

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายยางพาราของชาวสวนยาง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

โดย

นางสาวนภาพร วงษ์ชีวิต

พฤษภาคม 2543

ประธานกรรมการที่ปรึกษา : ศาสตราจารย์พิเศษยรรยง สิทธิชัย

ภาควิชา/คณะ : ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดเกษตร

คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของชาวสวนยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2) ศึกษาพฤติกรรมการขายยางพาราของชาวสวนยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม กับพฤติกรรมการขายยางพาราของชาวสวนยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 4) ศึกษาสภาพปัญหา และข้อเสนอแนะในการขายยางพาราของชาวสวนยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยคือ เกษตรกรที่เป็นเจ้าของสวนยางที่เปิดกรีดยางขายได้แล้วหรือผู้ที่ได้รับสิทธิ์การทำสวนยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เฉพาะจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี จำนวน 304 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows Version 7.5)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชายอายุ 31-59 ปี การศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน แรงงานที่ใช้ทำสวนยาง 1-3 คน การจ้างงานให้ค่าตอบแทนร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายยาง มีการทำอาชีพสวนยางเป็นอาชีพรอง รายได้ต่อปีจากอาชีพการเกษตรต่ำกว่า 50,001 บาท ไม่มีรายได้ต่อปีจากอาชีพ

นอกภาคการเกษตร มีจำนวนเงินที่เป็นหนี้สินทางภาคเกษตรต่ำกว่า 50,001 บาท ไม่มีจำนวนเงินที่เป็นหนี้สินนอกภาคการเกษตร การปลูกยางได้รับการส่งเสริมจากกองทุนส่งเสริมการทำสวนยาง การถือครองสวนยางเป็นของตนเอง ขนาดพื้นที่สวนยาง 1-50 ไร่ ระยะเวลาที่เปิดกรีต 3-4 ปี ปริมาณยางแผ่นดิบที่ผลิตได้ต่อวัน 1-30 กิโลกรัม ระบบกรีตยางแบบกรีตครั้งต้น 2 วันเว้น 1 วัน ช่วงเดือนที่เปิดกรีตยางมากคือกรกฎาคมถึงธันวาคม อุปกรณ์และโรงเรือนที่ผลิตยางเป็นของตนเอง ขายยางได้ราคาตามโครงการแทรกแซงตลาดยางพารา ระยะทางที่นำยางไปขาย 1-30 กิโลเมตร กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับการทำสวนยาง มีการติดต่อเกี่ยวกับราคาขายยางกับเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลและเจ้าหน้าที่กองทุนส่งเสริมการทำสวนยาง แหล่งข่าวสารการตลาดและราคายางคือ วิทยุ โทรทัศน์

สำหรับพฤติกรรมการขายยางนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนำยางไปขายด้วยตนเองที่จุดแทรกแซงตลาดยาง พาหนะที่ใช้คือรถยนต์รับจ้าง สาเหตุสำคัญในการนำยางไปขายจุดแทรกแซงตลาดยางพารา คือ ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ให้ราคาสูง และมีความคุ้นเคย ผู้ตัดสินใจขายยางคือ เจ้าของสวนยาง ปริมาณยางที่ขายไม่เกิน 300 กิโลกรัมต่อครั้ง ขาย 2 ครั้งต่อเดือน และขายขาดทันทีตามราคาในวันส่งมอบ ซึ่งรับชำระค่ายางเป็นเงินสด หรือโอนเงินผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรหลังจากตกลงขายยางได้ 2 วัน การขายยางขายได้หลายราคาตามคุณภาพยาง คุณภาพยางที่ขายได้คือยางแผ่นดิบคุณภาพ 1 ได้มีการคัดคุณภาพยางก่อนขาย และสามารถคัดคุณภาพยางได้ตรงเป็นส่วนมากกับการคัดคุณภาพยางของคณะกรรมการคัดคุณภาพยางเมื่อนำยางไปขาย

การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ และอายุ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจได้แก่ รายได้จากอาชีพการเกษตร และปริมาณยางแผ่นดิบที่ผลิตได้ต่อวัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขายยางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยทางสังคมกับพฤติกรรมการขายยางไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัญหาที่ชาวสวนยางพบคือ ด้านเงินทุน ขาดแคลนโรงเรือนสถานที่ผลิตยางและวัสดุอุปกรณ์การผลิตยาง มีพ่อค้ารับซื้อน้อยราย การคมนาคมไม่สะดวก ระยะทางไปถึงจุดรับซื้อไกล และปัญหาจากการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐด้านการแทรกแซงตลาดยาง ข้อเสนอแนะชาวสวนยางควรมีการรวมกลุ่มการขายยาง เพื่อยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจของชาวสวนยาง