

การกำหนดสินค้าเกษตรในภาคใต้เข้าสู่ตลาดสินค้าส่งออก: กรณีศึกษายางพาราและทุเรียน

โดย สมพงษ์ อรพินท์

บทศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดทำตลาดล่วงหน้าของยางพาราและทุเรียนวิธีการศึกษาใช้การหาอัตราส่วนการส่งออกของไทยต่อปริมาณการส่งออกของโลก มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และ อัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)และความสัมพันธ์ของราคาระดับต่าง ๆ และความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาจากตลาดขายส่งไปสู่เกษตรกรจากผู้ส่งออกไปสู่ตลาดขายส่ง ผลการศึกษาพบว่าอัตราส่วนการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 เป็นอันดับสูงของโลก ระบุมูลค่าปัจจุบันสุทธิของยางในจังหวัดชุมพรและนครศรีธรรมราชการใช้แบบจำลอง ARIMA พบว่า อนุกรมเวลาของทุกระดับราคาสามารถปรับให้มีเสถียรภาพเพื่อนำไปพยากรณ์ราคาในอนาคตได้ราคายางแผ่นดิบรมควันชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับและราคาตลาดขายส่งหาตลาดใหญ่มีลักษณะของการเคลื่อนไหวแบบฤดูกาลกินเวลา 8 เดือนส่วนตลาดทุเรียนที่ชุมพรพบว่าโครงสร้างตลาดเป็นตลาดผู้ซื้อน้อยราย ผู้ค้าปลีกมีโครงสร้างแบบแข่งขัน ผู้ค้าต่างจังหวัดมีโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดโดยการผูกขาดมีไม่มากนัก ผลการดำเนินงานตลาดพบว่าผู้รวบรวมทุเรียนมีส่วนเหลือมการตลาดมากที่สุด รองลงมาคือตลาดระดับผู้ค้าต่างจังหวัดและผู้ค้าปลีก

1.ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง

1.1 ความสำคัญของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่มีต่อเศรษฐกิจไทย

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเป็นความพยายามในการจัดตั้งมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี ที่กระทรวงพาณิชย์เสนอแนวทางขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพตลาดสินค้าเกษตรของไทย และเป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยงต่อความผันผวนของราคา ทั้งช่วยให้การวางแผนการผลิตและการตลาดเป็นไปอย่างถูกต้อง

การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรในปัจจุบันด้วยมาตรการต่างๆ ในการแทรกแซงตลาด เป็นการแก้ไขปัญหาระยะสั้นเท่านั้น การแก้ไขปัญหาในระยะปานกลางและระยะยาวจะต้องใช้มาตรการที่เป็นการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างต่างๆ ที่เอื้อต่อการดำเนินการด้านการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าภายในจึงพยายามพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรมาอย่างต่อเนื่อง และได้เสนอแนวทางจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าขึ้น โดยได้เสนอร่างพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ.2542 ซึ่งได้ผ่านความเห็นชอบจากรัฐสภาให้ตราเป็นกฎหมายและประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2542 โดยจะมีผลใช้บังคับภายหลัง 180 วันนับตั้งแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

1.2 พัฒนาการของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าได้เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในนครโอซากา ประเทศญี่ปุ่น โดยถือกำเนิดมาจากการที่พ่อค้าข้าวของญี่ปุ่นต้องการจะลดความเสี่ยงจากการขึ้นลงของราคา พ่อค้าเหล่านี้จึงได้จัดตั้งตลาด Dojime Rice Market ขึ้น เพื่อเป็นสถานที่ซื้อขายสัญญาข้าวล่วงหน้าในปี ค.ศ.1730 ผู้ซื้อผู้ขายที่มาทำการซื้อขายในตลาดนี้จะทำการต่อรองราคากัน โดยมีการทำสัญญาซื้อขายสินค้าล่วงหน้าเกี่ยวกับราคาสินค้า คุณภาพของสินค้า ปริมาณสินค้า

และเวลาที่จะทำการส่งมอบในอนาคต สัญญาที่ทำต่อกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายนี้ แต่ละสัญญาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับอำนาจการต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

หลังจากนั้นก็ได้มีการซื้อขายสินค้าล่วงหน้าอื่นๆ เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น สำหรับการทำการซื้อขายล่วงหน้าน้ำมันพืชที่เกิดจากไขมันสัตว์ ฝ้ายและโลหะมีค่า อย่างไรก็ตามตลาดเหล่านี้มีขนาดเล็กมีปริมาณซื้อขายน้อยเมื่อเทียบกับข้าว

การพัฒนาตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าครั้งใหญ่ได้เข้ามาเกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาในนครชิคาโก จากลักษณะสถานที่ตั้งของนครชิคาโก ใกล้บริเวณตอนกลางทางตะวันตก (Midwest) ซึ่งเป็นบริเวณเพาะปลูกที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้นครชิคาโกกลายเป็นศูนย์กลางการรับส่งมอบสินค้าธัญพืช อย่างไรก็ตามปัญหาต่างๆ ได้เกิดขึ้นในการรับ-ส่งมอบได้แก่ ความไม่สมดุลระหว่างปริมาณความต้องการ และปริมาณผลผลิตในตลาด การคมนาคม ขนส่งและการเก็บรักษา ซึ่งปัญหาเหล่านี้ได้สร้างความลำบากในการดำเนินธุรกิจของผู้ค้าและเกษตรกร นักธุรกิจการเกษตรบางรายต้องขาดทุนจากความไม่แน่นอนของราคาสินค้าถึงขนาดล้มละลาย

ในการแก้ไขปัญหาทางด้านการตลาดเหล่านี้ เกษตรกรและพ่อค้าในชิคาโกจึงได้เริ่มมีการทำสัญญาในการส่งมอบสินค้าในอนาคตกันขึ้น การซื้อขายสินค้าล่วงหน้าอันแรกคือการทำสัญญาซื้อขายข้าวโพดล่วงหน้า เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายว่าแต่ละฝ่ายจะได้รับสินค้าในปริมาณและคุณภาพตามกำหนดไว้ในสัญญาในราคาที่ได้ทำการตกลงกัน การทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าได้รับความนิยมมากขึ้น และได้มีการขยายการซื้อขายล่วงหน้าไปถึงข้าวสาลีและธัญพืชอื่นๆ

ในปี ค.ศ. 1842 พ่อค้าในชิคาโก 82 คนได้ร่วมกันก่อตั้งสภาการค้าชิคาโก (Chicago Board of Trade :CBOT) ขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายสินค้าล่วงหน้า อย่างไรก็ตามการซื้อขายใน CBOT ในช่วงแรกๆ เป็นการซื้อขายสัญญาที่ไม่มีมาตรฐาน ความไม่มีมาตรฐานของสัญญาทำให้แต่ละสัญญามีการกำหนดปริมาณ คุณภาพและเวลาส่งมอบสินค้าแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ผู้ค้าต่างๆ มักจะไม่ปฏิบัติตาม ข้อตกลงในสัญญา มีการบิดพลิ้วไม่

ปฏิบัติตามสัญญามากมาย ดังนั้นสภาการค้าชิคาโกจึงได้เริ่มพัฒนาวิธีการซื้อขายล่วงหน้า โดยการใช้รูปแบบสัญญามาตรฐานที่หลากหลาย ฝ่ายเห็นชอบด้วย สัญญานี้เรียกว่าสัญญาซื้อขายสินค้าล่วงหน้า (forward contract) ตลาดที่ทำการซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่มีมาตรฐานนี้ในปัจจุบันมักจะเรียกว่า ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า โดยไม่มีสัญญาในรูปมาตรฐานนั้น เรียกว่า forward market สัญญาซื้อขายสินค้าล่วงหน้าแบบมีมาตรฐานจะมีการกำหนดไว้แน่นอนในตัวสัญญาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ปริมาณของสินค้าต่อสัญญา ระยะเวลาและสถานที่ในการส่งมอบ

ผู้ซื้อสัญญาซื้อขายสินค้าล่วงหน้าเป็นมาตรฐานสัญญาจะต้องรอรากันเท่านั้น ส่วนอื่นๆ ของสัญญาให้ถือตามมาตรฐานของตลาด ทำให้การซื้อขายทำได้ง่ายขึ้น การเปลี่ยนมือสัญญาทำได้ง่าย ต่างกับสัญญาซื้อขายสินค้าล่วงหน้าที่ไม่มีมาตรฐานที่ผู้ซื้อผู้ขายจะต้องตกลงต่อรองกัน ในส่วนต่างๆ ของสัญญาที่มีอำนาจในการต่อรองมากสามารถเอาเปรียบในการกำหนดเงื่อนไขของสัญญาได้ง่าย

นอกจากการพัฒนาในเรื่องของมาตรฐานสัญญาแล้ว การป้องกันการบิดพลิ้วสัญญาด้วยการวางเงินประกัน ความเสี่ยง หรือมาร์จิน (margin) ยังได้รับการพัฒนาขึ้นในระบบมาร์จินนี้ ทั้งผู้ซื้อผู้ขายจะนำเงินส่วนหนึ่งมาวางไว้กับตลาด เพื่อเป็นการรับรองถึงการปฏิบัติตามสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

การใช้การซื้อขายสินค้าล่วงหน้าในการลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคานี้ได้รับความนิยมอย่างมาก และได้แพร่กระจายไปยังส่วนต่างๆ ของโลก อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่สินค้าเกษตรเท่านั้นที่ประสบกับความเสี่ยงจากความผันผวนของราคา สินค้าอื่นๆ ที่ประสบกับความผันผวนของราคา และได้มีการนำมาซื้อขายกันล่วงหน้าในปัจจุบันเช่นกัน ได้แก่

- อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ
- อัตราดอกเบี้ย
- พันธบัตรรัฐบาล

- ดัชนีราคาหุ้น
- น้ำมันเชื้อเพลิง
- โลหะมีค่าต่างๆ

ประเทศที่มีตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มีดังนี้

- (1) ประเทศในทวีปอเมริกา เช่น สหรัฐอเมริกา และ แคนาดา
- (2) ประเทศในทวีปยุโรป เช่น อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และ เยอรมันนี
- (3) ประเทศในทวีปเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย จีน และ อินเดีย
- (4) ประเทศออสเตรเลีย
- (5) ประเทศแอฟริกาใต้

1.3 ความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องมีตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ในปัจจุบันตลาดสินค้าเกษตรของไทยที่ทำการซื้อขายกันอยู่ มีสองลักษณะคือ การซื้อขายแบบส่งมอบสินค้าทันที (spot trading) และการซื้อขายแบบส่งมอบสินค้าในวันข้างหน้า (forward trading) โดยอาจจะเป็นการซื้อขายโดยตรงกับพ่อค้าหรือซื้อขายในตลาดกลางหรือตลาดข้อตกลง แล้วแต่กรณี อย่างไรก็ตามการซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรดังกล่าวยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ กล่าวคือ

- การซื้อขายยังไม่เกิดการแข่งขันกันอย่างแท้จริงซึ่งจะมีผลทำให้การต่อรองราคาสินค้าที่เป็นอยู่ไม่ได้รับราคาที่สอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าที่ผลิต
- วิธีการตลาดของสินค้าต้องผ่านคนกลางหลายขั้นตอน ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูง ซึ่งมีผลต่อราคาที่เกษตรกรได้รับ
- การจัดชั้นมาตรฐานของสินค้ายังไม่ดีพอ และเกษตรกรยังไม่ให้ความสนใจการจัดชั้นคุณภาพของสินค้า
- ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์สินค้าเกษตรยังไม่ชัดเจนและกระจายไม่ทั่วถึง

ซึ่งไม่สามารถนำข้อมูลไปวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีผลทำให้ราคาสินค้าที่ได้รับไม่แน่นอน

นอกจากนี้ยังมีปัญหาทางการผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญ คือ สภาพดินฟ้าอากาศที่มีความไม่แน่นอน มีผลทำให้ปริมาณการผลิตเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่มีเสถียรภาพ มีผลต่อเนื้อทำให้รายได้ของประเทศไม่มีเสถียรภาพตามไปด้วย

ในระหว่างที่ผ่านมารัฐบาลได้แก้ปัญหาโดยการเข้าแทรกแซงตลาดเมื่อราคาสินค้าเกษตรตกต่ำหรือราคาสูงผิดปกติ โดยเพิ่มช่องทางการตลาดด้วยการรวมกลุ่มขาย จัดตลาดนัด การชะลอผลผลิตออกสู่ตลาดด้วยวิธีการรับจำนำ สนับสนุนด้านเงินทุนหมุนเวียนอัตราดอกเบี้ยต่ำ จัดอบรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งด้านการผลิต การตลาด รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาจัดตั้งตลาดกลาง ซึ่งนโยบายแก้ไขปัญหาดังกล่าวสามารถบรรเทาปัญหาในระดับหนึ่งเท่านั้น

เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น กระทรวงพาณิชย์เห็นว่าการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะเป็นทางเลือกใหม่ของตลาดสินค้าเกษตรไทย เพราะตลาดนี้จะสามารถลดความเสี่ยงทางด้านราคาสินค้าเกษตรที่มีความผันผวนในระดับสูง สามารถทราบราคาที่เกิดขึ้นในอนาคต ลดอำนาจการผูกขาดรวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์สินค้าเกษตรอีกด้วย

1.4 กลุ่มบุคคลที่จะได้รับประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

1) เกษตรกร สามารถลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคา เกษตรกรสามารถที่จะเข้ามาขายในราคาขายล่วงหน้าที่น่าเชื่อถือ หรือกำหนดราคาขั้นต่ำสำหรับผลผลิตของตนเองได้ สามารถวางแผนการผลิตสินค้าหรือเพาะปลูกได้อย่างเหมาะสมและทราบระดับราคาในอนาคต สามารถขอข้อมูลการผลิตการค้า การตลาดภายในและต่างประเทศหรือคำแนะนำต่างๆ ได้จากบริษัทสมาชิก

2) ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตร สามารถได้รับวัตถุดิบในการผลิตสินค้าในปริมาณและราคาที่แน่นอน สามารถวางแผนการผลิตและการตลาดได้ล่วงหน้าอันจะมีผลให้ธุรกิจสามารถที่จะควบคุมต้นทุนการผลิต และสามารถที่จะพัฒนาแผนการตลาดระยะยาวได้

3) ผู้ส่งออก สามารถได้รับสินค้าที่จะส่งมอบกับต่างประเทศในปริมาณและราคาที่แน่นอน สามารถวางแผนการผลิต การตลาด และการส่งออกได้ล่วงหน้า และลดต้นทุนการเก็บสต็อกสินค้า

1.5 ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าทำหน้าที่อะไร?

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเป็นศูนย์กลางในการตกลงซื้อหรือขายสินค้าเกษตรที่มีการส่งมอบในอนาคตตามประเภท ชนิด ราคา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่ส่งมอบ และระยะเวลาที่กำหนด มีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการดูแลการซื้อขาย โดยตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะมีรายได้จากค่าบริการการซื้อขายในตลาดฯ

ในการให้บริการสมาชิก ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะดำเนินการภายใต้กฎ ระเบียบ ต่างๆ เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ไม่ว่าจะเป็นสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า การชำระราคา การวางเงินประกัน การกำหนดอัตราค่าการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงสูงสุดที่ทำการซื้อขายในแต่ละวัน การกำหนดปริมาณซื้อสุทธิของสมาชิกหรือลูกค้าต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะมีระบบการควบคุมและป้องกันการปั่นตลาด โดยจะมีกฎหมายเฉพาะที่กำหนดข้อห้ามกระทำการที่อาจก่อให้เกิดการบิดเบือนตลาด มีการตรวจสอบบัญชีซื้อขายของสมาชิกให้อำนาจในการสั่งระงับหรือหยุดการซื้อขายมีขั้นตอนการลงโทษสมาชิกและบทลงโทษทางอาญา รวมทั้งทำหน้าที่เป็นอนุญาโตตุลาการ คอยไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นระหว่างสมาชิกกันเอง หรือสมาชิกกับลูกค้า

สำนักหักบัญชี

ในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแต่ละแห่งจะต้องมีสำนักหักบัญชีที่จะทำให้การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น สำนักหักบัญชีมีหน้าที่รับผิดชอบในการชำระสะสางบัญชีระหว่างลูกค้าที่เข้ามาซื้อขายในตลาด เรียกเก็บและเก็บรักษาเงินมาจिनกำกับดูแลการรับ-ส่งมอบสินค้า และรายงานข้อมูลการซื้อขาย สำนักหักบัญชีจะเป็นหน่วยงานของตลาดที่สร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่ตลาด ซึ่งจะมีผลต่อความเชื่อถือของลูกค้าที่เข้ามาซื้อขายในตลาดว่า เมื่อเข้ามาทำการซื้อขายในตลาดแล้ว ทุกสัญญาที่ทำให้จะต้องมีการปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาที่ระบุไว้อย่างเคร่งครัด

สำนักหักบัญชีอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของตลาดหรืออาจจะเป็นองค์กรที่แยกออกมาจากตลาดก็ได้ สำนักหักบัญชีจะเป็นผู้รับรองว่า ลูกค้าทุกคนของตลาดจะได้รับการปฏิบัติตามสัญญา เมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด สำนักหักบัญชีจะทำหน้าที่เป็นคนกลางโดยการเป็นผู้ซื้อให้กับผู้เสนอขายสินค้าล่วงหน้าทุกคนและเป็นผู้ขายให้กับผู้เสนอซื้อสินค้าล่วงหน้าทุกคน ดังนั้นลูกค้าทุกคนจึงมีภาระผูกพันตามสัญญากับสำนักหักบัญชีเท่านั้น และลูกค้าทุกคนก็คาดหวังว่า สำนักหักบัญชีจะปฏิบัติตามภาระผูกพันตามสัญญาอย่างเคร่งครัด หรืออาจจะกล่าวได้อีกอย่างคือ สำนักหักบัญชีได้ใช้ความเชื่อถือ (credibility) ของตนเองแทนคำสัญญาของลูกค้าแต่ละฝ่าย

โดยข้อเท็จจริงการเข้ามาเป็นตัวกลางในการซื้อขายสินค้าล่วงหน้าให้กับทั้งสองฝ่ายนี้ทำให้สำนักหักบัญชีจะไม่มีสถานะเป็นผู้ซื้อหรือขายสินค้าล่วงหน้า ทั้งนี้เนื่องจากสัญญาระหว่างสำนักหักบัญชีและลูกค้านั้นจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีคำสั่งซื้อและคำสั่งขายเข้ามาในตลาด และคำสั่งซื้อคำสั่งขายนั้นถูกต้องตรงกัน ตลาดโดยสำนักหักบัญชีก็จะจับคู่ให้ (เป็นผู้ซื้อให้กับผู้ขายและเป็นผู้ขายให้กับผู้ซื้อ) จากนั้นจึงแจ้งให้ทั้งสองฝ่ายทราบ ดังนั้นจำนวนสัญญาซื้อสินค้าล่วงหน้าจะเท่ากับจำนวนสัญญาขายสินค้าล่วงหน้าเสมอ นั่นหมายความว่า

ว่า เมื่อสิ้นสุดการซื้อขายในแต่ละวัน ปริมาณการซื้อและปริมาณการขายหักกลบลบกันจะเท่ากับศูนย์เสมอ (zero sum games)

ในการซื้อขายสินค้าล่วงหน้า ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องวางเงินประกันความเสี่ยงหรือมาร์จินฝากไว้กับสำนักหักบัญชีของตลาด สำนักหักบัญชีจึงต้องทำหน้าที่ในการเก็บรักษาเงินมาร์จิน เมื่อการซื้อขายในแต่ละวันเสร็จสิ้นลง ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าโดยสำนักหักบัญชีจะทำการคำนวณจำนวนสัญญาที่ถูกค้าเปิดเอาไว้ไม่ว่าจะเป็นสัญญาซื้อหรือสัญญาขายก็ตาม (open interest) และทำการคำนวณมูลค่าของสัญญาที่ถูกค้าส่งซื้อหรือขาย สำนักหักบัญชีจะใช้มูลค่าของสัญญาเปิดนี้เป็นฐานในการคำนวณค่ามาร์จินที่ถูกค้าแต่ละรายจะต้องฝากไว้กับตลาด ถ้าจำนวนเงินที่ฝากเอาไว้ต่ำกว่าที่กำหนดตามกฎหมายของตลาด สำนักหักบัญชีจะติดต่อนายหน้าของลูกค้าให้เรียกเก็บเงินมาร์จินเพิ่มเติม (margin call) มามอบให้ตลาด

1.6 สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

พ.ศ. 2542

1. มิตลาดเดียว เนื่องจากกฎหมายกำหนดให้มีเพียงตลาดเดียว คือตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย มีฐานเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย มีวัตถุประสงค์ในการประกอบกิจการตลาด ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายสินค้าเกษตร โดยมีเจตนาที่จะส่งมอบและรับมอบสินค้ากันในอนาคตด้วยวิธีประมูลอย่างเปิดเผย มีหลักเกณฑ์ วิธีการ และกฎระเบียบที่ชัดเจนให้ผู้ซื้อและผู้ขายปฏิบัติ โดยตลาดจะเป็นผู้จัดการกำกับดูแลและรับผิดชอบให้มีการรับมอบส่งมอบสินค้ารวมถึงกำหนดมาตรฐานของสินค้า

2. งบประมาณในการจัดตั้ง ตามพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดให้กระทรวงพาณิชย์ได้รับเงินอุดหนุนในการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าจาก

- (1) เงินงบประมาณแผ่นดิน
- (2) กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร
- (3) กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ในเบื้องต้นกระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าภายในได้รับเงินอุดหนุนจำนวน 600 ล้านบาทจาก กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรเพื่อมาดำเนินการจัดตั้งตลาด ซึ่งกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่ในการผลักดันเพื่อให้ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเกิดขึ้นให้ได้โดยเร็ว ซึ่งเป้าหมายนั้นจะกำหนดให้จัดตั้งขึ้นให้ได้ภายในปี 2543

3. มืองค์กรกำกับดูแลที่ชัดเจน

(1) มืองค์กรกำกับดูแลด้านนโยบาย องค์ประกอบของกฎหมายที่กำหนดให้มี คณะกรรมการกำกับซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า หรือคณะกรรมการ ก.ส.ล. ขึ้น โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานกรรมการ มีกรรมการโดยตำแหน่ง 4 ท่าน คือ ปลัดกระทรวงการคลัง ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย และมีกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิอีก 5 ท่าน โดยในจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมดอย่างน้อยจะต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมาย ด้านการพาณิชย์ ด้านการเงิน และด้านการเกษตร ด้านละ 1 คน และมีเลขาธิการเป็นกรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการ ก.ส.ล. มีหน้าที่วางนโยบายส่งเสริมและกำกับดูแลการซื้อขาย และมีอำนาจหน้าที่อื่นๆ เช่น กำหนดหลักเกณฑ์การอนุญาตให้ผู้ประกอบการธุรกิจปฏิบัติโดยให้เลขาธิการเป็นผู้กำกับดูแล

(2) มีสำนักงานคณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ทำหน้าที่เป็นฝ่ายปฏิบัติการให้เป็นไปตามมติของคณะกรรมการ ก.ส.ล. ทั้งนี้เมื่อคณะกรรมการ ก.ส.ล. มีคำสั่งหรือมติใดๆ ออกมาแล้ว ผู้ที่จะดูแลเพื่อให้คำสั่งหรือมติของคณะกรรมการ ก.ส.ล. มีผลเป็นรูปธรรม ก็คือ สำนักงานคณะกรรมการ ก.ส.ล. ซึ่งในสำนักงานจะมีเลขาธิการเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบการดำเนินงานของสำนักงานฯ ในการนี้กฎหมายกำหนดให้สำนักงานฯ โดยเลขาธิการเป็นผู้ดูแลในเรื่องการออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายล่วงหน้า การรับจดทะเบียนกองทุนสินค้าเกษตรล่วงหน้า

(3) คณะกรรมการการตลาด ประกอบด้วยกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการ ก.ส.ล. จำนวน 5 คน และสมาชิกของตลาดเลือกตั้งกันเองจำนวน 5 คน และคณะกรรมการ ตลาดเลือกผู้จัดการตลาด เป็นกรรมการรวมทั้งสิ้น 11 คน มีหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงาน ของตลาด

4. ตลาดเป็นนิติบุคคลอิสระ ไม่เป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ รายได้ไม่ต้องส่งคืน รัฐ มีการบริหารและดำเนินการในรูปของเอกชน ทั้งนี้เพื่อความคล่องตัวในการบริหารงาน (มี ลักษณะเช่นเดียวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีการบริหารงานในรูปของเอกชน) และประการสำคัญการกำหนดให้ตลาดเป็นนิติบุคคลนั้น ก็เพื่อผลในทางกฎหมายที่กำหนดให้ ตลาดเป็นคู่สัญญาของฝ่ายผู้ซื้อและคู่สัญญาของฝ่ายผู้ขาย

