

วิเคราะห์ผลกระทบการตั้งตลาดกลางยางพาราจังหวัดหนองคาย ต่อผู้เกี่ยวข้องต่อธุรกิจยาง

เกษตร แบนสนิท¹ อนุสรณ์ แรมลี² ชงชัย คำโคตร¹

¹ ศูนย์วิจัยยางหนองคาย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร

² สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร

บทคัดย่อ

มีการดำเนินการโดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามในเกษตรกรที่มีการนำยางมาขายในตลาดกลาง โดยก่อนการใช้เครื่องมือ ได้มีการนำมาทดสอบกับเกษตรกรจำนวน 10 ราย เพื่อเป็นปรับปรุงคุณภาพแบบสัมภาษณ์โดยดำเนินการในเกษตรกรทุกรายที่นำยางมาขายที่ตลาดกลางยางพาราจังหวัดหนองคาย รวม 66 ราย พบว่า จากข้อมูลพื้นฐาน ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรจังหวัดหนองคายอำเภอใกล้เคียง ที่นำยางมาจำหน่าย ร้อยละ 65.15 และส่วนใหญ่มีสมาชิกครัวเรือนประมาณ 4-6 คน ร้อยละ 60.61 ส่วนใหญ่เกษตรกรมีรายได้ต่อเดือน ละประมาณ 10,00-25,000 บาท ร้อยละ 39.39 ส่วนใหญ่ผลผลิตยางที่นำมาจำหน่ายเป็นยางแผ่นจากสวนตัวเอง ร้อยละ 94.42 ส่วนใหญ่มีชนิดการขายผลผลิตหลากหลาย เช่น ยางแผ่นดิบ และจำหน่ายยางก้อนถ้วย ให้ผู้รับซื้อที่อื่น ร้อยละ 65.15 ด้านระยะทางที่เดินทางจากบ้านมาถึงตลาดกลางส่วนใหญ่น้อยกว่า 21-60 กิโลเมตร ร้อยละ 59.09 ส่วนระยะเวลาในการเดินทาง ส่วนใหญ่อยู่ที่ช่วง 30-60 นาที ร้อยละ 53.03 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 551- 1,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 59.09 ส่วนในด้านข้อมูลความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ พบว่า ในส่วนของข้อมูลความคิด เห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายในสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย พบว่า เรื่อง หลักเกณฑ์การซื้อขายและส่งมอบยางเป็นที่ยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.64 จากคะแนนเต็ม 5 ส่วนของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านราคา พบว่า เรื่อง การเคลื่อนไหวราคาภายในตลาดสอดคล้องกับกลไกตลาด ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.33 ส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เรื่อง ตลาดกลางมีที่ตั้งใกล้แหล่งผลิตของเกษตรกร ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.09 ส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า เรื่อง ผู้ให้บริการตลาดกลางฯไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.47 จากคะแนนเต็ม 5

คำนำ

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางรวมประมาณ 16.7 ล้านไร่ เป็นพื้นที่กรีดยประมาณ 11.3 ล้านไร่ ให้ผลผลิตประมาณ 3.2 ล้านตัน ผลผลิตส่วนใหญ่ ประมาณ 2.82 ล้านตัน หรือร้อยละ 88 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ใช้ในการส่งออก ทำรายได้ให้กับประเทศมากกว่า 2 แสนล้านบาท โดยพื้นที่ปลูกยางส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ ซึ่งเป็นแหล่งปลูกยางเดิม ที่มีความเหมาะสมต่อการปลูกยางมากกว่าภูมิภาคอื่นๆของประเทศ แต่เนื่องด้วยผลผลิตยางพารามีราคาสูงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับภาครัฐ ได้มีการส่งเสริมให้มีการปลูกยางในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งแต่ปี .ศ. 2521 โดย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตรร่วมมือกับกรมประชาสัมพันธ์ ทดลองปลูกยางพาราในพื้นที่นิคมสร้างตนเองโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย พร้อมกับอีก 2 จังหวัดคือ นิคมสร้างตนเองปราสาท จังหวัดสุรินทร์ และนิคมสร้างตนเองบ้านกรวด จังหวัด บุรีรัมย์ ผลปรากฏว่าต้นยางพาราที่ปลูกสามารถเจริญเติบโตได้เป็นอย่างดี ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นในการขยายพื้นที่ปลูกยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หลังจากนั้นได้มีโครงการต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ เข้าไปสนับสนุนการปลูกยางพาราของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ อย่างต่อเนื่อง ทำให้ปัจจุบันปี 2552 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ปลูกยางรวมประมาณ 2.8 ล้านไร่ มากเป็นอันดับสองรองจากภาคใต้ซึ่งเป็นแหล่งปลูกยางที่สำคัญที่สุดของประเทศ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีข้อได้เปรียบหลายประการในการปลูกยางพารา และมีศักยภาพที่จะก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้ายางพาราในภูมิภาคอินโดจีน เนื่องจากมีพื้นที่กว้างขวางสามารถขยายพื้นที่ปลูกอย่างเต็มที่ ประกอบกับมีแรงงานจำนวนมากที่สำคัญคือ เป็นเขตพื้นที่ที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการแปรรูปผลผลิตยางพารา ซึ่งสามารถขนส่งผ่านประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ลาว เวียดนาม เพื่อส่งจำหน่ายประเทศจีน ซึ่งเป็นตลาดยางพาราที่สำคัญของไทย

