



บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ยางสดเป็นผลไม้เศรษฐกิจของจังหวัดที่มีมานาน และได้กลายเป็นผลไม้เศรษฐกิจอันดับหนึ่งของจังหวัดอุดรดิตถ์ ทั้งนี้เนื่องจากอุดรดิตถ์เป็นจังหวัดที่มีการปลูกยางสดที่มีคุณภาพดี ช่อใหญ่ รสหวานเพียงแห่งเดียวในภาคเหนือและยางสดเป็นที่ต้องการของตลาด โดยพื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอลับแลและอำเภอเมืองบางส่วน แหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในอำเภอเมืองมีเนื้อที่ประมาณร้อยละ 63 ของเนื้อที่ปลูกทั้งหมด รองลงมาเป็นอำเภอลับแลและท่าปลา ประมาณร้อยละ 30 และ 7 ของเนื้อที่ปลูกทั้งหมด ตามลำดับ เป็นเนื้อที่ที่ให้ผลผลิตแล้วประมาณร้อยละ 61.89 ซึ่งสัดส่วนของเนื้อที่ที่ให้ผลผลิตต่อเนื้อที่ปลูกแสดงถึงว่า พื้นที่นั้นมีการขยายเนื้อที่ปลูกใหม่ๆ หรือมีการโค่นต้นเก่าแล้วปลูกใหม่เล็กน้อยเพียงใด ถ้าการปลูกใหม่มีมาก เนื้อที่ที่ให้ผลผลิตแล้วจะมีน้อย จากข้อมูลแสดงว่า มีการปลูกยางสดมานานพอสมควร ในขณะที่เดียวกันพื้นที่เพาะปลูกในอำเภอเมืองยังมีปริมาณผลผลิตและผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงสุด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการศึกษาต้องการศึกษาลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจของเกษตรกรที่ทำสวนยางสดในเขตอำเภอเมืองและอำเภอลับแล โดยเฉพาะเรื่องราคาผลผลิตยางสดในปี 2551 ที่ยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญที่ควรได้รับการแก้ไข เพื่อให้เกษตรกรที่ปลูกยางสดเป็นอาชีพหลักมีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ มีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งยังได้ทำการศึกษาความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการตลาดยางสด สภาพการตลาดยางสด เพื่อจะได้หาแนวทางแก้ไขปัญหามา เพื่อให้เกษตรกรมีโอกาสขายผลผลิตได้มากในราคาที่เหมาะสม

ผลการศึกษา เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 370 คน ส่วนใหญ่เป็นชายร้อยละ 75.40 อายุของเกษตรกรผู้ปลูกยางสดส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.20 รองลงมาอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมาได้รับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่เกษตรกรมีขนาดพื้นที่ปลูกยางสดเท่ากับ 5 - 9 ไร่ รองลงมา มีพื้นที่ปลูกขนาด 10 - 14 ไร่ จำนวนผลผลิตยางสดที่เกษตรกรได้รับมีจำนวนผลผลิตตั้งแต่ 3,000 กิโลกรัมขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา มีจำนวนผลผลิตอยู่ระหว่าง 1,000 - 1,499 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 19.3 และมีจำนวนผลผลิตน้อยกว่า 500 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 9.1

เกษตรกรส่วนใหญ่มีวิธีการจำหน่ายเองและผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.8 และจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 34.1 การตกลงราคาของเกษตรกรกับพ่อค้าคนกลาง ไม่มีการตกลงราคากันล่วงหน้าหรือก่อนที่จะยางสดจะออกผล คิดเป็นร้อยละ 56 และตกลงกันก่อนโดยอาศัยการปรับราคาตามตลาด คิดเป็นร้อยละ 36.60

ปัจจัยที่เป็นสื่อการจำหน่ายกลางสาตผ่านพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่เกิดจากความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงไปคือ เกษตรกรไม่มีเวลาที่จะนำไปขายเอง คิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนมาก วิธีการจำหน่ายกลางสาตของเกษตรกรจะมีการจำหน่ายกลางลาตที่ตลาดกลางท้องถิ่นมากกว่าวิธีการอื่น ๆ พ่อค้าที่มาซื้อกลางสาตของเกษตรกร ส่วนมากมาจากต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 91 รองลงมาคือ พ่อค้าในจังหวัดอุตรดิตถ์ คิดเป็นร้อยละ 61.1 และพ่อค้าในท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 57.5