5. มีการซื้อขายเฉพาะสินค้าเกษตรที่คณะกรรมการตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้า กำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการกำกับ การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าหรือ คณะกรรมการ ก.ส.ล. ซึ่งเรื่องนี้กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำริเบื้องต้นที่จะศึกษาและวิจัยสินค้าเป้าหมายไว้จำนวน 5 รายการ คือ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง กุ้งกุลาดำ และน้ำตาลทราย ทั้งนี้โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ของสินค้านี้ดังต่อไปนี้

- (1) สินค้านั้น ราคามีความผันผวนค่อนข้างสูง
- (2) สินค้ามีการจัดชั้นคุณภาพได้
- (3) มีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการผลิตและการค้าที่ดี
- (4) เป็นสินค้าที่มีปริมาณการซื้อขายในตลาดจริงหรือตลาดปัจจุบันจำนวนมาก
- (5) การซื้อขายและการกำหนดราคาจะต้องเป็นไปโดยเสรี ไม่มีการควบคุมหรือแทรกแซงโดยรัฐ
- (6) เป็นสินค้าที่สามารถเก็บได้นาน

6. ตลาดเป็นผู้กำหนดสัญญามาตรฐาน (futures contract) ตามกฎหมายเรียกว่า "ข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้า" ซึ่งหมายความว่า ในการซื้อขายล่วงหน้าสินค้านั้น ผู้ซื้อและผู้ขายเพียงแต่ส่งคำสั่งซื้อที่เกี่ยวกับปริมาณและราคาที่ประสงค์จะซื้อขาย และระยะเวลาส่งมอบ

เมื่อใด เข้าไปในตลาดเท่านั้น ในส่วนของเงื่อนไขอื่นๆ เช่น คุณภาพสินค้าหรือเกรดของสินค้า สถานที่ส่งมอบและรับมอบ และเงื่อนไขอื่นๆ ตลาดจะเป็นผู้กำหนดไว้ในหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขของตลาดซึ่งทุกคนที่เข้ามาซื้อขายจะต้องปฏิบัติตามหมด ดังนั้นเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและคล่องตัว และไม่ต้องทำการตกลงกันในเงื่อนไขอื่นๆ และเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในการซื้อขาย ตลาดจึงเป็นผู้กำหนดสัญญามาตรฐาน

7. การซื้อขายจะต้องซื้อขายผ่านสมาชิกของตลาดเท่านั้น ทั้งนี้เพราะกฎหมายได้กำหนดให้สมาชิกของตลาดจะต้องถูกกลั่นกรองถึง 2 ชั้น กล่าวคือ ในขั้นแรกจะต้องได้รับอนุญาตจากเลขาธิการในลำดับแรก ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการ ก.ส.ล. กำหนด โดยตามมาตรา 3 ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายล่วงหน้าออกเป็น 6 ประเภท คือ ผู้ค้าล่วงหน้า นายหน้าซื้อขายล่วงหน้า ที่ปรึกษาการซื้อขายล่วงหน้า ตัวแทนซื้อขายล่วงหน้า ผู้บริหารธุรกิจร่วมทุนซื้อขายล่วงหน้า และผู้ประกอบการอื่นตามที่คณะกรรมการ ก.ส.ล. กำหนด ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องมาขออนุญาตต่อเลขาธิการ และในขั้นที่สอง ต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการตลาดให้เข้ามาเป็นสมาชิกของตลาด ซึ่งสมาชิกของตลาดจะมี 2 ประเภท คือ ผู้ค้าล่วงหน้า หรือ trader และนายหน้าซื้อขายล่วงหน้า หรือ broker โดยสมาชิกของตลาดที่สามารถรับคำสั่งซื้อและขายแทน ลูกค้าได้มีเพียงประเภทเดียวคือ "นายหน้าซื้อขายล่วงหน้า" เท่านั้น

8. ในการซื้อขายแต่ละครั้งต้องมีการวางเงินประกัน (margin) ในการซื้อขายล่วงหน้าในตลาด นั้นต้องมีการวางเงิน margin โดยทั่วไปตลาดมักจะกำหนดไว้ประมาณร้อยละ 10 ซึ่งตลาดอาจจะกำหนดอัตรา margin สำหรับสินค้าแต่ละชนิด หรือแต่ละเวลาแตกต่างกัน ไปขึ้นกับความจำเป็นที่จะต้องดำรงไว้เพื่อความมั่นคงของตลาด โดยที่การซื้อขายในแต่ละวัน จะต้องมีการปรับฐานะบัญชีเงินประกัน margin เมื่อสิ้นสุดการซื้อขายในแต่ละวัน ซึ่งมีศัพท์ในภาษาอังกฤษเรียกว่า mark to the market ทั้งนี้เพื่อให้ทราบฐานะของบัญชีเงินประกันว่าขณะสิ้นสุดในแต่ละวันนั้น บัญชีใดมีมูลค่าเท่าใด ซึ่งหากมีมูลค่าต่ำกว่าขั้นต่ำที่ตลาดกำหนดแล้ว

ผู้เป็นเจ้าของบัญชีก็จะถูกเรียกให้นำ margin มาชำระเพิ่ม ซึ่งเรียกว่า call margin หรือ maintenance margin

9. การจัดตั้งสำนักหักบัญชีขึ้นภายในตลาด (clearing house) โดยกฎหมายกำหนดให้สำนักหักบัญชีเป็นส่วนหนึ่งของตลาด ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการหักบัญชีการซื้อขาย ปรับฐานะบัญชีเงินประกันตามมูลค่าการซื้อขาย การรับมอบและการส่งมอบสินค้าเกษตร เก็บรักษาเงินประกัน เงินหรือหลักทรัพย์ของสมาชิกที่วางไว้กับสำนักหักบัญชี โดยสรุปสำนักหักบัญชีจะดูแลด้านการชำระราคา การส่งมอบและรับมอบสินค้า

10. จัดตั้งกองทุนพัฒนาตลาด ทั้งนี้เพื่อความมั่นคงทางการเงินของตลาดและสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและลูกค้าตลอดจนพัฒนาการซื้อขายล่วงหน้า ซึ่งกองทุนฯ จะประกอบไปด้วยเงินที่ตลาดและสมาชิกจ่ายสมทบ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ ก.ส.ล. เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้ ดอกผลของเงินกองทุนและเงินรายได้อื่นๆ

สำหรับการใช้จ่ายเงินจากกองทุนสามารถจ่ายได้เฉพาะ 4 กรณี คือ

- (1) การชดเชยความเสียหายที่เกิดจากการซื้อขายล่วงหน้า
- (2) การบริหาร
- (3) การติดตามหนี้สินและการฟ้องร้องดำเนินคดี และ
- (4) การดำเนินการศึกษาวิจัย

ทั้งนี้กฎหมายได้บัญญัติลำดับการชดเชยความเสียหายอันเกิดจากการซื้อขายล่วงหน้าไว้ดังต่อไปนี้

1. หักจากเงินค่า margin ตามมาตรา 10 ก่อน ซึ่งหากไม่พอให้นำ
2. เงินหรือหลักทรัพย์ที่วางไว้ตามมาตรา 91 มาชดเชย ซึ่งหากไม่พอ
3. ให้ใช้จากกองทุนพัฒนาตลาด ตามมาตรา 95 มาชดเชยในกรณีสุดท้าย

11. แยกบัญชีลูกค้า เนื่องจากในการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า กำหนดให้กระทำผ่านสมาชิกของตลาดและต้องเปิดบัญชีไว้กับตลาด หรือสำนักหักบัญชี ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดให้มีการแยกบัญชีที่ลูกค้าได้เปิดไว้กับนายหน้าซื้อขายล่วงหน้า เพราะนายหน้าจะจ่าย

เงินจากบัญชีลูกค้าได้ต่อเมื่อมีคำสั่งของลูกค้า และเพื่อการซื้อขายล่วงหน้าเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการซื้อขายว่า นายหน้ากระทำในฐานะตนเองหรือกระทำแทนลูกค้า ป้องกันมิให้นายหน้าเอาเปรียบลูกค้า ขณะเดียวกันถ้าหากนายหน้าเกิดประสบความเสียหาย เช่น ถูกฟ้องร้องคดีแพ่งหรือคดีล้มละลาย

12. **วิธีการซื้อขายล่วงหน้าในตลาด** สมาชิกของตลาดจะส่งคำสั่งซื้อและคำสั่งขายไปยังตลาด (ซึ่งจะมีการซื้อขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์) เพื่อให้คอมพิวเตอร์จับคู่คำสั่งซื้อและคำสั่งขายที่มีราคาตรงกันเข้าด้วยกัน การซื้อขายก็จะเกิดขึ้น และตลาดก็จะส่งการยืนยันคำสั่งซื้อและคำสั่งขายไปยังสมาชิกหรือนายหน้า และนายหน้าก็จะส่งคำยืนยันนั้นไปยังลูกค้า ข้อมูลซื้อขายจะถูกเก็บไว้ที่สำนักหักบัญชีซึ่งจะเป็นหน่วยงานหนึ่งของตลาด เพื่อสำนักหักบัญชีจะได้คำนวณเงินประกัน กำไรและขาดทุนให้แก่สมาชิกของตลาด

