถ้าราคาน้ำยางสดกับยางแผ่นไม่

ต่างกันนัก ก็ให้ขายน้ำยางสดเหมือนเดิม เพราะมีความเสี่ยงน้อยกว่า ทั้งนี้มีเงื่อนไขอยู่ว่า ผู้รับซื้อรายนั้นมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ทำยางแผ่นอยู่ก่อนแล้ว

4) ในการรับซื้อน้ำยางสดนั้น ผู้รับซื้อจะต้องมีความอดทน และพยายามแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ ควรเรียนรู้และทดลองเพื่อหาวิธีที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้

5) ผู้รับซื้อควรเลือกทำเลที่ตั้งของจุดรับซื้อน้ำยางสด ให้เข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อลูกค้าจะได้เดินทางมาขายได้อย่างสะดวก

5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านการตลาด

1) ในพื้นที่ใดที่มีจุดรับซื้อน้ำยางสดอยู่อย่างหนาแน่นอยู่แล้ว ไม่ควรเข้าไปเปิดจุดรับซื้อน้ำยางสดเพิ่มอีก เนื่องจากจะทำให้การแข่งขันรุนแรงมากขึ้น เพราะปริมาณน้ำยางสดในพื้นที่นั้นมีเท่าเดิม แต่ถ้ามีผู้รับซื้อน้ำยางสดเข้าไปเปิดจุดใหม่เพิ่มขึ้นอีก ก็จะทำให้ผู้รับซื้อแต่ละรายรับซื้อน้ำยางสดได้ปริมาณลดลง ต่างฝ่ายต่างแย่งชิงลูกค้ากัน ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อผู้รับซื้อน้ำยางสดด้วยกันเอง

2) ควรรับซื้อน้ำยางด้วยความซื่อสัตย์ ราคายุติธรรมตามท้องตลาด ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้า เพื่อจะได้ค้าขายกันนานๆ เพราะผู้รับซื้อที่มีจรรยาบรรณในการทำธุรกิจเท่านั้น ที่จะอยู่รอดได้ในระยะยาว

3) ผู้รับซื้อควรสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าตามสมควร เพราะการให้บริการที่เป็นกันเอง จะทำให้ลูกค้าประทับใจและมีความภักดีต่อผู้รับซื้อ นอกจากนี้ควรมีกิจกรรมคืนกำไรกลับสู่สังคม เช่น การให้ทุนการศึกษาแก่บุตรหลานของลูกค้า การฟื้นฟูสภาพพื้นที่บริเวณใกล้เคียงจุดรับซื้อ โดยการขุดลอกคูระบายน้ำและทำความสะอาดให้เรียบร้อย เป็นต้น

4) ควรมีตลาดรองรับน้ำยางให้มากขึ้น เพื่อสร้างทางเลือกให้กับผู้รับซื้อน้ำยางสด

5) ผู้รับซื้อไม่ควรแย่งชิงลูกค้าโดยซื้อตัดราคากันเอง เพราะจะทำให้รายได้ของผู้รับซื้อน้อยลง ซึ่งการตัดราคามากเกินไป จะทำให้ได้ปริมาณน้ำยางสดมาก แต่แทบจะไม่ได้กำไรเลย

5.2.3 ข้อเสนอแนะด้านสภาพดินฟ้าอากาศ

1) เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ฝนตก ฝนแล้ง หรืออากาศแปรปรวน เป็นต้น ผู้รับซื้อน้ำยางสดควรจะติดตามข่าวสารพยากรณ์อากาศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้วางแผนในการทำงานล่วงหน้า

2) ในช่วงฤดูฝน มีฝนตกเกือบทุกวัน หากวันใดรับซื้อน้ำยางสดได้ปริมาณไม่มากนักก็ควรเก็บรักษาน้ำยางสดไว้ก่อน โดยเติมสารเคมีรักษาสภาพน้ำยางสดอย่างเพียงพอ จากนั้นค่อย

รวมกับน้ำยางที่ซื้อได้ในวันถัดไป แล้วจึงค่อยส่งโรงงานทีเดียว เพื่อประหยัดค่าขนส่ง แต่ถ้าดูสถานการณ์แล้วว่า ฟ้าฝนไม่แน่ไม่นอน พรุ่งนี้อาจมีฝนตกอีก ก็ควรนำน้ำยางไปส่งเลย

3) ในช่วงฤดูร้อน อากาศจะร้อนมาก ทำให้น้ำยางอาจเสียสภาพได้เร็วขึ้น ดังนั้นผู้รับซื้อจะต้องเติมสารเคมีเพื่อรักษาสภาพน้ำยางสดเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากนั้นเมื่อซื้อเสร็จควรรีบนำน้ำยางสดส่งโรงงาน

4) ให้ระมัดระวังและเอาใจใส่คุณภาพน้ำยางสดเป็นพิเศษในช่วงเปิดกรีดยางใหม่ๆ และช่วงฤดูฝน เพราะน้ำยางสดจะจับตัวเป็นเม็ดหรือก้อนได้ง่าย

5.2.4 ข้อเสนอแนะด้านการเงินและการบัญชี

1) ผู้รับซื้อน้ำยางสดควรดูแลด้านการเงินและบัญชีด้วยตัวเอง แต่ถ้าไม่สะดวกทำเอง ควรจะหาบุคคลที่ไว้ใจได้มาทำแทน เนื่องจากเป็นหน้าที่ที่ต้องอาศัยความละเอียดรอบคอบ และความซื่อสัตย์เป็นสำคัญ

2) ในแต่ละวันที่รับซื้อน้ำยางเสร็จ ผู้รับซื้อควรจะรวมยอดปริมาณน้ำยางสด ปริมาณยางแห้ง และจำนวนเงินให้เรียบร้อย เพื่อจะได้สะดวกในการตรวจสอบเปรียบเทียบกับยอดที่ขายให้กับโรงงาน เช่น ถ้าน้ำหนักยางแห้งที่ซื้อได้กับที่โรงงานออกให้ต่างกันมาก จะได้ทำการทักท้วงให้โรงงานตรวจสอบใหม่ได้ทันที เพราะถ้าผ่านไปหลายวัน การตรวจสอบย้อนหลังจะทำได้ยากขึ้น เป็นต้น

3) ผู้รับซื้อควรมีเงินทุนหมุนเวียนในการรับซื้อน้ำยางสดอย่างเพียงพอ และสามารถรองรับในช่วงน้ำยางมาก หรือช่วงวันหยุดธนาคารหลายวันได้

5.2.5 ข้อเสนอแนะด้านบุคลากร

1) การเลือกบุคลากรเข้าทำงาน ควรเลือกคนในพื้นที่ เนื่องจากมีความรู้จักและคุ้นเคยกับลูกค้าเป็นอย่างดี

2) ควรให้ค่าจ้างเท่ากับหรือไม่ต่ำกว่าค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ และควรมีสวัสดิการเพิ่มเติม เช่น โบนัสสิ้นปี หรือเลี้ยงอาหารกลางวัน เป็นต้น เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจที่ดีให้กับลูกจ้าง

3) ควรดูแลทุกข์สุขของลูกจ้างตามสมควร เพื่อให้เขาอยู่กับเรานานๆ และทุ่มเททำงานให้เรา เช่น เมื่อลูกจ้างไม่สบาย อาจจะช่วยเหลือเรื่องค่ารักษาพยาบาลบ้างบางส่วน เป็นต้น

5.2.6 ข้อเสนอแนะด้านการจำหน่ายผลผลิต

1) ในการจำหน่ายผลผลิตแต่ละครั้ง ควรขอแบ่งเก็บตัวอย่างน้ำยางสดจากโรงงานมาเล็กน้อย เพื่อนำมาทดสอบหาค่า %DRC เองด้วย เพื่อเปรียบเทียบกับที่โรงงานออกให้ว่า ค่า

%DRC ใกล้เคียงกันหรือไม่ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีค่าใกล้เคียงกัน แต่ถ้าเปรียบเทียบแล้ว มีค่าต่างกันมาก ก็สามารถขอให้โรงงานตรวจสอบใหม่อีกครั้งได้

2) โดยปกติแล้วควรนำน้ำยางสดที่ซื้อได้ไปจำหน่ายยังโรงงานวันต่อวัน เพื่อลดความเสี่ยงการที่น้ำยางเน่าเสียได้

3) ผู้รับซื้อควรเลือกจำหน่ายน้ำยางสดให้โรงงานที่มีเงื่อนไขที่ดี และการคมนาคมสะดวก

4) สำหรับเส้นทางขนส่งที่เป็นถนนดินลูกรัง อยากให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเข้ามาปรับปรุงให้สะดวกมากขึ้น เช่น ลาดยาง หรือเทคอนกรีตก็ได้

5) ผู้รับซื้อควรสอบถามราคาจากโรงงานอย่างน้อย 1-2 แห่ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบราคากัน เพื่อประโยชน์ของผู้รับซื้อเองในการจำหน่ายน้ำยางสด

5.2.7 ข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ

1) รัฐบาลควรส่งเสริมอุตสาหกรรมยางและสนับสนุนให้มีการใช้ยางในประเทศให้เพิ่มขึ้น เพื่อจะได้ไม่ต้องพึ่งพาการส่งออกยางเพียงอย่างเดียว