รสชาติและความตกและขนาดของช่อเป็นปัจจัยที่กำหนดราคากลางสาตมากที่สุด ส่วนใหญ่ผู้ที่เสนอราคาซื้อขาย คือ ชาวสวนและพ่อค้าคนกลาง แหล่งข่าวสารด้านราคาและการตลาดที่เกษตรกรผู้ปลูกกลางสาตได้รับมาจากเกษตรกรคนอื่น ๆ ก่อนจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาได้รับข่าวสารจากพ่อค้าในขณะจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 54.5

การขนส่งกลางลาตไปยังสถานที่ ซื้อ-ขาย ส่วนใหญ่เกษตรกรจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการขนส่งเอง คิดเป็นร้อยละ 86.9 รองลงมาผู้ซื้อมารับกลางสาตที่บ้านเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 46.9 ส่วนใหญ่เกษตรกรจะใช้รถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก (4 ล้อ) คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาเกษตรกรใช้รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 68.3 ส่วนใหญ่มีการบรรจุในเชิงที่รองด้วยหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 93 และมีการบรรจุในกล่องกระดาษ คิดเป็นร้อยละ 41.9

จากการศึกษาปัญหาในการจำหน่ายและการตลาดกลางสาต ปรากฏว่าปัญหาด้านราคาไม่แน่นอน ราคาผลผลิตต่ำ ชาวสวนขาดความรู้และการตลาดและราคา และค่าขนส่งแพง มีปัญหาสำหรับปัญหาเรื่องพ่อค้าเอาเปรียบ การเสียหายของผลผลิต คุณภาพของผลผลิต พ่อค้ามารับซื้อที่หมู่บ้านน้อยเกินไป และพ่อค้าในท้องถิ่นมีน้อยเกินไป มีปัญหาในระดับปานกลาง ในขณะที่เรื่อง การบรรจุหีบห่อ มีปัญหาน้อย

ผลการทดสอบความเชื่อมโยงราคาของกลางสาต กลางสาตเป็นผลไม้ที่ให้ผลผลิตเป็นฤดูกาลและฤดูกาลเก็บเกี่ยวจะอยู่ในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายนถึงกันยายน การมีลักษณะเน่าเสียง่ายของกลางสาต ทำให้อิทธิพลของอุปสงค์และอุปทานในขณะหนึ่ง ๆ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคาตลาด ในตลาดขายส่งกลางสาตท้องถิ่น ราคาตลาดจะขึ้นอยู่กับปริมาณของอุปทานในแหล่งผลิตที่ส่งเข้ามายังตลาดและปริมาณอุปสงค์ในตลาด โดยราคาจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาและระยะเวลา นอกจากนี้ราคาตลาดท้องถิ่นและตลาดกลางอุตรดิตถ์จะมีความแตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นราคาในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวมีอิทธิพลมาจากค่าขนส่งและค่าเก็บรักษา และการบรรจุหีบห่อ รวมทั้งค่าการตลาดอื่น ๆ เป็นต้น

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ แสดงให้เห็นว่า ราคาตลาดในตลาตขายส่งกลางอุตรดิตถ์กับตลาดท้องถิ่นปรากฏคุณสมบัติ Causality ในแบบสองทิศทาง คือ จากตลาดท้องถิ่นไปยังตลาดขายส่งกลางอุตรดิตถ์ และจากตลาดขายส่งกลางอุตรดิตถ์ไปยังตลาดท้องถิ่น โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 1%

ผลการทดสอบสรุปได้ว่า การกำหนดราคากลางสาदनนั้นมีอิทธิพลทั้งจากตลาดขายส่งต้นทางและปลายทางหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การเปลี่ยนแปลงราคากลางสาदनมีเหตุมาจากทั้งทางด้านอุปทานในแหล่งผลิตและด้านอุปสงค์ของตลาดปลายทางเช่นกัน