13. **มีองค์การชี้ขาดข้อพิพาท** ตามพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 ได้กำหนดให้มีการชี้ขาดข้อพิพาทออกเป็น 3 แนวทาง โดยให้คู่กรณีสามารถยื่นคำร้องต่อสำนักงานคณะกรรมการ ก.ส.ล. หรือต่อตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพื่อขอให้มีการชี้ขาดข้อพิพาทโดยเลขาธิการ หรือโดยอนุญาโตตุลาการ ในกรณีมีข้อพิพาทเกิดขึ้น อันเนื่องมาจากซื้อขายระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง หรือระหว่างสมาชิกกับลูกค้า และโดยการยื่นต่อคณะกรรมการวินิจฉัยอุทธรณ์ ในกรณีผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายล่วงหน้า สมาชิกหรือผู้ได้รับผลกระทบจากการสั่งการตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ใดไม่เห็นด้วยกับคำสั่งของเลขาธิการ หรือคำสั่งหรือคำวินิจฉัยของคณะกรรมการตลาดฯ ให้สามารถอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการวินิจฉัยอุทธรณ์ได้ภายใน 15 วันนับแต่วันที่ทราบคำสั่งของเลขาธิการ หรือของคณะกรรมการตลาดฯ

1.7 การจัดทำตลาดข้อตกลง

การผลิตสินค้าเกษตรแต่ละชนิดในปัจจุบันขึ้นอยู่กับราคาสินค้าเกษตรชนิดนั้นๆ ในปีที่ผ่านมา ถ้าสินค้าเกษตรชนิดใดราคาดี ปีต่อมาเกษตรกรก็จะขยายการผลิตสินค้าเกษตรชนิด

นั้นมากขึ้น เมื่อผลผลิตมีมากเกินไปความต้องการของตลาด ราคาจะต่ำลง เกษตรกรก็จะลดการผลิตลง ราคาก็จะสูงขึ้นไปอีก การผลิตในลักษณะเช่นนี้ ทำให้มีผลผลิตในแต่ละปีมากบ้างน้อยบ้าง ราคาก็ขึ้นลงมีลักษณะเป็นวงจรสลับกันไปตามลักษณะการผลิตสินค้าเกษตรแต่ละชนิด นอกจากนี้ในช่วงต้นฤดูกาลผลิตราคาผลผลิตสินค้าเกษตรที่เกษตรกรขายได้จะต่ำ และจะมีแนวโน้มสูงขึ้นในช่วงปลายฤดูกาลผลิต ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่จะอยู่ในมือพ่อค้าคนกลางแล้วและในการรับซื้อผลผลิต ผู้รับซื้อจะเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขาย แต่เพียงฝ่ายเดียว ผลกระทบดังกล่าวนี้เป็นสาเหตุที่ทำให้รายได้ของเกษตรกรไม่แน่นอน

ในปัจจุบันกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มีการควบคุมการผลิตสินค้าเกษตร เพื่อไม่ให้ราคาผลผลิตผันแปรมากจนเกษตรกรเดือดร้อน โดยการนำเอามาตรการต่างๆ เข้ามาแก้ไข ปัญหา เช่น การประกาศเขตเศรษฐกิจการจดทะเบียนผู้ปลูกพืช และการกำหนดพื้นที่เพาะปลูกพืชบางชนิดที่มีปัญหาในด้านราคาเป็นประจำ เช่น กระเทียม หอมแดง เป็นต้น แต่มาตรการเหล่านี้มีผลดีบางส่วน กล่าวคือ ทำให้ทราบพื้นที่เพาะปลูกในปัจจุบัน และกำหนดเป้าหมายผลผลิตที่พอดีกับความต้องการ แต่ยังไม่สามารถควบคุมอุปทานสินค้าได้ เพราะเกษตรกรต่างคนต่างผลิตจึงยังไม่มีผลดีต่อการต่อรองราคา

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบการผลิตแบบครบวงจรโดยประสานการผลิตและการตลาด คือ เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับโรงงานแปรรูปหรือผู้รับซื้อ ซึ่งมีจุดประสงค์ที่จะให้เกษตรกรมีตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอน โดยรัฐเป็นผู้ประสานความร่วมมือและมีสถาบันการเงินให้การสนับสนุน การพัฒนารูปแบบนี้จะได้ผลดี เมื่อเกษตรกรสามารถรวมตัวกันได้ และมีผู้แทนของกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์เป็นผู้เจรจาต่อรองเงื่อนไขในการผลิตและการจำหน่ายให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกมากที่สุด ถ้าเกษตรกรยังไม่สามารถรวมตัวกันได้ การพัฒนารูปแบบการผลิตแบบครบวงจรในลักษณะนี้จะกลายเป็นประโยชน์แต่ผู้รับซื้อหรือโรงงานแปรรูปที่เป็นคู่สัญญา ในประเทศญี่ปุ่นเกษตรกรรวมตัวกันในรูปสหกรณ์เหนียวแน่น ผลผลิตส่งผ่านให้สหกรณ์การเกษตรร้อยละ 100 ปัจจัยการผลิตก็พึ่งสหกรณ์การเกษตรจัดหาให้ สมาชิกสหกรณ์จะได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ของหุ้นเป็นเงินปันผล และอีกส่วนหนึ่งแบ่งผล

ประโยชน์ที่ทำธุรกิจกับสหกรณ์ ยังได้อีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งเกษตรกรญี่ปุ่นมีความพอใจ อยู่ดีกินดี ฐานะร่ำรวย การซื้อขายระหว่างประเทศก็กระทำการประมูลในรูปสหกรณ์เช่นกัน

ฉะนั้นการพัฒนาการผลิตและการตลาดแบบครบวงจร ในรูป “ตลาดข้อตกลง” จึงเป็นการสร้างความมั่นใจให้ทั้งเกษตรกรผู้ผลิตและผู้รับซื้อ กล่าวคือเกษตรกรจะมีตลาดขายผลผลิตของตนเองและมีรายได้ที่แน่นอน ส่วนโรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก หรือตัวแทนซึ่งเป็นผู้รับซื้อ จะมีผลผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามต้องการ สำหรับป้อนโรงงานหรือจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ โดยการจัดทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายผลผลิตระหว่างกันเป็นลายลักษณ์อักษรระบุเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการผลิตการตลาด การชำระเงินและอื่นๆ เช่นการสนับสนุนปัจจัยการผลิตในรูปปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เมล็ดพันธุ์ และถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีทางการผลิตให้แก่เกษตรกร การส่งมอบผลผลิตการชำระเงิน การชดเชยค่าเสียหาย เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งผิดสัญญา เป็นต้น

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายจัดให้มี **ตลาดข้อตกลง** เพื่อให้ผู้ขายและผู้ซื้อได้ทำสัญญาข้อตกลงกันเป็นลายลักษณ์อักษร โดยใช้รูปแบบสัญญามาตรฐานที่กรมการค้าภายในจัดทำขึ้นเป็นแนวทางในการทำสัญญาข้อตกลง ทั้งนี้ ภายใต้การดูแลและประสานผลประโยชน์ของทางการ

ความจำเป็นในการจัดทำตลาดข้อตกลง

การจัดทำตลาดข้อตกลงซื้อขายผลผลิตสินค้าเกษตรระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับโรงงานแปรรูป ผู้ส่งออกหรือตัวแทนซึ่งเป็นผู้รับซื้อเกิดขึ้น เนื่องจากวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกัน เพื่อประโยชน์ซึ่งกันและกันกล่าวคือ

3.1 เกษตรกรจะมีตลาดจำหน่ายผลผลิตที่แน่นอนไม่ประสบปัญหาเรื่องความเสี่ยงของราคาผลผลิตซึ่งจะเป็นหลักประกันรายได้จากการขายผลผลิตของตนเอง

3.2 โรงงานแปรรูปจะมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามต้องการป้อนโรงงาน

ในปริมาณที่แน่นอนและสม่ำเสมอ สามารถวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 ผู้ส่งออกจะมีสินค้าส่งมอบตามคุณภาพ ปริมาณ และระยะเวลาที่กำหนด

