

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยางพาราถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยติดต่อกันมาช้านาน และปัจจุบันจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นการปลูกยางเป็นอาชีพที่ผูกพันกับประชากรมากกว่าร้อยละ 10 ของประเทศ โดยเฉพาะภาคใต้ กล่าวได้ว่ากว่าร้อยละ 20 ของประชากรภาคใต้อย่างพาราเลี้ยงชีพ (เอกสารแนะนำสำนักตลาดกลางยางพารา, 2536) นับจากปี 2534 เป็นต้นมา ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยาง และส่งออกยางใหญ่ที่สุดของโลก สามารถผลิตยางได้ประมาณปีละ 1.7 ล้านตัน มีอัตราการเพิ่มร้อยละ 8 ต่อปี สัดส่วนปริมาณการผลิตเป็นเกือบหนึ่งในสามของโลก ส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ผลิตเพื่อการส่งออก ที่เหลืออีกร้อยละ 10 ผลิตเพื่อใช้ในประเทศและทำรายได้ให้กับประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อมไม่น้อยกว่าปีละ 70,000 ล้านบาท

ปริมาณยางที่ผลิตข้างต้นได้จากสวนยางกว่าล้านสวน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 97 เป็นสวนยางขนาดเล็กที่มีขนาดของสวน 13-25 ไร่ พื้นที่ปลูกยางทั้งประเทศประมาณ 11 ล้านไร่ แยกเป็นแหล่งปลูกยางเดิม จำนวน 10.7 ล้านไร่ ปลูกกระจายใน 14 จังหวัดของภาคใต้ และ 5 จังหวัดของภาคตะวันตก และแหล่งปลูกยางใหม่ประมาณ 300,000 ไร่ กระจายใน 17 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ชาวสวนยางกว่าร้อยละ 80 จะผลิตยางและขายในรูปยางแผ่นดิบที่เหลือเป็นน้ำยางสด และยางชนิดอื่นๆ (ตลาดกลางยางพารา, 2538:1) การที่โครงสร้างการผลิตยางระดับพื้นฐานเป็นส่วนยางขนาดเล็กส่งผลให้ยางแผ่นดิบที่ผลิตได้มีคุณภาพที่หลากหลาย และเป็นยางที่มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ

เมื่อพิจารณาระบบตลาดยางของประเทศแล้วถือว่า ยังเป็นตลาดยางที่ไม่มีประสิทธิภาพ และเป็นระบบตลาดยางที่ทุกฝ่ายยังไม่ยอมรับ ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะเป็นตลาดของผู้ซื้อทำให้ชาวสวนยางที่เป็นกำลังผลิตยางของประเทศเดือดร้อน เพราะราคายางไม่เป็นธรรม คุณภาพยางไม่เป็นไปตามที่ผลิต และน้ำยางที่ได้ไม่ตรงตามน้ำหนักจริง สิ่งเหล่านี้ ส่งผลกระทบต่ออาชีพและรายได้ของชาวสวนยางโดยตรง ทำให้ตลาดยางขาดการแข่งขันอย่างเสรี ราคาที่ซื้อขายไม่โปร่งใส ไม่สะท้อนความเป็นจริงของตลาด และมักเกิดกรณีพิพาทเรื่องการผิดสัญญาการซื้อขายอยู่เสมอ โดยเฉพาะเมื่อราคายางที่ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ณ วันส่งมอบ แตกต่างกับราคายางในปัจจุบันมาก สิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตยางระดับพื้นฐานที่ส่วนใหญ่เป็นชาวสวนยางขนาดเล็ก และถือว่าเป็นผู้ต้อโอกาสทางการตลาดมาโดยตลอด

