

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางพาราต่อการดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

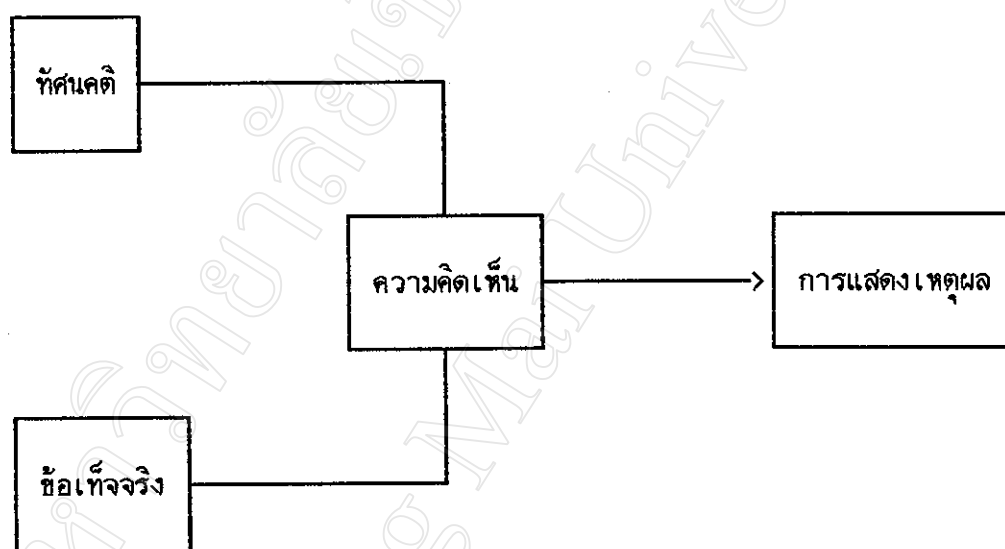
1. แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดกลางยางพารา
3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น (Opinion) มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้หลายท่าน ดังนี้

สุชา และสุรงค์ (2524:85) ได้กล่าวว่าความคิดเห็นคือการแสดงออกของเจตคติ เพราะเจตคติมีความเกี่ยวพันกับความนึกคิด ซึ่งการนึกคิดนั้นเป็นลักษณะความรู้ลึกของจิตหรือสิ่งกระตุ้น ให้ความคิดของบุคคลเอนเอียงไปในทางใดทางหนึ่งได้ และแสดงออกมาในรูปของความคิดเห็น หรือพฤติกรรมอย่างอื่น ส่วนกรีติ (2522:122) ให้ความหมายของความคิดเห็นเป็นความรู้ที่ยังไม่มีข้อพิสูจน์ และเป็นความรู้ในระดับการเดา นพมาศ (2534:139) ได้กล่าวว่าความคิดเห็นนั้นถูกจัดเป็นส่วนที่มนุษย์ได้แสดงออกมา โดยการพูดหรือการเขียน มนุษย์นั้นจะพูดจากใจจริง พูดตามสังคม หรือพูดเพื่อเอาใจผู้ฟังก็ตามแต่เมื่อพูดหรือเขียนไปแล้วก็จะทำให้เกิดผลได้ นุธรรม (2520:27) ได้ศึกษาถึงความคิด เห็นว่า ความคิดของบุคคลจะเกี่ยวข้องกับคุณสมบัติประจำตัวบางอย่าง เช่น ทัศนคติ ประสบการณ์ในการทำงาน และการติดต่อกันระหว่างบุคคล นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลและกลุ่มมีความเป็นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้ง

นี้เพราะพื้นฐานความรู้อันเป็นกระบวนการสังคม จะเป็นรากฐานในการก่อให้เกิดความคิดเห็นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ สงวน (อ้างไนเปรีชา 2530:11) กล่าวว่า "ความคิดเห็นคือการแสดงออกซึ่งวิจาร์ณญาณที่มีต่อเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะ ความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง (Fact) ทักษะคติ (Attitude) ของบุคคล ในขณะที่ทัศนคติแสดงถึงความรู้สึกทั่วๆ ไปเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความคิดเห็นจะเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ" เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ อาจสรุปความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 2 แผนภูมิแสดงที่มาของการเกิดความคิดเห็น

แผนภูมิข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นเกิดจากการแปลข้อเท็จจริงหรือสิ่งที่ได้พบเห็นมา แต่ลักษณะของการแปลข้อเท็จจริงนั้นๆ ย่อมเป็นไปตามทัศนคติของบุคคล และเมื่อคนนั้นถูกถามว่าทำไมจึงมีความคิดเห็นอย่างนั้น เขาจะพยายามให้เหตุผลไปตามที่เขาคิด Kolesnix (1970:320) ให้คำนิยามว่า "ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งการตัดสินใจ จากการประเมินค่า (evaluation judgement) หรือทักษะเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยตรง และความคิดเห็นย่อมได้รับอิทธิพลของทัศนคติ" และ Good (1973:339) ให้คำนิยามว่า "ความคิดเห็น