นอกจากนี้การจัดทำข้อตกลงยังเกิดขึ้นเนื่องจากราคาแปรปรวนผลผลิตสินค้า

เกษตร มีความผันผวนเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ประกอบกับลักษณะของผลผลิตสินค้าเกษตร ซึ่งตลาดซื้อขายทันทีไม่เหมาะที่จะซื้อขายสินค้าที่มีรูปแบบยุ่งยากซับซ้อน อาทิ สินค้าหลายชนิด หลายคุณภาพเป็นผลผลิตที่เน่าเสียง่าย ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทันตามเวลาในราคาที่ยอมรับและผลผลิตสินค้าเกษตรบางชนิด เช่น อ้อย ปาล์มน้ำมัน ฯลฯ มีความจำเป็นต้องแปรรูปก่อนออกสู่ตลาด วิธีการตลาดของสินค้าเหล่านี้จึงต้องผ่านโรงงานแปรรูปและโรงงานแปรรูปก็จะใช้ผลผลิตเหล่านี้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า

วัตถุประสงค์ของการจัดทำตลาดข้อตกลง

วัตถุประสงค์ของการจัดทำตลาดข้อตกลงมีดังนี้

1. เพื่อให้เกษตรกรมีตลาดจำหน่ายผลผลิตที่แน่นอน โรงงานแปรรูปมีวัตถุดิบป้อนโรงงานอย่างสม่ำเสมอ และผู้ส่งออกมีสินค้าส่งมอบตามคุณภาพ ปริมาณ และระยะเวลาที่กำหนด อันถือได้ว่าเป็นการเพิ่มช่องทางเลือกใหม่ ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

2. เพื่อลดความเสี่ยงด้านราคาและปริมาณผลผลิตช่วยให้เกษตรกร โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก หรือตัวแทนธุรกิจต่างๆ สามารถวางแผนด้านการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. เพื่อให้เกษตรกรมีพลังการต่อรอง จำเป็นต้องรวมตัวเป็นกลุ่มสหกรณ์การเกษตร จะได้รวมกันซื้อวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตและรวมกันขายผลผลิต ลดต้นทุน เพิ่มกำไร

ลักษณะทั่วไปของการจัดทำตลาดข้อตกลง

1. โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออกหรือตัวแทนของผู้ซื้อ จะพิจารณาคุณสมบัติต่างๆ และความเหมาะสมของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสถาบันเกษตรกร ในเรื่องพื้นที่หรือแหล่งผลิต ปริมาณการผลิต โดยการส่งเจ้าหน้าที่ออกไปสำรวจหรือโดยสอบถาม จนเป็นที่แน่ใจว่า เกษตรกรรายนั้นๆ มีคุณสมบัติและสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ของสัญญาได้ครบถ้วน

2. การผลิต โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก หรือตัวแทนจะจัดหาปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ให้กับเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกร รวมทั้งจัดเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือ ดูแลในการให้ความรู้ทางวิชาการและเทคนิคต่างๆ ในการผลิตและการดูแลรักษาผลผลิต แต่ทั้งนี้การทำสัญญาข้อตกลงบางประเภทเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกร อาจเป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตเองทั้งหมดซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะและเงื่อนไขของการจัดทำ สัญญาข้อตกลงนั้นๆ

3. การปฏิบัติตามสัญญาข้อตกลงหลังจากที่คู่สัญญาได้จัดทำสัญญาข้อตกลงกันเรียบร้อยแล้ว เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกร จะต้องเพาะปลูก ดูแลรักษา ส่งมอบผลผลิตตามปริมาณ คุณภาพ และมาตรฐาน ตามระยะเวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ใน สัญญาข้อตกลง และหลังจากส่งมอบผลผลิตแล้ว ความรับผิดชอบของเกษตรกรจะสิ้นสุดลง ส่วนโรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก หรือตัวแทนซึ่งเป็นผู้รับซื้อก็ต้องชำระเงินค่าสินค้าตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาเช่นเดียวกัน และเมื่อผู้รับซื้อได้ชำระค่าสินค้าให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสถาบันเกษตรกรครบจำนวนตามสัญญาข้อตกลงแล้ว ความรับผิดชอบของผู้รับซื้อจะสิ้นสุดลง สัญญาข้อตกลงเป็นอันสิ้นสุด

4. ระยะเวลาของการจัดทำสัญญาข้อตกลงจะเป็นไปตามช่วงฤดูกาลเพาะปลูกหรือเป็นระยะเวลา 1 ปี หรือมากกว่า 1 ปีขึ้นอยู่กับความสมัครใจของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรหรือสถาบันเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร กับโรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก หรือตัวแทนของผู้ซื้อหรือขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าตัวอย่างเช่นในการจัดทำสัญญาข้อตกลงเลี้ยงไก่เนื้อแบบประกันรายได้

ได้ โดยบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์เป็นผู้ค้าประกันเงินกู้เพื่อสร้างโรงเรือน ระยะเวลาของข้อตกลงอาจเป็น 5 ปีหรือมากกว่านั้นก็ได้

รูปแบบของสัญญาข้อตกลง

สัญญาข้อตกลงโดยทั่วไปที่ผู้ซื้อผู้ขายกระทำระหว่างกันนั้น บางสัญญาจะเน้นเรื่องตลาดอันได้แก่ ราคา ปริมาณ คุณภาพ และการส่งมอบ เป็นต้น บางสัญญาจะให้ความสำคัญในการจัดหาปัจจัยการผลิต บางสัญญาจะเป็นการจัดการด้านการผลิต ส่วนรูปแบบของสัญญาข้อตกลง สามารถจำแนกได้ 2 รูปแบบคือ

1. การทำสัญญาข้อตกลงระหว่างบุคคล (vertical integration) เป็นการทำสัญญาข้อตกลงโดยเสรีระหว่างเกษตรกรแต่ละรายกับโรงงานแปรรูป ผู้ส่งออกหรือตัวแทนของผู้ซื้อในท้องถิ่น โดยทั่วไปจะนิยมใช้วิธีนี้ ทั้งนี้เพราะเกษตรกรผู้ขายและโรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก หรือตัวแทนของผู้ซื้อมีอิสระสูง เกษตรกรสามารถเลือกทำสัญญาข้อตกลงกับผู้รับซื้อที่ให้ผลตอบแทนสูง และอำนวยความสะดวกประโยชน์หรือให้บริการด้านอื่นๆ มากที่สุด ผู้รับซื้อเองก็สามารถเลือกเกษตรกรที่มีความสามารถและปฏิบัติตามข้อตกลงได้โดยไม่บิดพลิ้ว ทำให้ผู้รับซื้อมีความมั่นใจในปริมาณ คุณภาพ มาตรฐานของผลผลิต การจัดทำสัญญาข้อตกลงในลักษณะนี้เป็นลักษณะของธุรกิจแบบครบวงจร ผลผลิตซึ่งมีการทำข้อตกลงได้แก่ ไข่ เนื้อ ปลา สัตว์น้ำ มังคุด เงาะ และสับปะรด เป็นต้น

2. การทำสัญญาข้อตกลงระหว่างกลุ่มต่อกลุ่ม (horizontal integration) เป็นการทำข้อตกลงในลักษณะการรวมกลุ่มของเกษตรกร เพื่อกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ในการเจรจาต่อรองกับคู่สัญญา ในขณะเดียวกันโรงงานแปรรูป ผู้ส่งออกหรือตัวแทนธุรกิจต่างๆ ก็อาจมีการรวมกลุ่มเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์เช่นกัน การรวมกลุ่มเช่นนี้เป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองของเกษตรกร โดยเฉพาะด้านราคาได้ดียิ่งขึ้น เช่น การจัดทำสัญญาข้อตกลงระหว่างชาวไร่อ้อยกับโรงงานน้ำตาล ชาวไร่อ้อยรวมตัวกันเป็นสมาคมชาวไร่อ้อย เจรจาต่อรองกับสมาคมโรงงานน้ำตาลเพื่อต่อรองราคาและปริมาณการรับซื้อ