ดังนั้นในฐานะที่ผู้ผลิตยางของไทยเป็นชาวสวนยางขนาดเล็ก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาระบบตลาดทุกระดับของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นตลาดระดับชาวสวนยาง ระดับผู้ส่งออก และผู้ใช้ในประเทศ ตลอดจนระดับต่างประเทศ และต้องแสดงบทบาทการเป็นผู้นำด้านการตลาดและราคายาง ของกลุ่มประเทศผู้ผลิต ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงได้มีการจัดตั้ง "ตลาดกลางยางพารา" ขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาตลาดยางพารา ดังนั้นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทดลองจัดตั้งตลาดกลางยางพาราแห่งแรกของประเทศขึ้นที่ศูนย์วิจัยยางหาดใหญ่ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2534 และมอบหมายให้สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร เป็นผู้ดำเนินการ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบตลาดยางของประเทศให้มีประสิทธิภาพ และเพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อและขายยาง เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2534 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมวิชาการเกษตร ดำเนินงานตลาดกลางยางพารา ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อแก้ไขปัญหาราคายางตกต่ำ และเพื่อให้การดำเนินงานด้านตลาดกลางยางพาราเป็นไปตามมติข้างต้น ดังนั้นกรมวิชาการเกษตรได้ตั้งสำนักตลาดกลางยางพาราในสถาบันวิจัยยางขึ้น เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2535 (สถาบันวิจัยยาง, 2537:18)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง ความคิดเห็นของ เกษตรกร ชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา ว่าเกษตรกรชาวสวนยางพารามีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราอย่างไร ตลาดกลางยางพาราได้ให้ประโยชน์ต่อเกษตรกรอย่างไร และตลาดกลางยางพารามีบทบาทในการเพิ่มหรือกระตุ้นให้เกษตรกรชาวสวนยางพาราผลิตยางให้มีคุณภาพและปริมาณมากขึ้นอย่างไร นอกจากนี้ยังจะได้ทราบว่ามียุติได้บ้างที่เกษตรกรมีความต้องการให้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เพื่อจะได้หาแนวทาง เสนอแนะและแก้ไขอันจะเป็นประโยชน์แก่เกษตรกรที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของ เกษตรกรชาวสวนยางกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะของเกษตรกรชาวสวนยางที่เกี่ยวข้องกับวิธีการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

ผลจากการวิจัย จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราให้สามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อให้ระบบตลาดยางพาราในประเทศไทยเป็นระบบตลาดที่มีประสิทธิภาพ และแข่งขันอย่างเสรีเพื่อเกษตรกรชาวสวนยางสามารถขายยางได้ในราคาที่เป็นธรรม

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัย ได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ไว้ว่า

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม ของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางพาราเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา (ด้านราคา ยางที่เป็นธรรมชาติ คุณภาพยาง ด้านความเที่ยงตรงของเครื่องชั่ง และคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าก่อนมีตลาดกลาง)

ขอบเขตและวิธีการวิจัย

ก. ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากรที่ศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีเกษตรกรชาวสวนยางที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 130 คน โดยเป็นกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยางที่เข้ามาใช้บริการของตลาดกลางยางพารา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ข. ขอบเขตด้านเนื้อหา และตัวแปรที่นำมาศึกษาวิจัย

เนื้อหาและตัวแปรที่นำมาศึกษาวิจัย มุ่งศึกษาถึงความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพารา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในเรื่อง ราคา ยางที่เป็นธรรมชาติ คุณภาพยาง ความเที่ยงตรงของเครื่องชั่ง และคุณภาพชีวิต ซึ่งสามารถแบ่งตัวแปรออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกรรายหัวสวนยาง ประกอบด้วย

1. ลักษณะส่วนบุคคล
 - 1.1 อายุ
 - 1.2 การศึกษา
2. ลักษณะทางเศรษฐกิจ
 - 2.1 ขนาดพื้นที่ปลูกยางพารา
 - 2.2 ระดับรายได้
3. ลักษณะทางสังคม
 - 3.1 ความถี่ในการใช้บริการตลาดกลางยางพารา
 - 3.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดกลางยางพารา
 - 3.3 การติดต่อกับบุคคลอื่น
 - 3.4 การรับข้อมูลข่าวสาร

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความคิดเห็นของเกษตรกรรายหัวสวนยางต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราในด้าน

