

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจสังคม พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ 2) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และทัศนคติต่อสื่อรูปแบบต่างๆ ของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ 3) เพื่อศึกษาความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ และ 4) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทยของผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในภาคใต้ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างสัมภาษณ์ ผู้นำเกษตรกรจำนวน 200 ตัวอย่าง ในจังหวัดสงขลา พัทลุง ตรัง นครศรีธรรมราช และ สุราษฎร์ธานี จังหวัดละ 40 ตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการอภิปรายผลตามหลักเหตุและผล

ผลการศึกษาผู้นำเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 90.7 เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 46.57 ปี มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นขึ้นไปมีสัดส่วนถึงร้อยละ 60 และมีจำนวนสมาชิกเฉลี่ย 4.75 คนต่อครัวเรือน ผู้นำเกษตรกรร้อยละ 76.3 ประกอบอาชีพเกษตรกรชาวสวนยางเป็นอาชีพหลัก โดยร้อยละ 33.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท และร้อยละ 29.3 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน โคนร้อยละ 96.7 ของผู้นำเกษตรกรทั้งหมดมีเครื่องรับสื่อโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน มีโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 87 มีวิทยุร้อยละ 58.6 มีเครื่องเล่น VCD/DVD ร้อยละ 57.2 และมีคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 35.3 ตามลำดับ

สำหรับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดล่วงหน้าของผู้นำเกษตรกร พบว่า ผู้นำเกษตรกรร้อยละ 71.2 ทราบว่ามีตลาดล่วงหน้าในประเทศไทย และร้อยละ 51.4 ทราบว่าตลาดล่วงหน้ามีประโยชน์ในแง่ข้อมูลราคาล่วงหน้าที่สามารถใช้เป็นราคาอ้างอิงในการตัดสินใจซื้อขายได้ และร้อยละ 50 ทราบถึงประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือประกันความเสี่ยงด้านราคา แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เข้าใจขั้นตอนการใช้ประโยชน์เพื่อประกันความเสี่ยง แต่จากการสำรวจทัศนคติต่อผู้นำเกษตรกรเกี่ยวกับตลาดล่วงหน้า พบว่าผู้นำเกษตรกรมีทัศนคติต่อสื่อที่ตลาดล่วงหน้าเสนอที่ไม่ค่อยดี ($\bar{X} = 2.83$) โดยเฉพาะรูปแบบและเนื้อหาของสื่อเกี่ยวกับตลาดล่วงหน้า แต่อย่างไรก็ตามเกษตรกรยังคงต้องการที่จะรับรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด โดยเห็นได้ ผู้นำเกษตรกรเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.79$) กับการมีผู้นำเกษตรกรที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพื่อคอยให้คำปรึกษาในแต่ละอำเภอ

ผู้นำเกษตรกรมีความต้องการทราบวิธีการขั้นตอนการเข้าไปซื้อขายยางในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเป็นอันดับสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 27.4 เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดล่วงหน้ามาแล้ว ทราบถึงประโยชน์ของตลาดล่วงหน้าแล้วและต้องการเข้าไปใช้

ประโยชน์ในการประกันความเสี่ยงด้านราคาแต่ไม่ทราบถึงขั้นตอน รองลงมาคือ เทคนิคการวิเคราะห์ราคาล่วงหน้า เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดราคาซื้อขายยางและข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 25.6 เช่นเดียวกัน โดยช่วงเวลาและสื่อที่เหมาะสมกับความต้องการและความสะดวกของผู้นำเกษตรกร คือ ช่วงเวลาเช้าประมาณ 6.00-8.00 น. ควรเป็นสื่อที่เหมาะสมกับการรับฟังหรือการอ่าน เช่น สื่อวิทยุ SMS สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือ หรือหนังสือพิมพ์ ส่วนช่วงเย็นหรือช่วงค่ำตั้งแต่เวลา 16.00-20.00 น. ควรเป็นรายการประเภทข่าวสารหรือการวิเคราะห์ข่าวที่ผ่านรายการทางโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นประเภทของสื่อที่เกษตรกรมีความนิยมมากที่สุด สำหรับสื่อประเภทการพบปะ ประชุม เพื่อแนะนำ ควรเป็นสื่อที่เกษตรกรเข้าใจได้ง่ายและควรจัดกิจกรรมในช่วงบ่ายที่เกษตรกรว่างเว้นจากภารกิจเกี่ยวกับอาชีพสวน

ปัญหาอุปสรรคที่ผู้นำเกษตรกรประสบในการรับสื่อเกี่ยวกับตลาดซื้อขายล่วงหน้ามากที่สุด ได้แก่ ขาดความรู้เกี่ยวกับตลาดล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 32.56 รองลงมาได้แก่ ขาดข้อมูลข่าวสารในการวิเคราะห์ราคา คิดเป็นร้อยละ 23.72