หมายถึงความเชื่อ ความคิด หรือการลงความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็น การถูกต้องหรือไม่"

จากแนวความคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ทรรศนะหรือความคิดเห็นเป็นความรู้ ลึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะซึ่งอาจแสดงออกมาด้วยการพูด การปฏิบัติ หรือการเขียน การแสดงออกของความคิดเห็นจะเกี่ยวกับทัศนคติ ค่านิยม การศึกษา ประสิทธิภาพ สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมระหว่างบุคคล เป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาและ ประเมินค่าก่อนที่จะตัดสินใจแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจเป็นที่ยอมรับ หรือปฏิเสธจากคนอื่น ๆ ก็ได้

2. แนวความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดกลางยางพารา

2.1 ตลาดกลางยางพาราแห่งแรกของประเทศไทย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาระบบตลาดยาง ของประเทศ อันจะเป็นพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมยางที่เกี่ยวข้อง และสร้างความมั่นคง ในอาชีพการทำสวนยางของชาวสวนยางต่อไป โดยการตั้งตลาดกลางยางพารา ชั้นที่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2534 ถือว่าเป็นตลาดกลางยางพาราแห่งแรกของประเทศไทย อยู่ภายใต้การดำเนินงานของสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร วัตถุประสงค์เพื่อ เป็นศูนย์กลางการซื้อขายยางพารา ภายใต้กฎและระเบียบที่ทุกฝ่ายยอมรับ เพื่อยกระดับราคา ยางชาวสวนยางให้สูงขึ้น เพื่อสร้างความเป็นธรรมและระบบเสรีให้กับผู้ซื้อผู้ขายยาง และเพื่อ พัฒนาระบบตลาดยางของไทยให้เป็นระบบสากล และเป็นตลาดกลางที่สำคัญของโลก เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2534 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมวิชาการเกษตรดำเนินงานตลาดกลางยางพารา แห่งนี้ และเพื่อให้การดำเนินงานของตลาดกลางยางพาราเป็นไปตามมติคณะรัฐมนตรีและนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมวิชาการเกษตร จึงตั้งสำนักตลาดกลางยางพารา ฐานะ เทียบเท่าศูนย์วิจัยในสถาบันวิจัยยาง เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2535

2.2 หน้าที่และความรับผิดชอบของตลาดกลางยางพารา

ตลาดกลางยางพาราแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบออกเป็น 3 ด้านคือ

1. การศึกษา ค้นคว้า วิจัยและพัฒนา ด้านตลาดยางและราคายาง การผลิต การส่งออก การตลาดของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง และภาวะเศรษฐกิจสังคมของชาวสวนยาง โดยจัดอยู่ในแผนงานรองที่ 2 วิจัยและพัฒนาตลาดยาง สำหรับในปี 2535 - 2539 ได้วางแผนการดำเนินงาน โดยมีแผนงานย่อยคือ 1. การตลาดยางในประเทศ แบ่งเป็น 6 โครงการ มี 17 ทะเบียนวิจัย 2. ตลาดยางต่างประเทศ แบ่งเป็น 3 โครงการ มี 8 ทะเบียนวิจัย 3. ราคายาง แบ่งเป็น 4 โครงการ มี 5 ทะเบียนวิจัย และ 4. เศรษฐกิจการผลิตยาง แบ่งเป็น 5 โครงการ มี 17 ทะเบียนวิจัย ซึ่งมีโครงการรวมทั้งหมด 18 โครงการ 47 ทะเบียนวิจัย

2. การดำเนินงาน และประสานงานกับองค์การยางธรรมชาติระหว่างประเทศ

3. การบริการตลาดกลางยางพารา สำหรับหน้าที่ด้านการบริการของตลาดกลางยางพารา นั้น กำหนดเฉพาะการให้บริการการซื้อขาย และการขายยาง และไม่ทำหน้าที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้ขายยาง โดยตลาดกลางจะเป็นผู้กำหนดระเบียบการซื้อขายยาง การกำหนดและการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพยาง การจัดหาเครื่องอำนวยความสะดวกในการบริการและบริหารตลาดกลางให้เป็นไปตามระเบียบที่กำหนด ทั้งนี้เพื่อสร้างระบบการซื้อขายยางที่เป็นธรรม และกระตุ้นให้ตลาดกลางมีการแข่งขันอย่างเสรี ตลาดกลางได้แบ่งการบริการออกเป็น 4 งาน คือ

3.1 การบริการตลาดกลางยางแผ่นดิบ

3.2 การบริการห้องค้ายาง

3.3 การบริการสนเทศข้อมูลการตลาดยาง

3.4 การบริการคลังสินค้า (โกดัง)

2.3 การจัดองค์กร

สำนักตลาดกลางยางพาราแบ่งการบริหารองค์กรออกเป็น 6 ฝ่าย คือ

1. ฝ่ายอำนวยการ

- งานธุรการ ทำหน้าที่ด้านสารบรรณ การเจ้าหน้าที่ และการอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสำนัก

- งานการเงินและพัสดุ ทำหน้าที่เบิก-จ่าย งบประมาณ การจัดซื้อ การจัดจ้าง การดำเนินงานเรื่องวัสดุและครุภัณฑ์

- งานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารทางราชการ การประชาสัมพันธ์ การแถลงข่าว การจัดประชุม และการสัมมนาทางวิชาการ

2. ฝ่ายวิจัยและพัฒนาตลาดยาง

- งานวางแผนการตลาด ทำหน้าที่ในการวางแผนการพัฒนาด้านการตลาด และราคายาง การจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี การดำเนินการตามแผนปฏิบัติงาน และรายงานผลการปฏิบัติงาน

- งานวิจัยตลาดยาง ทำหน้าที่ศึกษา วิจัย และพัฒนาตลาดยางพารา ไม่ว่าจะเป็นตลาดยางแผ่นดิบ ตลาดยางชนิดอื่นๆ และตลาดผลิตภัณฑ์ยาง

- งานติดตาม และประเมินผล ทำหน้าที่ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาดกลางยางแผ่นดิบและห้องค้ายาง วิเคราะห์ ประมวลผล และรายงานผลการดำเนินงานตามแผน และแผนปฏิบัติงานที่กำหนดไว้

3. ฝ่ายสถิติบริการ

- วางระบบฐานข้อมูล ทำหน้าที่พัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการตลาด ราคายางที่เกี่ยวข้องสถานการณ์ภาวะการตลาดและราคายาง การเคลื่อนไหวของราคายางในตลาดในประเทศและตลาดยางของโลก ด้วยระบบ TCS (Telerate Commodities Service) และ TRPCS (Thailand Rubber Price Reporting And Commentary Service) และการดำเนินการและประสานงานกับตลาดกลางยางของโลก เช่น ตลาดสิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น

เป็นต้น ตลอดจนประสานงานกับองค์กรยางระหว่างประเทศ เช่น ANRPC, INRO, ISO, IRSG, IRRDB เป็นต้น ในส่วนของยางแผ่นดิบนั้น จะทำหน้าที่ในการกำหนดราคากลางยางแผ่นดิบให้ตลาดประมุขยางท้องถิ่น ซึ่งดำเนินงานโดยสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

- งานสถิติและบริการ ทำหน้าที่รวบรวม - วิเคราะห์สถานการณ์การตลาดและราคายางทั้งในและต่างประเทศ รายงานผลการซื้อขายยางในตลาดกลางยางแผ่นดิบและห้องค้ายาง และให้บริการข้อมูลข่าวสารราคายางแก่ผู้สนใจทั้งภาครัฐและเอกชนกำหนดราคายางร่วมกับคณะกรรมการกำหนดราคายาง และประกาศราคายางอย่างเป็นทางการ (Official Price) ทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นยางแผ่นดิบ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางชนิดอื่นๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยผ่านสื่อสารมวลชนภายในประเทศทุกสื่อ และระบบการสื่อสารดาวเทียม ไปยังตลาดกลางของโลกและประเทศผู้ใช้อย่างทั่วโลก ประสานงานกับคณะกรรมการกำหนดคุณภาพยาง เพื่อกำหนดคุณภาพยางให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และร่วมดำเนินงานกับคณะกรรมการระดับกรณีพิเศษ เพื่อแก้ไขและเจรจาข้อพิพาทจากการซื้อ - ขายยางผ่านห้องค้ายาง

4. ฝ่ายตลาดกลางยางแผ่นดิบ

- งานบริการตลาดกลางยางแผ่นดิบ ทำหน้าที่ให้บริการผู้ที่นำยางแผ่นดิบมาขายที่ตลาดกลาง ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร กลุ่มปรับปรุงคุณภาพยาง/ศูนย์รวมยาง และพ่อค้ายางระดับต่างๆ ที่เข้ามาซื้อยางแผ่นดิบที่ตลาดกลางยางแผ่นดิบแบบครบวงจร

- งานพัฒนาระบบตลาดกลางยางแผ่นดิบ ทำหน้าที่ศึกษา วิจัย รวบรวม และพัฒนาระบบตลาดกลางยางแผ่นดิบ ตลาดประมุขยางท้องถิ่น กลุ่มยาง/ศูนย์รวมยาง/สมาคมชาวสวนยาง ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือด้านวิชาการการตลาดและราคายาง และการจัดตั้งระบบเครือข่ายตลาดยางแผ่นดิบ

- งานบริการ และประสานงาน ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานดำเนินการกับตลาดประมุขยางท้องถิ่น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ชาวสวนยาง กลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางแผ่น/ศูนย์รวมยาง/สมาคมชาวสวนยาง ได้อย่างกว้างขวาง

5. ฝ่ายห้องค้ายาง

- งานบริการห้องค้ายาง ทำหน้าที่ ค้ายาง และให้บริการสมาชิกห้องค้ายาง อันได้แก่ ผู้ส่งออก เจ้าของโรงงานควั่น สมาคมพ่อค้ายางไทย ผู้ประกอบการค้า และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ในด้านการซื้อ-ขายยางชนิดต่างๆ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ น้ำยางข้น ด้วยระบบ คอมพิวเตอร์ และระบบเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารของตลาดกลาง ตลอดจนดำเนินการออกสัญญาการซื้อขายยาง ตรวจสอบการซื้อขายให้เป็นไปตามสัญญากำหนด

- งานพัฒนาระบบห้องค้ายาง ทำหน้าที่ศึกษา วิจัย รวบรวม และพัฒนาระบบห้องค้ายางให้เป็นระบบสากล และการพัฒนาห้องค้ายางไปสู่การเป็นตลาดแลกเปลี่ยนยางไทย (Thailand Rubber Exchange)

- งานทะเบียนและสมาชิก ทำหน้าที่จดทะเบียน ตรวจสอบทะเบียน การควบคุมทะเบียนสมาชิก การกำหนดระเบียบและข้อบังคับของสมาชิกภาพ การบอกรับ การถอดถอนสมาชิกภาพ และการควบคุมสมาชิกห้องค้ายางให้เป็นไปตามระเบียบของห้องค้ายางที่กำหนดไว้

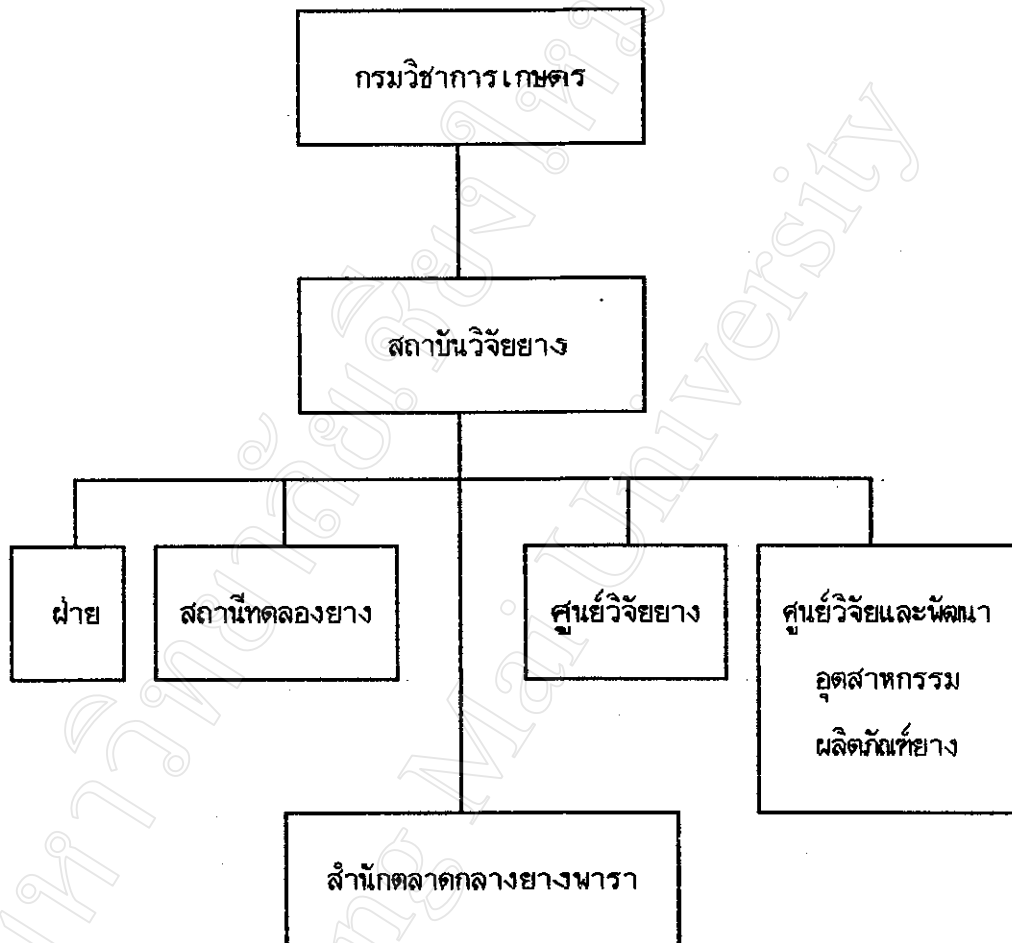
6. ฝ่ายคลังสินค้า

- งานคลังสินค้ายางแผ่นดิบ (โกดัง 1-2) ทำหน้าที่เก็บรักษา ตรวจสอบคุณภาพ และรับ-ส่งมอบยางแผ่นดิบ จากตลาดกลางยางแผ่นดิบและตลาดในระบบเครือข่ายตลาดกลางที่จัดตั้งขึ้น และเก็บยางแผ่นดิบที่เกิดจากการแทรกแซงราคาขององค์การสวนยาง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2534)

- งานคลังสินค้าห้องค้ายาง (โกดัง 3-5) ทำหน้าที่เก็บรักษา ตรวจสอบคุณภาพ และการรับ-ส่งมอบยางจากห้องค้ายาง และยางที่องค์การยางระหว่างประเทศ (INRO) ได้เข้ามาแทรกแซงและซื้อยางจากประเทศไทย ติดต่อบริษัทประสานงานการส่งมอบยางให้สมาชิกกับท่าเรือน้ำลึกสงขลา การรถไฟ และผู้ประกอบการขนส่ง

- งานใบประทวนสินค้ายาง ทำหน้าที่ออกใบประทวนสินค้ายาง ติดต่อบริษัทประสานงานกับธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของการขอสินเชื่อเพื่อการบรรจุหีบห่อ และการตรวจสอบยางชนิดต่างๆ ที่ซื้อ-ขายผ่านห้องค้ายาง

แผนภูมิการจัดองค์กรของสำนักตลาดกลางยางพารา



2.4 นโยบายตลาดกลางยางพารา

นโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2534 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตลาดกลางยางพารา และความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ถือได้ว่าเป็นนโยบายที่สำคัญ คือ

1. สนับสนุนให้กรมวิชาการเกษตร ดำเนินการตลาดกลางยางพารา ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตามที่ได้ทดลองไว้เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2534

2. สนับสนุนให้สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ดำเนินการตลาดประมุลยางระดับท้องถิ่น

3. สนับสนุนให้องค์การสวนยาง แทรกแข่งตลาดยางพารา

นโยบายกรมวิชาการเกษตร

1. ให้สถาบันวิจัยยาง เป็นผู้ดำเนินการตลาดกลางยางพารา โดยแบ่งตลาดกลางยางพาราดังออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ตลาดกลางยางแผ่นดิบ เป็นตลาดที่ซื้อและขายยางแผ่นดิบ โดยวิธีการประมุล

1.2 ห้องค้ายาง เป็นตลาดที่ซื้อขายยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง (TTR) ยางเครพน้ำยางข้น และยางชนิดอื่นๆ ที่ไม่ใช่ยางแผ่นดิบ โดยวิธีการเสนอราคา และในอนาคตให้พัฒนาห้องค้ายางเป็นตลาดแลกเปลี่ยนยางไทย (THAILAND RUBBER EXCHANGE)

2. สนับสนุนและจัดตั้งสำนักตลาดกลางยางพาราในสถาบันวิจัยยาง เพื่อดำเนินงานด้านตลาดกลางยางพาราอย่างจริงจัง

นโยบายสถาบันวิจัยยาง

ตลาดกลางยางแผ่นดิบ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้การซื้อขายยางแผ่นดิบ ผ่านระบบตลาดกลางมากขึ้น
2. ปรับปรุงและพัฒนาาระบบตลาดกลางยางแผ่นดิบ ให้เป็นระบบที่มีการแข่งขันอย่างเสรี มีความเป็นธรรม และเป็นตลาดกลางที่มีระบบสมบูรณ์
3. พัฒนาระบบของตลาดกลางยางแผ่นดิบ ตลาดประมุลยาง กลุ่มปรับปรุงคุณภาพยาง/ศูนย์รวมยาง/สมาคมชาวสวนยาง/สมาคมสหพันธ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทย ให้สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกันได้

ห้องค้ายาง

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ ผู้ประกอบการค้ายาง ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางดิบ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ให้ซื้อขายยางผ่านระบบห้องค้ายางมากขึ้น
2. ปรับปรุงและพัฒนาให้ห้องค้ายางก้าวไปสู่ตลาดแลกเปลี่ยนยางไทย (THAILAND RUBBER EXCHANGE)
3. พัฒนาระบบตลาดแลกเปลี่ยนยางไทย ให้เชื่อมโยงกับระบบตลาดแลกเปลี่ยนยางของต่างประเทศได้

การบริการข้อมูลและข่าวสารการตลาดและราคายาง

1. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และประเมินสถานการณ์ด้านการตลาดและราคายาง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. บริการข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดและราคายาง ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยางพาราทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชาวสวนยาง
3. กำหนดและประกาศราคายางของไทย (THAILAND RUBBER OFFICIAL PRICES)

2.5 การบริการตลาดกลางยางแผ่นดิบ

เป็นการบริการเพื่อพัฒนาระบบตลาดยางระดับชาวสวนยาง โดยให้บริการซื้อขายยางแบบเบ็ดเสร็จ คือ การบริการทุกขั้นตอนที่ตลาดกลาง ตลาดกลางแห่งนี้ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาระดับพื้นฐานการผลิตและการตลาด เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาระดับประเทศต่อไป

ระเบียบการซื้อขาย

1. ผู้ขายยางเป็นชาวสวนยางและผู้รวบรวมยาง ในท้องถิ่น
2. ผู้ซื้อยางเป็นผู้ส่งออก โรงงานแปรรูปยาง โรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง และพ่อค้ายาง
3. ผู้ซื้อและผู้ขายยางต้องลงทะเบียนก่อนการใช้บริการของตลาดกลาง
4. หน้าที่ของยางที่ซื้อขายเป็นยางแผ่นดิบเท่านั้น และผู้ขายยางต้องจัดยางแผ่นดิบเป็นมัดๆ ละประมาณ 15-20 แผ่น
5. การซื้อขายยางใช้วิธีการประมูล โดยผู้ซื้อสามารถยื่นประมูลด้วยตนเอง หรือทางโทรศัพท์ หรือทางโทรสารก็ได้
6. ตลาดกลางจะเป็นผู้กำหนดราคากลางยางแผ่นดิบคุณภาพ 1 เพื่อใช้เป็นราคาพื้นฐานสำหรับการซื้อขายยาง
7. การจ่ายเงินค่ายางให้จ่ายเป็นเงินสด/เช็คเงินสด
8. ยางแผ่นดิบที่นำมาขายที่ตลาดกลาง จะต้องมีความตรงตามมาตรฐานที่สถาบันวิจัยยางกำหนด และเจ้าหน้าที่ของตลาดกลางเท่านั้นที่เป็นผู้คัดคุณภาพ
9. การประมูลยาง
 - 9.1 ยางที่มีคุณภาพเดียวกันจะนำเข้าประมูลพร้อมกัน
 - 9.2 จำนวนครั้งที่ประมูลขึ้นอยู่กับปริมาณยาง และการประมูลแต่ละครั้งควรมีปริมาณยางประมาณ 100,000 กิโลกรัม
 - 9.3 ราคายางที่ประมูลเป็นราคา ณ ตลาดกลาง ไม่รวมค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายอื่นๆ
 - 9.4 การประมูลยางในแต่ละครั้งผู้ประมูลที่ให้ราคาสูงสุด จะเป็นผู้ชนะการประมูลในครั้งนั้น กรณีมีผู้ประมูลให้ราคาสูงสุดเท่ากัน ให้ผู้ยื่นประมูลก่อนเป็นผู้ชนะการประมูล

10. การซึ้งน้ำหนักยาง

10.1 ตลาดกลางจะให้บริการเครื่องซึ้งระบบไฟฟ้า และเครื่องซึ้งน้ำหนักรถยนต์บรรทุกยางทั้งคันระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นเครื่องซึ้งมาตรฐานที่ผ่านการตรวจสอบจากกระทรวงพาณิชย์

10.2 เจ้าหน้าที่ของตลาดกลางเท่านั้นเป็นผู้ซึ้งและควบคุมการซึ้ง

10.3 เจ้าหน้าที่ของตลาดกลางจะคัดคุณภาพยางแผ่นดิบพร้อมกับการซึ้งน้ำหนักยางไปด้วย กรณีผู้ขายยางสอดแทรกยางแผ่นดิบคุณภาพต่ำ ในยางมัดโตมัดหนึ่งให้ถือว่ายางมัดนั้นีคุณภาพเดียวกับคุณภาพของยางของยางที่สอดแทรก

11. ตลาดกลางจะทดลองจ่ายเงินค่ายางเป็น เงินสด/ เช็คเงินสด/ โอนเงินเข้าบัญชีให้กับผู้ขายยางไปก่อน

12. ตลาดกลางจะเป็นผู้จัดการส่งมอบยางให้กับผู้ที่ประมูลยางได้ และผู้ประมูลยางต้องจ่ายเงินค่ายางให้ตลาดกลางทันทีที่ได้รับมอบยาง

13. กรณีไม่ตกลงซื้อขาย ผู้ขายยางสามารถดำเนินการดังนี้

13.1 รอกการประมูลครั้งต่อไป

13.2 ฝากยางที่ตลาดกลาง

13.3 นำยางออกนอกตลาดกลาง

14. เวลาบริการ ทุกวันทำการ

15. ค่าบริการ ไม่มี

2.6 การดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาประสบผลสำเร็จในระดับน่าพอใจ โดยเฉพาะได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพยางแผ่นดิบของประเทศ และการกำหนดราคากลางยางแผ่นดิบคุณภาพ 1 ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาตลาดยางแผ่นดิบของประเทศ จากการบริการที่ผ่านมามีชาวสวนยางนับหมื่นรายนำยางมาขาย ณ ตลาดกลางแห่งนี้ ปริมาณยางโดยเฉลี่ยวันละ 100,000 - 200,000 กิโลกรัม ในจำนวนนี้เกือบทั้งหมดหรือร้อยละ 97 ได้ตกลงซื้อขายภายใต้ระเบียบของ

ตลาด ที่เหลือเพียงจำนวนน้อยเท่านั้นที่ไม่ตกลงซื้อขาย เพราะยางที่นำเข้ามามีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนด

2.7 ประโยชน์ของตลาดกลางยางพารา

ประโยชน์ที่ผู้ขายได้รับ

ประโยชน์ที่ผู้ขายยาง ได้รับก็คือ ตลาดกลางสามารถแก้ปัญหาเรื่องราคาขาย คุณภาพยาง และน้ำหนักยางของชาวสวนยางที่เป็นปัญหาสะสมมานานนับสิบปี ทั้งนี้เห็นได้จากผู้ขายยางได้รับราคาขายแผ่นดินที่เป็นธรรมมากขึ้นเพราะตลาดกลางมีการแข่งขันค่อนข้างเสรี มีผู้ซื้อหลายราย มีระเบียบการซื้อขายที่ทุกฝ่ายยอมรับ ราคาขายเป็นไปตามคุณภาพยาง ชาวสวนยางสามารถผลิตยางตรงตามคุณภาพยางที่ตลาดต้องการ และน้ำหนักยางที่ได้รับเป็นน้ำหนักจริงอีกทั้งยังทราบข่าวสารและการเคลื่อนไหวของราคาขายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เมื่อมองในภาพรวมแล้ว ราคาขายที่ตลาดกลางจะสูงกว่าราคาขายท้องถิ่นจังหวัดสงขลาประมาณกิโลกรัมละ 1.14 - 1.50 บาท และราคาขายแผ่นดินเป็นร้อยละ 88 - 94 ของราคาขายแผ่นดินรวมควันชั้น 3 (F.O.B. สงขลา) ซึ่งถือว่าเป็นระดับราคาขายที่ทุกฝ่ายพอใจ ส่งผลให้ตลาดกลางแห่งนี้ทำมูลค่าการซื้อขายยางเพิ่มปีละ 8 - 22 ล้านบาท ซึ่งให้เห็นว่าตลาดกลางมีบทบาทในการยกระดับราคาขายของชาวสวนยาง และสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายยางอย่างแท้จริง

ประโยชน์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ตลาดกลางแห่งนี้เป็นศูนย์กลางข้อมูลทางวิชาการยางและเทคโนโลยีที่พัฒนาแล้วทุกสาขา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการปลูกยาง การปรับปรุงพันธุ์ยาง การดูแลรักษายาง การกรีดยาง การแปรรูปยาง การส่งออก และการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง ดังนั้นชาวสวนยางและผู้ใช้บริการสามารถเลือกหาข้อมูลทางวิชาการที่ต้องการ และสามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้ โดยตลาดกลางร่วมกับหน่วยงานวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีของสถาบันวิจัยยาง จัดแสดงผลงานต่างๆ ในห้องนิทรรศการขนาดใหญ่ ซึ่งนอกจากมีภาพทางวิชาการ มีเอกสารวิชาการแสดงด้วยแล้ว ยังตั้งคลินิกยางที่มีเจ้าหน้าที่คอยตอบปัญหาเรื่องยางด้วย

ปัจจุบันชาวสวนยางนิยมการใช้บริการของตลาดกลางมากขึ้น เห็นได้จากปริมาณยางที่เข้าตลาดกลางเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 5,916 ตัน ในปี 2536 เพิ่มขึ้นเป็น 15,211 ตัน ในปี 2537 หรือเพิ่มถึงร้อยละ 157 และเพียงเดือนแรกของปี 2538 (มกราคม - มีนาคม) ปริมาณยางเข้าตลาดกลางแล้ว 8,073 ตัน เพิ่มมากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2537 ถึงร้อยละ 92