2) ในเรื่องปัญหาการถูกปล้นเงิน ผู้รับซื้อน้ำยางสดควรมีความระมัดระวังในการเก็บรักษาเงินสด ควรให้คนงานช่วยกันเป็นหูเป็นตาสอดส่องบุคคลแปลกหน้าที่เข้ามาบริเวณจุดรับซื้อ โดยเฉพาะผู้รับซื้อที่เป็นผู้หญิง ไม่ควรอยู่ ณ จุดรับซื้อตามลำพัง เพื่อป้องกันโจรผู้ร้ายบุกจี้เงินได้นอกจากนี้ในการเดินทางระหว่างบ้านกับจุดรับซื้อ ควรหลีกเลี่ยงเส้นทางเปลี่ยว ไม่ควรประมาท และควรสังเกตดูว่า มีใครแอบสะกดรอยตามหรือไม่ ถ้ามีอะไรผิดสังเกต ให้รีบขับเข้าไปในที่ชุมชน นอกจากนี้ผู้รับซื้อควรใช้เทคโนโลยีเพื่อทดแทนการพกพาเงินสดเป็นจำนวนมากๆ เช่น การโอนเงินผ่านธนาคาร โดยลูกค้าสามารถไปเบิกเงินผ่านทางตู้ ATM ได้ทุกเวลาเป็นต้น

3) การทำอาชีพรับซื้อน้ำยางสดนั้น มีจุดอ่อนเรื่องวันเวลาทำงานในรอบปี ซึ่งจะมีวันหยุดมาก คือเวลาทำงานประมาณ 250 วันต่อปี ดังนั้น ถ้าเป็นไปได้ควรจะมีอาชีพเสริมอย่างอื่นด้วย จะได้ชดเชยกับเวลาที่หยุดไปประมาณ 100 วันในรอบปี

4) ผู้รับซื้อควรเก็บเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ให้เรียบร้อย เช่น เตาอบ ไดโวสูบน้ำยาง ตาชั่ง และรอกยกถังน้ำยาง เป็นต้น ควรเก็บเข้าห้องหรือล่ามโซ่ใส่กุญแจให้เรียบร้อย เพื่อป้องกันการถูกขโมยเครื่องมือหากิน

5) รัฐควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาเครื่องมือวัด %DRC ให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น และใช้ได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพให้มีมาตรฐานสากล ให้เป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

5.3 ข้อจำกัดในการทำวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยต้องทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทุกรายในพื้นที่นี้ ตามแผนงานผู้วิจัยกำหนดไว้ 18 ราย แต่เมื่อผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจริง ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้เพียง 17 ราย เนื่องจากมีผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด 1 ราย ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องดำเนินการศึกษาต่อไป โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดทั้งสิ้น 17 ราย ซึ่งแต่ละรายให้ความร่วมมือในการอนุเคราะห์ข้อมูลเป็นอย่างดี ถึงแม้ผู้วิจัยจำเป็นต้องใช้เวลาติดต่อผู้ให้สัมภาษณ์บางรายมากเป็นพิเศษ แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยก็ใช้ความพยายามติดต่ออยู่หลายครั้ง จนสามารถเก็บข้อมูลได้ครบทุกราย เพราะผู้วิจัยตระหนักอยู่เสมอว่า การให้ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ทุกรายล้วนมีความสำคัญในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปที่น่าสนใจเกี่ยวกับธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ให้สำหรับผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาหรือทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1) ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในจังหวัดสงขลา

2) กลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดอย่างยั่งยืน

3) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในแต่ละพื้นที่

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชุมพล พูลศิริ. 2537. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการขายยางแผ่นผ่านตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต.** สงขลา : วิทยานิพนธ์ สาขาพัฒนาการเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

จิตรกร พงศดิลก. 2545. **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรทำสวนยางพารา ในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา**. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทรรศนีย์ นิรันดร์สุข. 2545. **กรณีศึกษาการสร้างนิคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง จังหวัดสงขลา.** สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เทศบาลตำบลพะตง. 2551. **ข้อมูลพื้นฐาน**. [ออนไลน์]. URL : http://www.patong.go.th /content /data/index_data.php [สืบค้นวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2552]

นงลักษณ์ สืบชนะ. 2549. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขายผลผลิตยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา**. สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นวรัตน์ หนูสังข์. 2539. **ความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นเรศ นพภายี. 2547. **กลยุทธ์ในการพัฒนายางพาราของไทย.** สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