สินค้าที่มีความเหมาะสมในการจัดทำสัญญาข้อตกลง

การจัดทำตลาดข้อตกลงใดๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับซื้อและผู้ขายที่เห็นความสำคัญและความจำเป็นในการซื้อขายสินค้านั้นๆ อย่างไรก็ตาม ลักษณะหรือคุณสมบัติของผลผลิตเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการพิจารณาว่า ควรจะจัดทำตลาดข้อตกลงหรือไม่ โดยทั่วไปคุณสมบัติของผลผลิตที่มีความเหมาะสมในการจัดทำตลาดข้อตกลง จะมีลักษณะใดลักษณะหนึ่งประกอบดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าที่มีลักษณะเน่าเสียง่าย และต้องส่งให้ถึงผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ตามเวลาส่งมอบที่แน่นอน รวดเร็ว เช่น ผักและผลไม้ เป็นต้น
2. เป็นสินค้าที่มีกระบวนการผลิตค่อนข้างยุ่งยากสลับซับซ้อนในเรื่องการเพาะปลูก การดูแลรักษา การใช้แรงงาน เช่น ยาสูบ ใบบัว และการเลี้ยงโคนม เป็นต้น
3. เป็นสินค้าที่ต้องการแปรรูป และโรงงานที่จะแปรรูปจำเป็นที่จะต้องใช้เงินลงทุนสูง เช่น ปาล์มน้ำมัน อ้อย ยางพารา เป็นต้น
4. เป็นสินค้าที่ตลาดต้องการชนิดและคุณภาพพิเศษ เช่น ข้าวบาสมати เมล็ดพันธุ์พืช และโคเนื้อ เป็นต้น

แนวทางในการจัดทำตลาดข้อตกลง

การจัดทำตลาดข้อตกลงในสินค้าที่มีกฎหมายกำหนดนั้น มีอยู่จำกัดเพียงบางชนิด อาทิ อ้อย และยาสูบ เป็นต้น ดังนั้น จำเป็นจะต้องส่งเสริมให้มีการจัดทำตลาดข้อตกลงสินค้าเกษตรอื่นๆ ด้วย ความสนใจและเชื่อมั่นในหลักการ แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและผลประโยชน์ซึ่งกันและกันด้วยความเป็นธรรม ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี และการดูแลประสานประโยชน์ของทางการ ดังนี้

1. พิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในสินค้าแต่ละชนิดที่จะนำมาจัดทำตลาดข้อตกลง เพราะลักษณะสินค้าเกษตร โดยทั่วไปมีกระบวนการผลิต และวิธีการตลาดที่แตกต่างกันรวมทั้งปี กลุ่มผลประโยชน์หลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2. ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักการและประโยชน์ของตลาดข้อตกลงให้แก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก ตัวแทนของผู้ซื้อ และส่วนราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบและตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องมียตลาดข้อตกลง

3. ดำเนินการส่งเสริมการจัดทำตลาดข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตรโดย

1) พิจารณาความพร้อมและความต้องการของเกษตรกร โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก และตัวแทนธุรกิจต่างๆ ที่จะดำเนินการให้มีการจัดทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายระหว่างกัน

2) จัดประชุมร่วมกันระหว่างผู้ซื้อผู้ขายกลุ่มเป้าหมาย พร้อมส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดให้มีการจัดทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายตามรูปแบบสัญญามาตรฐานที่มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย

3) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจะต้องให้คำปรึกษา แนะนำ กำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามสัญญาข้อตกลง รวมทั้งให้บริการข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่คู่สัญญา

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดทำตลาดล่วงหน้าสำหรับผลิตผล บางชนิดเช่น ยางพารา และทุเรียน
2. ประมวลข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพในการซื้อขายล่วงหน้าในภาคใต้

3. กำหนดเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาและจัดตั้งตลาดล่วงหน้าสำหรับผลิตผลเกษตร ที่มีศักยภาพ ของไทยโดยเน้นพืชผลที่สำคัญคือ ยางพาราและทุเรียนเป็นกรณีศึกษา

3. วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ** เป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลที่เก็บเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนโดยรวมจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1.1 สอบถามบริษัทห้างร้านต่างๆ ที่จำหน่ายปัจจัยการผลิต เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำสวนยางพาราและทุเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่ที่ทำการสำรวจ เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาของปัจจัยเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ

1.2 สอบถามทั้งหมด 202 ตัวอย่าง ในการเลือกพื้นที่และสวนทุเรียนที่ศึกษา เนื่องมาจากอายุของสวนแตกต่างกัน ดังนั้นจึงได้เลือกตัวอย่างสวนทุเรียนโดยวิธีเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดลักษณะดังนี้

ก.) เป็นสวนทุเรียนในอำเภอเมือง และอำเภอทุ่งตะโก จ.ชุมพร และอำเภอพรหมคีรี จ.นครศรีธรรมราช โดยจะสำรวจ จ.ชุมพร ประมาณ 100 ตัวอย่าง และ จ.นครศรีธรรมราชประมาณ 90 ตัวอย่าง

ข.) การเลือกตัวอย่างสวนได้แบ่งสวนตัวอย่างออกเป็น 8 ช่วงอายุของทุเรียนดังนี้

		จ.ชุมพร	จ.นครศรีธรรมราช
1. ทูเรียนอายุ 1 ปี	จำนวน	8	7
2. ทูเรียนอายุ 2 ปี	"	10	9
3. ทูเรียนอายุ 3 ปี		10	9
4. ทูเรียนอายุ 4 ปี		12	11
5. ทูเรียนอายุ 5 ปี		14	15
6. ทูเรียนอายุ 6-10 ปี	"	20	18
7. ทูเรียนอายุ 11-15 ปี	"	16	16
8. ทูเรียนอายุ 16-20 ปี	"	13	13
รวมทั้งสิ้น		103	98

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลที่รวบรวมมาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าทุเรียนระดับต่างๆ ในจังหวัดชุมพรและนครศรีธรรมราช และข้อมูลด้านการขายทุเรียนจากเกษตรกร ในส่วนที่ 1 โดยข้อมูลในส่วนนี้จะนำไปใช้ในการศึกษาลักษณะการกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งบริโภค ซึ่งจะพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับการตลาดในระดับท้องที่ ความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกร กับพ่อค้าคนกลาง การส่งมอบสินค้า การขนส่ง วิธีการตลาด และระบบตลาด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ซึ่งเป็นข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อใช้สนับสนุนการศึกษาให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านมหภาค โดยรวบรวมจากหนังสือเอกสาร รายงานต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร สำนักงานงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัดชุมพรและนครศรีธรรมราช กระทรวงพาณิชย์

จะรวมถึงการศึกษาภาวะเปรียบเทียบและข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ขององค์การค้าโลก (WTO) เป็นต้น

ก) ศึกษาความสามารถในการส่งออกของไทย โดยพิจารณาจากอัตราการขยายตัวในการส่งออกของสินค้าไทยกับอัตราการขยายตัวของตลาดประเทศอื่นๆ รวมถึงการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการส่งออกว่า เป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นหรือว่ามาจากผลของการขยายตัวของตลาดประเทศคู่ค้าอื่น โดยใช้หาค่าดัชนีความได้เปรียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage = RCA) มีสูตรดังนี้

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w} = \text{โดย } RCA_{ik} \text{ คือ ค่า RCA ของการส่งออก}$$

สินค้า k ของประเทศ i

X_{ik} = คือมูลค่าส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i

X_i = คือมูลค่าส่งออกทั้งหมดของประเทศ i

X_{wk} = คือมูลค่าส่งออกของสินค้า k ของที่โลก

X_w = มูลค่าส่งออกทั้งหมดของโลก

ค) สํารวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีผู้ผลิตในภาคใต้ในจังหวัดชุมพรและนครศรีธรรมราช เป็น 2 จังหวัดแรกก่อน รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก

ง) การวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการในรูปอัตราผลตอบแทนทางการเงินและ

ง-1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}$$

B_t, C_t, t, n, r และ $1/(1+r)^t$ หรือ $(1+r)^{-t}$

B_t = เป็นมูลค่าปัจจุบันขอไวกงผลประโยชน์

C_t = เป็นมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน

IRR = เป็นอัตราผลตอบแทนภายในทางการเงิน

หลักเกณฑ์การตัดสินใจก็คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก ก็ควรลงทุน และไม่ควรงลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นลบ

ง-2. อัตราผลประโยชน์ตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit-Cost Ratio, B/C Ratio) เป็นอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของรายได้ตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนตลอดอายุของโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจก็คือ ถ้า B/C Ratio มีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 1 ก็แสดงว่าเหมาะสมในการลงทุน แต่ถ้าค่านี้น้อยกว่า 1 ก็แสดงว่าถ้าลงทุนจะขาดทุน