ประโยชน์ที่ผู้ซื้อได้รับ

ประโยชน์ที่ผู้ซื้อยาง ได้รับคือ สามารถเลือกซื้อยางตามคุณภาพยางและปริมาณยางที่ต้องการ ได้ลดปัญหาและความขัดแย้ง ในเรื่องการซื้อขายจากร้านทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นปัญหาของคุณภาพยาง ปริมาณยาง และราคาขาย นอกจากนี้ผู้ซื้อยางไปรวมวันสามารถลดระยะเวลากรรมควันลงได้ร้อยละ 20 ลดค่าใช้จ่ายในการคัดคุณภาพยาง (แผ่นดิบ/ยางแผ่นควัน) เพราะตลาดกลาง ได้คัดคุณภาพแล้วลดค่าใช้จ่ายในการคั้นยาง (ตัดสิ่งสกปรกออกจากยางแผ่นรวมควัน) ได้ร้อยละ 21 และยางแผ่นรวมควันที่ผลิตมีคุณภาพดีและสม่ำเสมอ ส่งผลให้ต้นทุนการรวมควันก็ลดลงตามไปด้วย เห็นได้ว่าผู้ซื้อจะได้รับประโยชน์จากตลาดกลางมากกว่าการไปซื้อยางแผ่นดิบนอกตลาดกลาง

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีผู้ทำการศึกษาตัวแปรต่างๆ ที่มีความใกล้เคียงสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

ชัยรัตน์ (2530) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สภาพะการผลิตรายางพาราของชาวสวนยางนั้น การส่งเคราะห์ จังหวัดจันทบุรี พบว่า ชาวสวนยางที่ทำการศึกษารายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของสวนยางรายย่อย มีเนื้อที่ถือครองเฉลี่ยครอบครัวละ 15.14 ไร่ และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีครอบครัวละ 27,500 บาท และพบว่าใช้แรงงานในครอบครัวและกรีดยางในตอนกลางคืน และชาวสวนยางมีความต้องการให้มีการประกันราคาขาย ขยายการจัดตั้งกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางแผ่นและขายยาง และเพิ่มการจัดฝึกอบรมวิชาการยางพาราให้กับชาวสวนยาง

บดี (2530) ได้ทำการวิจัยในเรื่องความคิดเห็นของเจ้าของสวนยางสงเคราะห์ที่มีต่อหลักการปฏิบัติ การปลูกแทนด้วยยางพันธุ์ดี ของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางในจังหวัดระยอง พบว่า เจ้าของสวนยางสงเคราะห์ส่วนมากเป็นชาย จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีอาชีพหลักคือ การทำสวนยาง อายุเฉลี่ย 54.33 ปี จำนวนสมาชิกในครอบครัว เฉลี่ยครอบครัวละ 6 คน แต่ช่วยในการทำสวนยางเพียงครอบครัวละ 3 คน ที่พื้นที่ทำสวนยางเฉลี่ยครอบครัวละ 20.70 ไร่ และพบว่าเจ้าของสวนยางที่มีพื้นที่สวนยางมากมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการปลูกแทนด้วยยางพันธุ์ดี มากกว่าเจ้าของสวนยางที่มีพื้นที่สวนยางน้อย

ประพาส (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความรู้เกี่ยวกับการกรีดยางและสภาพน้ำกรีดยางของเจ้าของสวนยางพาราสงเคราะห์ในภาคตะวันออก ผลการวิจัยปรากฏว่าเจ้าของสวนยางร้อยละ 73.44 ใช้แรงงานสมาชิกในครอบครัว มีส่วนที่จ้างแรงงาน และความต้องการความรู้ ทางทฤษฎีของเจ้าของสวนยาง พบว่า มีความต้องการมากเกี่ยวกับ โรคพ่นน้ำกรีดยาง การกรีดยางและระบบกรีด การทำยางแผ่นชั้นดี และวิทยาการทำยางชั้น ส่วนความรู้ภาคปฏิบัติเจ้าของสวนยาง มีความต้องการมากเกี่ยวกับ การฝึกกรีดท่อนยาง การฝึกมีดกรีดยาง การทายารักษาโรคพ่นน้ำกรีดยาง การฝึกกรีดยางในแปลง และการทำยางแผ่นชั้นดี สำหรับการได้รับความรู้ของเจ้าของสวนยางหลังจากพ่นสงเคราะห์แล้วปรากฏว่าได้รับความรู้น้อย ทั้งจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เอกสารวิชาการ และการฝึกอบรม

สุภาพ (2533) ได้วิจัยถึงการ ใช้ ความรู้ และเทคโนโลยีในการผลิตยาง : ศึกษาเปรียบเทียบเกษตรกรเจ้าของสวนยางสงเคราะห์ ในจังหวัดนงา ที่ผ่านการฝึกอบรม และไม่ผ่านการฝึกอบรม ตามโครงการของกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า พนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นแหล่งความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความสำคัญในอันดับสูงและมีเพื่อนบ้าน การฝึกอบรมตามโครงการของกรมส่งเสริมการเกษตร และเอกสารสิ่งพิมพ์เป็นแหล่ง ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร สำคัญรองลงมา