บุญนิสา ศรีปรางค์. 2547. **ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางในเขตพื้นที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง.** สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ประจักษ์ สุวรรณรัตน์ และภัทริน อรุโณประโยชน์. 2550. **ข้อสังเกตด้านตลาดและนโยบายยางพาราไทย**. สงขลา : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ประดับดวง คงเลิศ. 2547.**ผลทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนรูปแบบการผลิตยางพาราจากการทำยางแผ่นดิบเป็นการทำน้ำยางสดในตำบลนิคมพัฒนา กิ่งอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล**. สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

พฤกษา ภัทรรังรอง. 2549. **ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจสปาในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.** สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

พูนผล ธรรมธวัช. 2547. **ยางพารา การปลูกยางในพื้นที่ปลูกยางใหม่.** สงขลา : สำนักพิมพ์ เซาท์เทิร์นรับเบอร์.

ภูวนาท เอี่ยมอักษร. 2550. **การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจน้ำยางข้นในจังหวัดสงขลา.** สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

มาโนชญ์ สินตระกูล. 2550. **รูปแบบการดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำยางสด ในตำบลทุ่งตำเสา ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.** สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วราภรณ์ ขจรไชยกูล. 2549. **ยางธรรมชาติ: การผลิตและการใช้งาน.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

วราลี ศรีสมบัติ.2542. **การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วโรทัย หนูขาว. 2549. **ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรรวบรวมและขายน้ำยางสดในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.** สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วัชริวัต บุณยพิพัฒน์. 2545. **การวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวราคายางพาราไทย**. สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วิจิตต์ ตันติพิมลพันธ์. 2541. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกขายยางแผ่นดิบหรือน้ำยางสดของเกษตรกรในจังหวัดสงขลา.** สงขลา : ภาคนิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วิฑูร อินทมณี . 2538. **ปัจจัยที่มีผลต่อการขายน้ำยางสดและยางแผ่นของเกษตรกรตำบลปริกอำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช**. สงขลา : วิทยานิพนธ์ สาขาพัฒนาการเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ศูนย์ฐานข้อมูลยางพารา. 2551. **สถิติยางพาราไทยและสถิติยางพาราโลก ปี 2540-2550**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ศูนย์ฐานข้อมูลยางพารา. 2550. **เนื้อที่ปลูกยางของไทย**. [ออนไลน์]. URL :http://www.dbrubber.org : 8080/oaeweb/pdf/PRS1R010.pdf [สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2550]

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2551. **ปัญหาและข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.** [ออนไลน์]. URL : http://www.ismed.or.th/SME/src/bin/ controller.php?view=generalContents.GeneralContent&form=&rule=generalContents.FMGeneral Content.bctrl_Id=273 [สืบค้นวันที่ 24 กรกฎาคม 2551]

สถาบันวิจัยยาง. 2550. **สถิติยางไทย.** [ออนไลน์]. URL : http://www.rubberthai.com [สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2550]

สมาคมยางพาราไทย. 2552. **สถานการณ์ยางพาราปี 2552**. [ออนไลน์]. URL : http://www.thainr.com/th/index.php [สืบค้นวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2552]

สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล. 2550. **เอกสารประกอบการเรียนการสอน วิชาวิธีวิจัยทางธุรกิจเกษตร**. สงขลา : หลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สาคร สุขศรีวงศ์. 2550. **การจัดการ : จากมุมมองนักบริหาร.** กรุงเทพฯ : บริษัท จี.พี.ไซเบอร์พรินท์ จำกัด.

สุทัศน์ ภูมวิจิตรชัย. 2547. **ยางพารา**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตร.

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. 2552. **ราคาน้ำยางสดเฉลี่ยรายเดือน ปี 2545-2551 ณ ตลาดท้องถิ่น อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.** [ออนไลน์]. URL: http://rubber.co.th/rubberprice_1a.xls [สืบค้นวันที่ 25 มีนาคม 2552]

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551. **เนื้อที่กรีดได้ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ปี 2551**.กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางพารารายเดือน ปี 2545-2551**. [ออนไลน์]. URL : http://www.oae.go.th/statistic/export/1301NR.xls [สืบค้นวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2552]

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551. **ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแยกตามประเภท** ปี **2542-2550**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

องค์การบริหารส่วนตำบลพะตง. 2552. **สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบล**. [ออนไลน์]. URL : http://www.patong-sao.go.th/content/history.php [สืบค้นวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2552]

องค์การสวนยาง. 2551. **ประวัติยางพารา**. [ออนไลน์]. URL : http://www.reothai.co.th/Para1.htm [สืบค้นวันที่ 24 กรกฎาคม 2551]