อย่างไรก็ตาม จากสภาพปัจจุบันแม้ว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่มาก แต่ยังมีโรงงานแปรรูปในจำนวนจำกัด ชาวสวนยางจำนวนมากยังต้องขายผลผลิตให้กับพ่อค้า คนกลาง เพื่อนำไปขายต่อให้กับโรงงานแปรรูปซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออก ดังนั้นการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้ายางยังถูกจำกัดด้วยปัญหาด้านโลจิสติกส์ และอุปสรรคในส่วนต่างๆของขบวนการ ไร่ปลูกยาง การเชื่อมโยงยังขาดประสิทธิภาพ ทำให้ต้นทุน การขนส่งสูง ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้า ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการศึกษาผลกระทบในการตั้งตลาดกลางยางพาราในจังหวัดหนองคาย เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคต่างๆ พร้อมแนวทางแก้ไข และความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดกลางยางพารา เพื่อให้พื้นที่จังหวัดหนองคายสามารถเป็นศูนย์กลางการผลิต การแปรรูปและการค้ายางพาราในภูมิภาคอินโดจีนได้ตามนโยบายของภาครัฐ

ระเบียบวิธีการวิจัย

อุปกรณ์

1. เอกสารแบบสัมภาษณ์เกษตรกร (เครื่องมือ)
2. อุปกรณ์สำนักงาน เช่น ปากกา กระดาษ หมึกพิมพ์ เครื่องคิดเลข
3. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เช่น แผ่นบันทึกข้อมูล

วิธีการ

1. จัดประชุมเพื่อหารือถึงแนวทางการดำเนินงานจัดทำแบบสัมภาษณ์เกษตรกร ร่วมกับ ส่วนเศรษฐกิจการยาง สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร
2. ทดสอบแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างจังหวัดหนองคาย 10 ตัวอย่าง เพื่อนำมาพัฒนาแบบสัมภาษณ์
3. ดำเนินการเก็บข้อมูล และสัมภาษณ์เกษตรกรทุกรายที่มาจากชายฝั่งแผ่นดินที่สำนักตลาดกลางยางพารา หนองคาย ในปีงบประมาณ 2552-2553
4. สรุปข้อมูลและวิเคราะห์ผลข้อมูล ร่วมกับ ส่วนเศรษฐกิจการยาง สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร

ระยะเวลาทำการทดลอง

ตุลาคม 2551-กันยายน 2553

สถานที่ดำเนินการ

สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย

ผลการทดลองและวิจารณ์

การดำเนินงานของโครงการในปีงบประมาณ 2552-2553 เริ่มเมื่อ สำนักตลาดกลางยางพารา หนองคาย เริ่มเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ.2552 จึงดำเนินการสัมภาษณ์เกษตรกรทุกรายที่เข้ามาขาย ยางแผ่นดิบ ในตลาดกลางยาง จนถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2553 ทำให้ได้ข้อมูล จากเกษตรกร รวมทั้งสิ้น 66 ราย

จากข้อมูลที่ได้ พบว่า ในส่วนของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบ มาขาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.52 และมีทั้งตั้งสวนอยู่อำเภอในอำเภอข้างเคียงเช่น อำเภอโพนพิสัย ฝ้ายไร่ โഴพิสัย ปากคาด คิดเป็น ร้อยละ 65.15 รองลงมาเป็นอำเภออื่นๆ ในจังหวัดหนองคาย เช่น อำเภอบึงกาฬ เซกา ร้อยละ 15.15 ส่วนในอำเภอรัตนวาปี ที่เป็นที่ตั้งตลาดกลาง พบว่า มาขายยางในตลาดกลางน้อยกว่า เพราะว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ในอำเภอรัตนวาปี ทำยางก้อนถ้วย (ตารางที่ 1) ในส่วนของเกษตรกรที่นำยางแผ่น

ดิบมาขาย ส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรอย่างเดียว ร้อยละ 59.09 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 65.15 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 33.33 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปแบบข้อมูลแบบแจกนับ (Categorical data) เกี่ยวกับเพศและที่ตั้งสวนยางของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายในสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ปีงบประมาณ 2552-2553 (n=66)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวนราย	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	32	48.48
หญิง	34	51.52
ที่ตั้งสวน		
อำเภอรัตนวาปี(อำเภอเดียวกันกับที่ตั้งตลาดกลางฯ)	8	12.12
อำเภอข้างเคียง(โพนพิสัย เฝ้าไร่ โഴพิสัย ปากคาด)	43	65.15
อำเภออื่นๆในจังหวัดหนองคาย	10	15.15
ต่างจังหวัด	5	7.58

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปแบบข้อมูลแบบแจก นับ(Categorical data) เกี่ยวกับอาชีพและระดับการศึกษา ของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายในสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ปีงบประมาณ 2552-2553 (n=66)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวนราย	ร้อยละ
อาชีพ		
ทำการเกษตรอย่างเดียว	39	59.09
มีอาชีพอื่นร่วมกับทำการเกษตร	22	33.33
ประกอบอาชีพอื่น เช่น พ่อค้า ตัวแทนสหกรณ์	5	7.58
ระดับการศึกษา		
ระดับประถมศึกษา(เทียบเท่า)	33	50.00
ระดับมัธยมศึกษา(เทียบเท่า)	22	33.33
ระดับอนุปริญญา(เทียบเท่า)	4	6.06
ระดับปริญญาตรี	7	10.61
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	0	0.00

ในส่วนของคุณลักษณะทั่วไปของเกษตรกร พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 84.45 มีสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่ เฉลี่ย 4-6 คน/ครอบครัว ร้อยละ 60.61 และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ยังเป็นภาระเลี้ยงดูเฉลี่ย 1-3 คน/ครอบครัว ร้อยละ 68.18 สำหรับข้อมูลรายได้ของครอบครัว พบว่าส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ย 10,000-25,000 บาทต่อเดือนต่อครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 39.39 ส่วนด้านรายจ่ายของครอบครัวพบว่า มีรายจ่ายเฉลี่ย 10,000-25,000 บาทต่อเดือนต่อครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 68.18 (ตารางที่ 3)

ส่วนต่อมา คือข้อมูลพฤติกรรมการใช้ตลาดกลางยางพารา ตั้งแต่แหล่งมาของยางแผ่นดิบที่รวบรวมมาขายในตลาดกลาง พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นยางแผ่นดิบของสวนตนเอง คิดเป็นร้อยละ 92.42 และมีเพียงร้อยละ 7.58 เท่านั้น ที่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวม ร้านค้ารับซื้อในชุมชน หรือเป็นตัวแทนของร้านค้าสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกร ส่วนต่อมา คือ ชนิดของการผลิตและขายผลผลิต พบว่า ส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 65.15 มีการขายยางทั้งรูปแบบยางแผ่นดิบ และยางก้อนถ้วย เนื่องจากเหตุผล คือ ยางแผ่นดิบ มีข้อดี ในคุณสมบัติ คือสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน เพื่อรอราคาขึ้น แต่ก็มีข้อเสีย คือ กรรมวิธีผลิตยุ่งยาก และใช้ต้นทุนสูง ส่วนยางก้อนถ้วย มีข้อดี คือ ผลิตได้ง่าย ใช้ต้นทุนต่ำ มีตลาดรับซื้อทั่วไป เนื่องจากในจังหวัดหนองคายมีโรงงานอุตสาหกรรมยาง แต่มีข้อเสียคือ ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน เพราะน้ำหนักจะลดลงอย่างรวดเร็ว และมีกลิ่นเหม็น (ตารางที่ 4)

ด้านความถี่ของการขายผลผลิต จากข้อมูลในการสัมภาษณ์ เกษตรกรส่วนใหญ่ อยู่ที่ การขายผลผลิตนานๆ ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 37.88 โดยนำยางแผ่นดิบมาขายในตลาดกลาง เฉลี่ยรายละ 4.18 ครั้ง (ตารางที่ 4) ซึ่งอาจเกิดจาก เกษตรกรมีแหล่งรับซื้อผลผลิต และรูปแบบการจำหน่ายผลผลิตที่หลากหลาย เช่น ยางแผ่นดิบ และยางก้อนถ้วย เป็นต้น

ส่วน ด้านการขนส่ง พบว่า เกษตรกรทั้งหมดใช้รถ 4 ประตู หรือรถกระบะ ในการขนส่งยางแผ่นมาขายในตลาดกลาง โดยมีระยะทางเฉลี่ย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21-60 กิโลเมตรต่อราย คิดเป็นร้อยละ 59.09 และเกษตรกรผู้นำยางมาขาย ส่วนใหญ่ใช้เวลาขนส่งเฉลี่ยอยู่ในช่วง 30-60 นาทีต่อราย คิดเป็นร้อยละ 53.03 ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่งยางจากแหล่งผลิตและรวบรวมยางแผ่น พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งเฉลี่ยอยู่ในช่วง 551-100 บาทต่อราย คิดเป็นร้อยละ 59.09 เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ที่นำยางแผ่นดิบมาขายในตลาดกลางยางพารา อยู่ในอำเภอ รัตนวาปีและอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอปากคาด โഴ่งพิสัย โพนพิสัย และเฝ้าไร่ เป็นต้น ทำให้มีระยะทางการใช้เวลาในการขนส่งและค่าใช้จ่ายในการขนส่งเฉลี่ยไม่แพงจนเกินไป ทำให้คุ้มค่าในการเดินทางมาขายยางในตลาดกลาง เพื่อทำให้ได้ราคาสูงขึ้น และได้รับการคัดคุณภาพยางแผ่นที่เป็นธรรมจากเจ้าหน้าที่ตลาดกลางยางพาราหนองคาย (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับสถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ยังเป็นภาระเลี้ยงดู รายได้ต่อเดือนของครอบครัว และรายจ่ายต่อเดือนของครอบครัวของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายในสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ปีงบประมาณ 2552-2553 (n=66)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวนราย	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	9	13.64
สมรส	56	84.85
หม้าย หย่าร้าง	1	1.52
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
1-3 ราย	19	28.79
4- 6 ราย	40	60.61
มากกว่า 6 ราย	7	10.61
จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ยังเป็นภาระเลี้ยงดู		
1-3 ราย	45	68.18
4- 6 ราย	20	30.30
มากกว่า 6 ราย	1	1.52
รายได้ ของครอบครัว		
ไม่เกิน 10,000 บาท	6	9.09
10,000-25,000 บาท	26	39.39
25,001-40,000 บาท	24	36.36
มากกว่า 40,000 บาท	10	15.15
รายจ่ายต่อเดือนของครอบครัว (รวมหนี้สิน)		
ไม่เกิน 10,000 บาท	11	16.67
10,000-25,000 บาท	45	68.18
25,001-40,000 บาท	5	7.58
มากกว่า 40,000 บาท	5	7.58

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลทั่วไป ถึงแหล่งที่มาของยางแผ่นที่นำมาจำหน่ายที่ตลาดกลางยางพารา ชนิดของ การขายผลผลิต ความถี่ของการขายผลผลิต ของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายใน สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ปีงบประมาณ 2552-2553 (n=66)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวนราย	ร้อยละ
แหล่งที่มาของยางที่นำมาจำหน่าย		
สวนตนเอง	61	92.42
อื่นๆ	5	7.58
ชนิดการขายผลผลิต		
ยางแผ่นดิบอย่างเดียว	21	31.82
ยางแผ่นดิบกับยางก้อนถ้วย เศษยาง	43	65.15
ยางแผ่นดิบกับน้ำยางสด	1	1.52
อื่นๆ เช่น ยางแผ่นรมควัน	1	1.52
ความถี่ของการใช้		
ทุกครั้ง	19	28.79
บางครั้ง	22	33.33
นานๆครั้ง	25	37.88

