

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิต ช่องทางการตลาดและการตลาด
กลางสาธิตในจังหวัดอุดรดิคตต์และเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างราคาผลไม้ของตลาดท้องถิ่น
และตลาดกลางขายส่งในจังหวัดอุดรดิคตต์ พื้นที่ในการวิจัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอลับแล
จังหวัดอุดรดิคตต์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการปลูกกลางสาธิตหนาแน่น โดยทำการเก็บแบบสอบถามจาก
เกษตรกรผู้ปลูกกลางสาธิตจำนวน 370 ตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์การเชื่อมโยงราคาใช้แบบจำลอง
Cointegration และ Error correction mechanism ที่พัฒนาจากแบบจำลองของ Engle และ Granger (สมพร,
2542) จากการวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ด้านการตลาดกลางสาธิต

ตอนที่ 2 ด้านความเชื่อมโยงราคาผลไม้ในตลาด

ตอนที่ 1 ด้านการตลาดกลางสาธิต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 41 – 50 ปี สมรสแล้ว จบ
การศึกษาระดับประถมศึกษา มีจำนวนสมาชิกและแรงงานในครัวเรือน 3 – 5 คน มีรายได้จากการ
ประกอบอาชีพการเกษตรมากกว่า 50,000 บาทต่อปี ส่วนรายได้นอกภาคการเกษตรมีรายได้ต่ำกว่า
30,000 บาทต่อปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การตลาดและราคากลางสาธิต

- ขนาดพื้นที่ปลูกกลางสาธิต เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ปลูกกลางสาธิต 5 – 9 ไร่
- ลักษณะการถือครองพื้นที่ปลูกกลางสาธิต ส่วนใหญ่เกษตรกรมีพื้นที่ปลูกเป็นของตนเอง
- ปริมาณผลผลิตกลางสาธิต เกษตรกรส่วนใหญ่จะได้ผลผลิตตั้งแต่ 3,000 กิโลกรัมขึ้นไป
- แหล่งเงินทุนในการปลูกกลางสาธิต ส่วนใหญ่เกษตรกรใช้เงินทุนส่วนตัวและกู้ยืม
ร่วมกัน
- แหล่งเงินกู้ในการปลูกกลางสาธิต ส่วนใหญ่ใช้เงินกู้จาก ธกส.และสหกรณ์ร่วมกัน
- ระยะเวลาสินเชื่อ ส่วนใหญ่เป็นสินเชื่อระยะสั้น

- การใช้ปุ๋ยในการปลูกกลางสาด ส่วนใหญ่มีการใช้ปุ๋ย
- ประเภทของปุ๋ยที่ใช้ เกษตรกรมักใช้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมีร่วมกัน
- การใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เกษตรกรมีการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช
- วิธีการกำจัดวัชพืช เกษตรกรมีการใช้แรงงานคนในการกำจัดวัชพืช
- การจ้างแรงงานในการปลูกและดูแลรักษาผลผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการจ้างแรงงาน
- จำนวนแรงงานจ้าง เกษตรกรมีการจ้างแรงงาน 1-2 คน ในการดูแลรักษาผลผลิต
- สถานที่จำหน่ายผลผลิต มีการจำหน่ายที่ตลาดท้องถิ่นมากกว่าวิธีอื่นๆ
- วิธีการจำหน่าย ส่วนใหญ่มีวิธีการจำหน่ายเองและจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง
- ลักษณะพ่อค้าที่มารับซื้อผลผลิต ส่วนมากพ่อค้ามาจากต่างจังหวัด
- เหตุผลที่ขายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลาง คือ ความสะดวก
- การรับรู้ราคาผลผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ทราบราคาผลผลิต
- แหล่งข่าวสารการตลาด ข่าวสารมักได้รับจากเกษตรกรคนอื่นๆ ก่อนจำหน่าย
- ผู้ที่เสนอราคาผลผลิต ได้แก่ ชาวสวนและพ่อค้าคนกลางตกลงราคาด้วยกัน
- ปัจจัยกำหนดราคาผลผลิต ได้แก่ รสชาติ ความคงทนและขนาดของข้อ
- วิธีการตกลงราคาผลผลิตของเกษตรกรกับพ่อค้าคนกลาง ไม่มีการตกลงราคากันล่วงหน้าหรือก่อนที่ผลผลิตจะออกผล
- การขนส่งผลผลิตไปยังสถานที่ซื้อขาย ส่วนใหญ่เกษตรกรจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการขนส่งเอง
- ยานพาหนะที่ใช้ขนส่ง เกษตรกรมักใช้รถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก
- การบรรจุหีบห่อ ส่วนใหญ่มีการบรรจุในเชิงที่รองด้วยหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการผลิต และการตลาดผลผลิต

- จากการศึกษาปัญหาในการจำหน่ายและการตลาดผลผลิต ปรากฏว่ามีปัญหาด้านราคาไม่แน่นอน ราคาผลผลิตต่ำ ขาดข่าวสารการตลาดและราคา และค่าขนส่งแพง มีปัญหามาก สำหรับ ปัญหาเรื่องพ่อค้าเอาเปรียบ การเสียหายของผลผลิต คุณภาพของผลผลิต พ่อค้ามารับซื้อที่หมู่บ้านน้อยเกินไป และพ่อค้าในท้องถิ่นมีน้อยเกินไป มีปัญหาในระดับปานกลาง ในขณะที่เรื่องการบรรจุหีบห่อ มีปัญหาน้อย

- การได้รับคำแนะนำและความรู้ด้านการส่งเสริมการผลิตยางสด เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำ
- แหล่งข่าวสารความรู้ เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับทราบข่าวสารความรู้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
- แหล่งเสริมสร้างประสบการณ์ในวิชาชีพทางการเกษตร เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารในวิชาชีพทางการเกษตรจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เพื่อนบ้าน การอบรมและหนังสือ วารสารต่างๆ

ตอนที่ 2 ด้านความเชื่อมโยงราคาผลไม้ในตลาด

ในการทดสอบความเชื่อมโยงของตลาดพบว่า ตลาดกลางอุดรดิตถ์มีความเชื่อมโยงกับตลาดท้องถิ่น โดยอิทธิพลของการกำหนดราคาเกิดขึ้นทั้ง 2 ทิศทาง อธิบายได้ว่า การที่ผู้รวบรวมในท้องถิ่นเป็นตัวแทนทำหน้าที่ในการจัดหาผลผลิตให้กับผู้ขายปลายทาง ก่อให้เกิดการแข่งขันในด้านอุปสงค์ในตลาดท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันกลางสดเป็นผลไม้ตามฤดูกาลทำให้ปริมาณของอุปทานกลางสดที่เข้าสู่ตลาดต้นทางในแต่ละวันมีการเปลี่ยนแปลงสูงและมีผลต่อการกำหนดราคาเช่นกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางสดมีพื้นที่ปลูกยางสดเป็นของตนเอง โดยมีพื้นที่ปลูกขนาด 5 – 9 ไร่ เมื่อมีปัญหาในการปลูกยางสด ส่วนใหญ่เกษตรกรจะขอคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เนื่องจากปัจจุบันเจ้าหน้าที่ของรัฐได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการส่งเสริมการผลิตไม้ผล เพื่อกระจายการผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรให้มีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ขึ้นอยู่กับพืชหลักเพียงไม่กี่ชนิด ตามนโยบายการปรับโครงสร้างการผลิตทางการเกษตรของรัฐบาล

เกษตรกรผู้ปลูกยางสดส่วนใหญ่จะขายยางสดให้กับพ่อค้าคนกลาง เพราะว่ามีความสะดวกและเกษตรกรไม่มีเวลาที่จะนำผลผลิตไปขายเอง ซึ่งพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่เป็นพ่อค้ามาจากต่างจังหวัด

ปัญหาด้านราคาไม่แน่นอน ราคาตกต่ำ ขาดข่าวสารการตลาดและค่าขนส่งแพง มีปัญหาอย่างมาก เนื่องจากผลผลิตยางสดออกสู่ตลาดพร้อมๆ กันและยางสดเป็นผลผลิตที่เก็บยากและยังเสียหายง่าย เกษตรกรจึงมักจะรีบขายให้หมด

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการดังนี้

1. ควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกยางสด เพื่อจะได้มีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
2. สร้างเครือข่ายเพื่อประชาสัมพันธ์ราคาจำหน่ายยางสด ทั้งราคาขายส่งและราคาขายปลีกให้เกษตรกรทราบภาวะความเคลื่อนไหวของราคายางสด เพื่อจะได้ให้เกษตรกรใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจขาย
3. จัดตั้งศูนย์รวบรวมผลผลิตยางสดในแหล่งผลิตภายในจังหวัด เพื่อเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายยางสด และเพิ่มทางเลือกการจำหน่ายยางสดแก่เกษตรกร
4. ควรมีการส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้ปลูกยางสด เกี่ยวกับวิธีการดูแล รักษา ป้องกันกำจัด โรคและแมลงศัตรูพืชที่ถูกต้องให้กับเกษตรกร