อมรรัตน์ โคกาปุน. 2549. **การวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของราคาน้ำยางสดและน้ำยางข้นในประเทศไทย**. สงขลา : สารนิพนธ์ สาขาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ภาคผนวกที่ 1

หมู่ที่ตั้งของจุดรับซื้อและจำนวนจุดรับซื้อ จำแนกตามลำดับที่ผู้ให้ข้อมูล ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ลำดับที่ผู้ให้ข้อมูล	หมู่ที่ตั้งของจุดรับซื้อ	จำนวนจุดรับซื้อ (แห่ง)
1	ม.5 ม.5	2
2	ม.7	1
3	ม.5	1
4	ม.7	1
5	ม.3	1
6	ม.4 ม.5	2
7	ม.6	1
8	ม.7	1
9	ม.4	1
10	ม.6	1
11	ม.2 ม.3 ม.6 ม.6	4
12	ม.6	1
13	ม.3	1
14	ม.5	1
15	ม.6	1
16	ม.7 ม.7	2
17	ม.3	1
18	ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล	

ภาคผนวกที่ 2

แบบสอบถาม

โครงการวิจัย

เรื่อง : ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

เลขที่แบบสอบถาม.....

วันที่สัมภาษณ์...../...../.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการรวบรวมข้อมูลโครงการวิจัยเพื่อสารนิพนธ์ (Minor Thesis) สำหรับหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย และเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด ในตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามบนความเป็นจริง และโดยอิสระ ข้อมูลทั้งหมดที่ได้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในครั้งนี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

ส่วนที่ 3 ปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

<u>ส่วนที่ 1</u> ลักษณะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

คำชี้แจง กรุณาลงเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ เพื่อเลือกคำตอบ และกรอกข้อมูลในส่วนที่ให้ระบุ

1. เพศ [GI01]

☐ 1.1 ชาย ☐ 1.2 หญิง

2. อายุ.....ปี [GI02]

3. ศาสนา [GI03]

☐ 3.1 พุทธ ☐ 3.2 คริสต์

☐ 3.3 อิสลาม ☐ 3.4 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. สถานภาพสมรส [GI04]

☐ 4.1 โสด ☐ 4.2 สมรส ☐ 4.3 หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่

5. ระดับการศึกษา [GI05]

☐ 5.1 ประถมศึกษา ☐ 5.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 5.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ 5.4 อนุปริญญา/ปวส.

☐ 5.5 ปริญญาตรี ☐5.6 สูงกว่าปริญญาตรี

6. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....คน [GI06]

7. จำนวนสมาชิกที่ช่วยทำการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด.....คน [GI07]

หน้าที่ที่รับผิดชอบ (โปรดระบุ)..... [GI08]

8. การเป็นสมาชิกสถาบัน/องค์กรทางการเกษตร [GI09]

☐ 8.1 ไม่เป็น ☐ 8.2 เป็น (โปรดระบุ) (1).....

(2).....

9. การเป็นสมาชิกสถาบัน/องค์กรอื่นๆ ที่ไม่ใช่ทางการเกษตร [GI10]

☐ 9.1 ไม่เป็น ☐ 9.2 เป็น (โปรดระบุ) (1).....

(2).....

10. อาชีพ

10.1 อาชีพหลัก (โปรดระบุ)..... [GI11]

10.2 อาชีพรอง (โปรดระบุ)..... [GI12]

11. รายได้

11.1 รายได้สุทธิจากการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยาง.....บาท/ปี [GI13]

11.2 รายได้สุทธิจากแหล่งอื่นๆ (โปรดระบุ) (1).....บาท/ปี [GI14]

(2).....บาท/ปี

12. แหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด [GI15]

☐ 12.1 ของตนเอง ☐ 12.2 กู้ยืมมา ☐ 12.3 ทั้ง 2 แหล่ง

13. ภาระหนี้สิน [GI16]

☐ 13.1 ไม่มีหนี้สิน ☐ 13.2 มีหนี้สิน

14. แหล่งเงินกู้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 14.1 แหล่งเงินกู้ในระบบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) [GI17]

☐ (1) ธนาคารพาณิชย์ จำนวน.....บาท [GI18]

☐ (2) ธ.ก.ส. จำนวน.....บาท [GI19]

☐ (3) ธนาคารออมสิน จำนวน.....บาท [GI20]

☐ (4) ธนาคาร SME จำนวน.....บาท [GI21]

☐ (5) สหกรณ์การเกษตร จำนวน.....บาท [GI22]

☐ (6) กลุ่มออมทรัพย์ จำนวน.....บาท [GI23]

☐ (7) อื่นๆ…….. จำนวน.....บาท [GI24]

วัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อ..... [GI25]

☐ 14.2 แหล่งเงินกู้นอกระบบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) [GI26]

☐ (1) ญาติพี่น้อง จำนวน.....บาท [GI27]

☐ (2) เพื่อน จำนวน.....บาท [GI28]

☐ (3) เพื่อนบ้าน จำนวน.....บาท [GI29]

☐ (4) นายทุนเงินกู้ จำนวน.....บาท [GI30]

☐ (5) อื่นๆ..... จำนวน.....บาท [GI31]

วัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อ..... [GI32]

<u>ส่วนที่ 2</u> ลักษณะทางธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

คำชี้แจง กรุณาลงเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ เพื่อเลือกคำตอบ และกรอกข้อมูลในส่วนที่ให้ระบุ

ตอนที่ 1 : ลักษณะทั่วไป

1. รูปแบบของกิจการ [BI01]

☐ 1.1 เจ้าของคนเดียว ☐ 1.2 หุ้นส่วน ☐ 1.3 กลุ่มน้ำยางสด

2. เงินลงทุนเริ่มแรก…….บาท [BI02]

3. ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดมาแล้วเป็นเวลา……ปี [BI03]

4. สาเหตุที่ท่านตัดสินใจประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 4.1 เห็นว่าเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ดี [BI04]

☐ 4.2 เห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง [BI05]

☐ 4.3 เห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีขั้นตอนการดำเนินงานไม่ยุ่งยาก [BI06]

☐ 4.4 เห็นว่าเป็นธุรกิจที่ซื้อง่ายขายคล่อง [BI07]

☐ 4.5 อื่นๆ (โปรดระบุ)……..... [BI08]

5. ผู้แนะนำให้ท่านประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 5.1 หน่วยงานราชการแนะนำ [BI09]

☐ 5.2 เพื่อนแนะนำ [BI10]

☐ 5.3 ญาติพี่น้องแนะนำ [BI11]

☐ 5.4 ตัดสินใจเอง [BI12]

☐ 5.5 อื่นๆ (โปรดระบุ)……. [BI13]

6. ท่านได้รับความรู้ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 6.1 เรียนรู้ด้วยตนเอง [BI14]

☐ 6.2 เพื่อนแนะนำ [BI15]

☐ 6.3 หน่วยงานราชการแนะนำ [BI16]

☐ 6.4 ครอบครัว / ญาติแนะนำ [BI17]

☐ 6.5 อื่นๆ (โปรดระบุ)……. [BI18]

7. ขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละวัน (โปรดระบุ) [BI19]

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

8. อุปกรณ์ / เครื่องมือที่ท่านใช้ในการประกอบธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด (โปรดระบุ) [BI20]

……

……

……

……

……

……

……

……

……

9. ท่านมีลูกจ้างทั้งหมด……....คน [BI21]

โดยมีสวัสดิการ ได้แก่…… [BI22]

10. ยานพาหนะที่ท่านใช้ในการขนส่งในธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 10.1 รถกระบะ.....คัน [BI23]

☐ (1) ของตนเอง ☐ (2) เช่า ☐ (3) จ้าง

☐ 10.2 รถบรรทุก 6 ล้อ……...…คัน [BI24]

☐ (1) ของตนเอง ☐ (2) เช่า ☐ (3) จ้าง

☐ 10.3 รถบรรทุก 10 ล้อ……คัน [BI25]

☐ (1) ของตนเอง ☐ (2) เช่า ☐ (3) จ้าง

☐ 10.4 รถบรรทุก 18 ล้อ……คัน [BI26]

☐ (1) ของตนเอง ☐ (2) เช่า ☐ (3) จ้าง

11. สถานที่ตั้งจุดรับซื้อน้ำยางสดของท่าน [BI27]

☐ 11.1 ที่ดินของตนเอง ☐ 11.2 เช่าที่ดิน

12. ทิศทางของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในรอบ 3 ปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไร [BI28]

☐ 12.1 เติบโต เพราะ……

☐ 12.2 คงที่ เพราะ……

☐ 12.3 หดตัว เพราะ……

13. ทิศทางของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสดในปัจจุบัน (ปี 2551) เป็นอย่างไร [BI29]

☐ 13.1 เติบโต เพราะ……

☐ 13.2 คงที่ เพราะ……

☐ 13.3 หดตัว เพราะ……

ตอนที่ 2 : ลักษณะการดำเนินการรับซื้อน้ำยางสด

14. ระยะเวลาในการดำเนินงานแต่ละวัน……..ชั่วโมง [BI30]

เริ่มตั้งแต่……..น. ถึง……น. [BI31]

15. จำนวนลูกค้าที่ขายน้ำยางสดให้กับท่านโดยเฉลี่ย (ราย) ใน 1 ปี (โปรดระบุ) [BI32-BI43]

ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.