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลทั่วไป ด้านการขนส่งยางแผ่นดิบที่นำมาจำหน่ายที่ตลาดกลางยางพารา ได้แก่ ยานพาหนะขนส่ง ระยะทางจากแหล่งผลิตถึงตลาดกลาง เวลาที่ใช้ขนส่งจากแหล่งผลิตถึงตลาดกลาง และค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อครั้ง จากแหล่งผลิตถึงตลาดกลางของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายในสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ปีงบประมาณ 2552-2553 (n=66)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวนราย	ร้อยละ
ชนิดยานพาหนะขนส่ง		
รถ 4 ล้อ (รถกระบะ)	66	100
รถ 6 ล้อและ 10 ล้อ	0	0
อื่นๆ เช่น มอเตอร์ไซด์	0	0.00
ระยะทางจากแหล่งผลิตถึงตลาดกลาง		
ไม่เกิน 20 กิโลเมตร	10	15.15
21-60 กิโลเมตร	39	59.09
61-100 กิโลเมตร	12	18.18
มากกว่า 100 กิโลเมตร	5	7.58
เวลาที่ใช้ขนส่ง จากแหล่งผลิตถึงตลาดกลาง		
ไม่เกิน 30 นาที	13	19.70
30-60 นาที	35	53.03
61-90 นาที	14	21.21
มากกว่า 90 นาที	4	6.06
ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง จากแหล่งผลิตถึงตลาดกลาง		
น้อยกว่า 100 บาท/ครั้ง	0	0.00
100-550 บาท/ครั้ง	12	18.18
551- 1,000 บาท/ครั้ง	39	59.09
มากกว่า 1,000 บาท/ครั้ง	15	22.73

ในส่วนของคุณข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายในสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย พบว่า เรื่อง หลักเกณฑ์การซื้อขายและส่งมอบยางเป็นที่ยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.64 จากคะแนนเต็ม 5 ส่วนในภาพรวมของปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.89 จากคะแนนเต็ม 5 (ตารางที่ 6)

ส่วนของคุณข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านราคา พบว่า เรื่อง การเคลื่อนไหวราคาขายในตลาดสอดคล้องกับกลไกตลาด ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.33 จากคะแนนเต็ม 5 ส่วนในภาพรวมของปัจจัยการตลาดด้านราคา พบว่า ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.82 จากคะแนนเต็ม 5 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของเกษตรกรที่สัมภาษณ์

หัวข้อด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					mean
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ผลผลิตที่มีการซื้อขายในตลาดกลางเป็นผลผลิตที่เกษตรกรในพื้นที่ผลิตได้	8	43	10	5	0	3.82
2. เจ้าหน้าที่ที่มีการคัดคุณภาพถูกต้อง	0	39	22	4	1	3.50
3. สถานที่ และจำนวนเจ้าหน้าที่เหมาะสม	24	13	14	10	5	3.62
4. เจ้าหน้าที่ที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ	12	13	25	14	2	3.29
5. ความพึงพอใจในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่	18	12	18	16	2	3.42
6. เครื่องชั่งยางเที่ยงตรง เชื่อถือได้	45	15	6	0	0	4.59
7. หลักเกณฑ์การซื้อขายและส่งมอบยางเป็นที่ยอมรับ	48	12	6	0	0	4.64
8. การสูญเสียน้ำหนักยางน้อยมากในการใช้บริการตลาดกลาง	34	16	15	1	0	4.26
ร้อยละ	40.91	35.28	25.11	10.82	2.16	3.89

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านราคา ของเกษตรกรที่สัมภาษณ์

หัวข้อด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					mean
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. มีความพึงพอใจต่อราคาขายตลาดกลาง	12	34	16	4	0	3.82
2. ผลตอบแทนมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับตลาดท้องถิ่น	4	30	15	15	2	3.29
3. การกำหนดราคาตามคุณภาพขาย	7	29	11	19	0	3.36
4. การเคลื่อนไหวราคาขายในตลาดสอดคล้องกับกลไกตลาด	40	12	10	4	0	4.33
5. หลักเกณฑ์การซื้อขายและส่งมอบยางเป็นที่ยอมรับ	48	12	6	0	0	4.64
ร้อยละ	38.93	45.42	24.05	16.03	0.76	3.82

ส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เรื่องตลาดกลางมีที่ตั้งใกล้แหล่งผลิตของเกษตรกร ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.09 จากคะแนนเต็ม 5 ส่วนในภาพรวมของปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.09 จากคะแนนเต็ม 5 (ตารางที่ 8)

ส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า เรื่องผู้ใช้บริการตลาดกลางๆไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.47 จากคะแนนเต็ม 5 ส่วนในภาพรวมของปัจจัยการตลาดด้านราคา พบว่า ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.89 จากคะแนนเต็ม 5 (ตารางที่ 9)

ภาพรวมการสัมภาษณ์ คือ ส่วนที่ควรนำมาพิจารณา คือ ข้อมูลความคิดเห็น ที่ได้ความพึงพอใจต่ำ เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ได้คะแนนความพึงพอใจต่ำสุด คือ เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการให้บริการได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.29 จากคะแนนเต็ม 5 ต่อมาเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านราคา พบว่า เรื่อง ผลตอบแทนมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับตลาดท้องถิ่นอื่น ได้คะแนน 3.29 และปัจจัยการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ตลาดกลางตอบสนองการขายยางได้ตลอดเวลา ได้คะแนน 3.02 สุดท้ายในปัจจัยการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ตลาดมีการรับฟังข้อคิดเห็นจากสมาชิกอยู่เสมอ ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.53 จากคะแนนเต็ม 5 ซึ่งผลสะท้อนเหล่านี้ สามารถนำมาพัฒนาวางแผนระบบการให้บริการของสำนักตลาดกลาง ยางพาราหนองคาย

ตารางที่ 8 แสดงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของเกษตรกรที่สัมภาษณ์

หัวข้อด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					mean
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. การสมัครเป็นสมาชิกตลาดกลางมีความสะดวก	2	29	34	1	0	3.48
2. ตลาดกลางมีสำนักงานที่ใช้ติดต่อสะดวก	26	22	12	6	0	4.03
3. สถานที่ตั้งตลาด เป็นที่รู้จักของคนท้องถิ่น	16	12	20	13	5	3.32
4. ตลาดกลางมีการชักชวนและประชาสัมพันธ์	24	13	14	10	5	3.62
5. ตลาดกลางมีที่ตั้งใกล้แหล่งผลิตของเกษตรกร	29	18	16	2	1	4.09
6. ตลาดกลางตอบสนองการขายยางได้ตลอดเวลา	16	12	12	14	12	3.09
ร้อยละ	28.54	26.77	27.27	11.62	5.81	3.09

ตารางที่ 9 แสดงข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ของเกษตรกรที่สัมภาษณ์

หัวข้อด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					mean
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์	18	13	25	9	2	3.59
2. มีการเปิดให้เข้าชมดูงานโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	25	26	10	4	1	4.06
3. อยากมีการเพิ่มความหลากหลายในการซื้อขาย ผลผลิต เช่น ยางก้อนถ้วยน้ำยางสด	32	12	16	5	1	4.05
4. มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการประชาสัมพันธ์	33	12	12	7	2	4.02
5. มีการจัดกิจกรรมพบปะของสมาชิกตลาดกลางฯ	22	15	18	6	5	3.65
6. มีการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	28	10	15	8	5	3.73
7. มีการรับฟังข้อคิดเห็นจากสมาชิกอยู่เสมอ	10	29	19	2	6	3.53
8. ผู้ให้บริการตลาดกลางฯไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใน การให้บริการ	45	10	8	3	0	4.47
9. มีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในเรื่องการ ผลิตและขายยาง	23	25	9	7	2	3.91
ร้อยละ	59.60	38.38	33.33	12.88	6.06	3.89