1. ราคาขายที่เป็นธรรม
2. คุณภาพยาง
3. ความเที่ยงตรงของเครื่องชั่ง
4. คุณภาพชีวิต

กรอบแนวคิดงานวิจัย

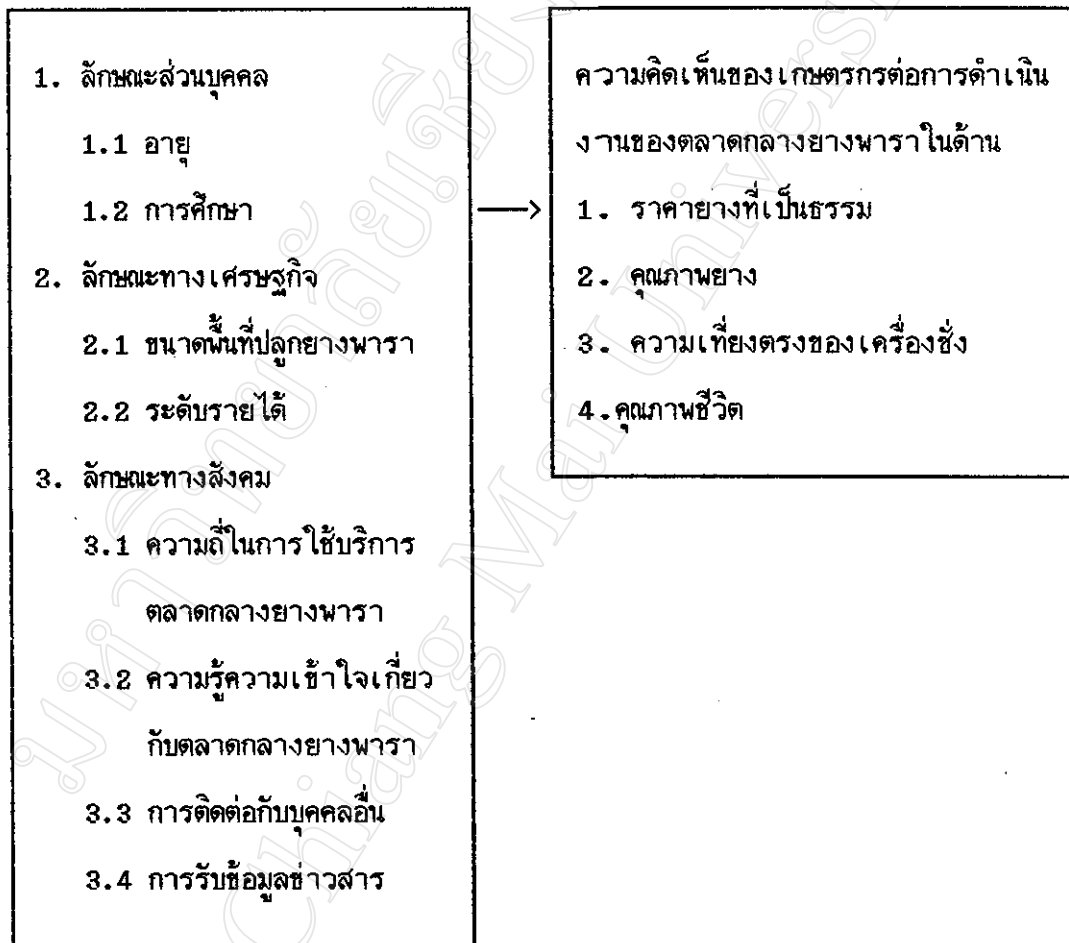
ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย โดยสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ ดังนี้

แผนภูมิที่ 1

ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ
(Independent Variables)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variable)



นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาครั้งนี้มีนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อหรือความรู้สึกเฉพาะของเกษตรกรต่อคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งไม่เป็นการผิดหรือถูก โดยอาจแสดงออกมาให้เห็นในลักษณะบวกคือ เห็นด้วยหรือในลักษณะลบคือ ไม่เห็นด้วย แสดงค่าด้วยการกำหนดค่าให้เป็นคะแนน 5 ระดับคือ

- ระดับที่ 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ระดับที่ 4 เห็นด้วย
- ระดับที่ 3 ไม่แน่ใจหรือเฉยๆ
- ระดับที่ 2 ไม่เห็นด้วย
- ระดับที่ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรผู้มีอาชีพปลูกยางพารา

3. ตลาดกลางยางพารา หมายถึง แหล่งหรือศูนย์กลางที่มีผู้ซื้อ และผู้ขายมาพบกันเพื่อประกอบธุรกิจการซื้อขายยางพารา และเป็นตลาดที่มีการดำเนินการธุรกิจ โดยมีกฎเกณฑ์ควบคุมการซื้อขาย มีสัญญาการชำระเงินครบตามกระบวนการทางธุรกิจ

4. อายุ หมายถึง อายุเต็มของเกษตรกรในปีที่สำรวจ

5. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของเกษตรกรที่ได้รับ

6. ขนาดของพื้นที่ปลูก หมายถึง จำนวนพื้นที่ทั้งหมดของเกษตรกรที่ใช้ในการปลูกยางพารา (โดยนับเป็นไร่)

7. ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดกลางยางพารา หมายถึง ความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับตลาดกลางยางพารา ในด้านราคาขาย คุณภาพยาง และมาตรฐานของเครื่องชั่ง

8. การติดต่อกับบุคคลอื่น หมายถึง จำนวนครั้งที่เกษตรกรได้พบปะ พูดคุย และแลกเปลี่ยนความรู้กับบุคคลอื่น ซึ่งหมายรวมถึงเกษตรกรด้วยกันเองและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หรือ บุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในเรื่องตลาดกลางยางพารา โดยนับเป็นจำนวนครั้งในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา

9. การรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การที่เกษตรกรได้รับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดกลางยางพารา จากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารอื่นๆ โดยนับเป็นจำนวนครั้งในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา

10. รายได้ หมายถึง รายได้ทั้งหมดของเกษตรกรที่ได้รับต่อปี โดยรวมทั้งรายได้ในภาคเกษตร และนอกภาคเกษตร

11. คุณภาพชีวิต หมายถึง สภาพความเป็นอยู่ตามความจำเป็นขั้นพื้นฐานของเกษตรกรดีขึ้นกว่าเดิม