16. ปริมาณน้ำยางสดที่รับซื้อโดยเฉลี่ย (กิโลกรัม/วัน) ใน 1 ปี (โปรดระบุ) [BI44-BI55]

ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.

17. ท่านใช้วิธีการคำนวณหาค่า %DRC โดยใช้ [BI56]

☐ 17.1 เมโทแลค

ข้อดี……

ข้อเสีย……

☐ 17.2 อบแห้ง

ข้อดี……

ข้อเสีย……

18. %DRC โดยเฉลี่ยที่ท่านรับซื้อ

ช่วงฤดูร้อน อยู่ที่……% [BI57]

ช่วงฤดูฝน อยู่ที่……..% [BI58]

19. ท่านกำหนดราคารับซื้อน้ำยางสดโดยใช้ราคาใดเป็นเกณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 19.1 ราคาตลาดกลางยางพารา [BI59]

☐ 19.2 ราคาหน้าโรงงาน [BI60]

☐ 19.3 ราคาที่คู่แข่งใกล้เคียงรับซื้อ [BI61]

☐ 19.4 ราคาที่บ่อรับซื้อ [BI62]

☐ 19.5 TOCOM [BI63]

☐ 19.6 SICOM [BI64]

☐ 19.7 AFET [BI65]

☐ 19.8 อื่นๆ (โปรดระบุ)…… [BI66]

20. ท่านสามารถรับรู้ราคาน้ำยางสดจากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 20.1 โทรศัพท์/มือถือ [BI67]

☐ 20.2 Website [BI68]

☐ 20.3 บอร์ดประกาศ ณ จุดขาย [BI69]

☐ 20.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)……. [BI70]

21. ท่านชำระเงินค่าน้ำยางสดแก่ผู้ขายด้วยวิธีใด [BI71]

☐ 21.1 เงินสด

☐ 21.2 โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร

☐ 21.3 ทั้ง 2 แบบ

22. เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการรับซื้อน้ำยางสดโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน

22.1 ช่วงที่น้ำยางมาก……..บาท/วัน [BI72]

22.2 ช่วงที่น้ำยางน้อย……..บาท/วัน [BI73]

23. กำไรโดยเฉลี่ยที่ท่านได้รับในแต่ละวัน

23.1 ช่วงที่น้ำยางมาก……..บาท/วัน [BI74]

23.2 ช่วงที่น้ำยางน้อย……..บาท/วัน [BI75]

24. ท่านทำการบันทึกรายการทางบัญชีด้วยตนเองหรือไม่ [BI76]

☐ 24.1 ทำเอง ☐ 24.2 จ้างคนทำ

ตอนที่ 3 : การจำหน่ายน้ำยางสด

25. โดยปกติท่านนำน้ำยางสดที่รับซื้อไปจำหน่ายที่ไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 25.1 โรงงาน [BI77]

☐ 25.2 บ่อ [BI78]

☐ 25.3 ตลาดกลางยางพารา [BI79]

☐ 25.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)……. [BI80]

26. ระยะทางจากจุดรับซื้อน้ำยางสดของท่านถึงสถานที่จำหน่าย……..กิโลเมตร [BI81]

27. ท่านใช้ระยะเวลาเดินทางจากจุดรับซื้อน้ำยางสดถึงสถานที่จำหน่าย……..นาที [BI82]

28. ท่านได้รับชำระเงินค่าน้ำยางสดที่นำไปจำหน่ายด้วยวิธีใด [BI83]

☐ 28.1 เงินสด ☐ 28.2 โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร

☐ 28.3 ทั้ง 2 แบบ

<u>ส่วนที่ 3</u> ปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด

คำชี้แจง กรุณาลงเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับท่านมากที่สุด โดยกำหนดให้

5 เป็นปัญหามากที่สุด

4 เป็นปัญหามาก

3 เป็นปัญหาปานกลาง

2 เป็นปัญหาน้อย

1 เป็นปัญหาน้อยที่สุด

1. ด้านการรับซื้อน้ำยางสด

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
1.1 ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ							[PI01]
1.2 ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน							[PI02]
1.3 ปริมาณผลผลิตล้นตลาด							[PI03]
1.4 ปริมาณรับซื้อลดลงจากปีที่ผ่านมา							[PI04]
1.5 คุณภาพน้ำยางสดไม่ดี							[PI05]
1.6 ผลผลิตมีสิ่งปลอมปน							[PI06]
1.7 ผลผลิตมี %DRC (Dry Rubber Content) ต่ำ							[PI07]
1.8 ราคาน้ำยางสดผันผวน							[PI08]
1.9 ขาดความรู้ความชำนาญในการรับซื้อน้ำยาง							[PI09]
1.10 ขาดเทคนิคในการเก็บรักษาน้ำยาง							[PI10]
1.11 ความผิดพลาดจากการวัด %DRC							[PI11]
1.12 ความผิดพลาดจากการชั่งน้ำหนัก							[PI12]
1.13 สถานที่รับซื้อไม่สะดวกสบาย							[PI13]
1.14 ลูกค้าขาดความซื่อสัตย์							[PI14]
1.15 จำนวนลูกค้ามีไม่แน่นอน							[PI15]

2. ด้านการตลาด

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
2.1 คู่แข่งในตลาดมีมาก							[PI16]
2.2 คู่แข่งซื้อตัดราคากัน							[PI17]
2.3 คู่แข่งแย่งลูกค้า							[PI18]
2.4 ขาดความภักดีของลูกค้า							[PI19]
2.5 ผู้รับซื้อแจ้งราคาผิดพลาด							[PI20]
2.6 ผู้รับซื้อแจ้งราคาล่าช้า							[PI21]
2.7 ขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาด							[PI22]

3. ด้านสภาพดินฟ้าอากาศ

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
3.1 ฝนตกบ่อย							[PI23]
3.2 อากาศแปรปรวน							[PI24]
3.3 อุทกภัย							[PI25]

4. ด้านการเงิน/บัญชี

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
4.1 ขาดเงินทุนในการรับซื้อน้ำยางสด							[PI26]
4.2 ขาดสภาพคล่อง							[PI27]
4.3 ความผิดพลาดจากการรับ/จ่ายเงิน							[PI28]
4.4 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง							[PI29]
4.5 ขาดความรู้ความชำนาญในการทำบัญชี							[PI30]
4.6 ความผิดพลาดจากการทำบัญชี							[PI31]
4.7 ขาดเทคโนโลยีที่ช่วยในการทำบัญชี							[PI32]

5. ด้านบุคลากร

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
5.1 คนงานขาดความรู้ความสามารถ							[PI33]
5.2 ความผิดพลาดจากการทำงานของคนงาน							[PI34]
5.3 ขาดแคลนคนงาน							[PI35]
5.4 คนงานไม่ขยัน							[PI36]

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
5.5 ความซื่อสัตย์ของคนงาน							[PI37]
5.6 ค่าจ้าง/เงินเดือนสูง							[PI38]
5.7 คนงานลาออก/เปลี่ยนงานบ่อย							[PI39]

6. ด้านการจำหน่ายผลผลิต

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
6.1 ราคาน้ำมัน (ในปัจจุบัน)							[PI40]
6.2 ต้นทุนการขนส่งสูง (ไม่รวมค่าน้ำมัน)							[PI41]
6.3 เส้นทางการขนส่งไม่สะดวก							[PI42]
6.4 ช่องทางการจำหน่ายมีจำกัด							[PI43]
6.5 โรงงาน/บ่อกดราคา							[PI44]
6.6 โรงงาน/บ่อกด %DRC							[PI45]
6.7 น้ำหนักขาด (ต่ำกว่าที่รับซื้อ)							[PI46]
6.8 %DRC ขาด (ต่ำกว่าที่รับซื้อ)							[PI47]
6.9 VFA (Volatile Fatty Acid) สูง (ยางบูด)							[PI48]

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
6.10 ใส่แอมโมเนียไม่เพียงพอ							[PI49]
6.11 รับเงินค่ายางล่าช้า							[PI50]
6.12 ด่านตรวจจับน้ำหนัก							[PI51]

7. ด้านอื่นๆ

ประเด็น	ระดับความรุนแรงของปัญหา					หมายเหตุ	
	5	4	3	2	1		
7.1 ความเสี่ยงจากการถูกปล้นเงิน							[PI52]
7.2 ถูกขโมยเครื่องมือทำมาหากิน							[PI53]
7.3 อุบัติเหตุในการทำงาน							[PI54]
7.4 เศรษฐกิจชะลอตัว							[PI55]
7.5 ขาดนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ							[PI56]
7.6 การก่อการร้ายจากผู้ก่อความไม่สงบ							[PI57]

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวภัทริน อรุโณประโยชน์
ผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวภัทริน อรุโณประโยชน์
วันเกิด	19 กรกฎาคม 2526
วุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สำเร็จการศึกษา ปี 2548

ประวัติการทำงาน

1 เมษายน 2548-ปัจจุบัน	ธุรกิจรับซื้อน้ำยางสด