สรุปผลการทดลองและคำแนะนำ

จากข้อมูลที่ได้รับ ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรจังหวัดหนองคายอำเภอโกลีเคียงที่นำขามาจำหน่าย ร้อยละ 65.15 และส่วนใหญ่มีสมาชิกครัวเรือนประมาณ 4-6คน ร้อยละ 60.61 ส่วนใหญ่เกษตรกรมี รายได้ต่อเดือนละประมาณ 10,00-25,000 บาท ร้อยละ 39.39 ส่วนใหญ่ผลผลิตยางที่นำมาจำหน่ายเป็น ยางแผ่นจากสวนตัวเอง ร้อยละ 94.42 ส่วนใหญ่มีชนิดการขายผลผลิตหลากหลาย เช่น ยางแผ่นดิบ และ จำหน่ายยางก้อนถ้วย ให้ผู้รับซื้อที่อื่น ร้อยละ 65.15 ด้านระยะทางที่เดินทางจากบ้านมาถึงตลาดกลาง ส่วนใหญ่น้อยกว่า 21-60 กิโลเมตร ร้อยละ 59.09 ส่วนระยะเวลาในการเดินทาง ส่วนใหญ่อยู่ที่ช่วง 30-60 นาที ร้อยละ 53.03 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง 551- 1,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 59.09 ส่วนในด้านข้อมูลความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ พบว่า ในส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัย การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบมาขายในสำนักงานตลาดกลางยางพารา หนองคาย พบว่า เรื่องหลักเกณฑ์การซื้อขายและส่งมอบยางเป็นที่ยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจใน ระดับมาก เท่ากับ 4.64 จากคะแนนเต็ม 5 ส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านราคา พบว่า เรื่อง การเคลื่อนไหวราคายางในตลาดสอดคล้องกับกลไกตลาด ได้ค่าเฉลี่ย ความพอใจในระดับ มาก เท่ากับ 4.33 ส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เรื่อง ตลาดกลางมีที่ตั้งใกล้แหล่งผลิตของเกษตรกร ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.09 ส่วนของข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยการตลาด ด้าน ส่งเสริมการตลาด พบว่า เรื่อง ผู้ให้บริการตลาดกลางฯไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ได้ค่าเฉลี่ยความพอใจในระดับมาก เท่ากับ 4.47 จากคะแนนเต็ม 5

ในการศึกษาผลกระทบการจัดตั้งสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย พบว่า เกษตรกรได้ ขายยางแผ่นดิบได้ราคาเป็นธรรมมากขึ้น และมีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตเพิ่ม เนื่องจากเหตุผล คือ มีตลาดกลางยางพาราเป็นสื่อกลาง และมีมาตรฐานชัดเจนในการคัดคุณภาพยางแผ่นดิบ แต่อย่างไรก็ ดี ยางแผ่นดิบ มีข้อดี ในคุณสมบัติ คือสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน เพื่อรอราคาขึ้น แต่ก็มีข้อเสีย คือ กรรมวิธีผลิตยุ่งยากและใช้ต้นทุนสูง ดังนั้นควรมีการขยายโอกาสในผลผลิตยางชนิดอื่น ด้วย เช่น ยาง ก้อนถ้วย มีข้อดี คือ ผลิตได้ง่าย ใช้ต้นทุนต่ำ มีตลาดรับซื้อทั่วไป เนื่องจากในจังหวัดหนองคายมี โรงงานอุตสาหกรรมยาง แต่มีข้อเสียคือ ยังขาดมาตรฐานที่เป็นกลาง อีกทั้งยังไม่สามารถ เก็บรักษาไว้ ได้นาน เพราะน้ำหนักรจะลดลงอย่างรวดเร็ว และมีกลิ่นเหม็น ซึ่งต้องหาแนวทางแก้ไขปัญหานี้ ต่อไป

การนำไปใช้ประโยชน์

สถาบันวิจัยยาง และหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ สามารถนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลสนับสนุนเชิงนโยบาย ประกอบการพิจารณา กำหนดแนวทางกระบวนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของตลาดกลางยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นตลาดแห่งใหม่ เพื่อเป็นแหล่งสนับสนุนการพัฒนาด้านการตลาดและโลจิสติกส์ในภาคนี้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- สมจิตต์ ศิขรินมาศ . 2553 . รูปแบบการขายยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายงานความก้าวหน้าผลงานวิจัยและพัฒนายาง ปี 2553 สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.
- ปรีดีเปรม ทศนกุล. 2552. การปรับปรุงเทคโนโลยีการแปรรูปยางดิบโดยเกษตรกรมีส่วนร่วม รายงานผลการวิจัยเรื่องเต็ม ประจำปี 2552 สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.