ง-3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return, IRR) เป็นอัตราดอกเบี้ยที่ใช้คิดหักส่วนลดแล้วทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ เกณฑ์ในการตัดสินใจคือ ทำการเปรียบเทียบ IRR ที่คำนวณได้กับค่าของอัตราส่วนลดที่เป็นเกณฑ์หรือมาตรฐานซึ่งกำหนดไว้ก่อนแล้ว ถ้าค่า IRR ที่คำนวณได้สูงกว่าที่กำหนดก็ยอมรับโครงการนั้น ถ้าต่ำกว่าก็จะปฏิเสธโครงการ โดยทั่วไปถ้า IRR มากกว่าอัตราดอกเบี้ยทั่วไป ธุรกิจจะเหมาะสม ข้อดีของ IRR คือหลีกเลี่ยงการใช้ discounted rate ว่าจะเป็นอัตราไหนดีที่สุด และขนาดของ IRR จะมีประโยชน์ในการตัดสินใจเลยว่าจะดำเนินโครงการหรือไม่

ข) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (sensitivity analysis) เนื่องจากการลงทุนอาจจะเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้ อันเนื่องมาจากผลผลิตหรือราคาผลผลิตลดลงหรือค่าใช้จ่ายในการลงทุนเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากต้นทุนเพิ่มขึ้น หรืออาจจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโครงการนั้นๆ เพื่อการลงทุน ดังนั้น เพื่อที่จะป้องกันความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนของการทำลงทุนเรยนควรจะได้มีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการด้วยภายใต้ข้อสมมติให้รายได้หรือค่าใช้จ่ายเปลี่ยนแปลงไปดังนี้คือ

1. ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 โดยกำหนดให้รายได้คงที่
2. รายได้ลดลงร้อยละ 5 และ 10 โดยกำหนดให้ค่าใช้จ่ายคงที่
3. ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นและรายได้ลดลงร้อยละ 10

การวิเคราะห์การตลาด

การตลาด หมายถึงกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจำเป็นในอันที่จะเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการต่างๆ จากมือผู้ผลิตจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค

การวิเคราะห์การตลาดของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น มีวิธีวิเคราะห์หลายวิธีด้วยกัน แต่วิธีหนึ่งซึ่งนิยมใช้กันมากคือ วิธีการวิเคราะห์โครงสร้างการตลาดซึ่งเป็นการศึกษาถึงโครงสร้างตลาด (market structure) พฤติกรรมตลาด (market conduct) ตลอดจนผลการดำเนินงานของตลาด (market performance) โดยที่โครงสร้างตลาดจะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นพฤติกรรมตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดนั้นๆ และในทำนองเดียวกัน พฤติกรรมตลาดก็จะเป็นตัวกำหนดผลการดำเนินงานของตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดอันจะแสดงให้เห็นถึงการตลาดว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด

ค) การตรวจสอบโครงสร้างตลาดด้วยค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา (elasticity of price transmission approach) การศึกษาโครงสร้างตลาดของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นก็เพื่อต้องการตรวจสอบว่า ผู้ประกอบการในโครงสร้างตลาดนั้นๆ มีการแข่งขันหรือผูกขาดมากน้อยเพียงใด วิธีการศึกษาที่มักจะถูกหยิบยกขึ้นมาใช้อุปมาคือ วิธีการที่เรียกว่า การศึกษาโครงสร้างพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของตลาด (market structure, conduct and performance approach) แต่การศึกษาด้วยวิธีนี้ ถ้าต้องการจะให้คำตอบที่ละเอียดเกี่ยวกับลักษณะการแข่งขันของผู้ประกอบการในโครงสร้างตลาดหนึ่งๆ จะต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลค่อนข้างสูงมาก เนื่องจากในโครงสร้างตลาดของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการในหลายระดับตลาด อาจจะต้องระดับเกษตรกร พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าท้องถิ่นตลาดกลาง พ่อค้าขายส่งตลาดกรุงเทพฯ โรงงานแปรรูปไปจนถึงผู้ส่งออก ซึ่งข้อมูลที่จะต้องเก็บ

รวบรวมในตลาดแต่ละระดับนั้นมีมาก เช่น จำนวนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องพร้อมกำลังการผลิตของแต่ละคน ซึ่งบ่อยๆ ครั้งจะไม่ค่อยได้รับข้อมูลที่เป็นจริง ลักษณะสินค้าที่ซื้อขาย วิธีการซื้อขาย การรวมตัวทางธุรกิจ ลักษณะการกีดกันในทางธุรกิจ พฤติกรรมทางด้านราคาและการแข่งขัน เป็นต้น

แต่ยังมีอีกวิธีหนึ่งที่ผลของการศึกษาสามารถให้ภาพเกี่ยวกับลักษณะการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดสินค้าหนึ่งๆ ได้ โดยวิธีนี้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อยกว่าวิธีข้างต้นมาก และเครื่องมือที่ใช้ในการประมาณการไม่สลับซับซ้อนอีกด้วย วิธีนี้เรียกว่า การหาค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา (elasticity of price transmission approach) ซึ่งค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวจะแสดงให้เห็นถึงระดับของความเชื่อมโยงของราคาสินค้าในตลาดต่างระดับกัน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ราคาของสินค้า ณ ตลาดระดับต่างๆ โดยข้อมูลราคาที่ใช้ควรเป็นข้อมูลรายเดือน หรือรายสัปดาห์ก็ยิ่งดี ทั้งนี้เพราะถ้าเป็นข้อมูลรายไตรมาสหรือรายปี ค่าเฉลี่ยของราคาที่น่ามาใช้จะทำให้การเคลื่อนไหวขึ้นลงของราคาลดต่ำลง ซึ่งจะทำให้ผลของการส่งผ่านราคาที่ได้จะหยาบมากจนไม่สามารถสรุปออกมาได้ถึงลักษณะของการแข่งขันที่ต้องการได้ การหาค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาตามสูตรดังต่อไปนี้

$$e_p = \frac{\partial P_1}{\partial P_2} \cdot \frac{P_2}{P_1}$$

โดยที่ e_p คือค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา

P_1 และ P_2 คือค่าเฉลี่ยของราคาที่เป็นตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในสมการที่ประมาณการตามลำดับ

$$\frac{\partial P_1}{\partial P_2} = \text{partial derivative ของ } P_1 \text{ ต่อค่าของ } P_2 \text{ ซึ่งก็คือค่าสัมประสิทธิ์ของราคา}$$

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลพื้นฐานถึงความเป็นไปได้และข้อจำกัดในการพัฒนาตลาดล่วงหน้าสำหรับผลิตผลเกษตรบางชนิดตามงบประมาณที่จัดสรรไว้ในเขตภาคใต้
2. สามารถระบุผลผลิตเกษตรบางชนิดที่มีศักยภาพและเงื่อนไขในการจัดตั้งตลาดล่วงหน้าของประเทศได้
3. แนวทางในการพัฒนาสินค้าและผลิตผลเกษตรในภาคใต้ที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้ในตลาดล่วงหน้า

5. ผลการสำรวจเกษตรกรในจังหวัดชุมพรและจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสำรวจเกษตรกร จ.ชุมพร 103 ตัวอย่างแบ่งเป็นเกษตรกรขนาดเล็ก 28 ราย ขนาดกลาง 42 ราย และขนาดใหญ่ 33 ราย เกษตรกรขนาดเล็กมีพื้นที่ถือครองเฉลี่ย 14.52 ไร่ เกษตรกรขนาดกลางมีพื้นที่โดยเฉลี่ย 31.21 ไร่ และเกษตรกรขนาดใหญ่มีพื้นที่ถือครองเฉลี่ย 89.85 ไร่ หัวหน้าครอบครัวที่เป็นชายร้อยละ 68.9 ที่เหลือเป็นหญิง

ประสบการณ์ของเกษตรกรโดยเฉลี่ยทุกขนาดเท่ากับ 44.46 ปี เกษตรกรขนาดเล็กมีอายุโดยเฉลี่ย 47.39 ขนาดกลางอายุเฉลี่ย 38.31 ปี และขนาดใหญ่มีอายุเฉลี่ย 49.78 ปี เกษตรกรที่ให้สัมภาษณ์ร้อยละ 88.35 แต่งงานแล้ว ที่เหลือเป็นหม้ายและแยกกันอยู่

สถานภาพของครอบครัวเป็นหัวหน้าครอบครัวร้อยละ 75 ที่เหลือเป็นคู่สมรสและบุตร ร้อยละ 23 และ 2 ตามลำดับ

เกษตรกรใน จ.นครศรีธรรมราชทั้งหมด 98 ตัวอย่าง ขนาดเล็กมีเนื้อถือครองเฉลี่ย 13.5 ไร่ ขนาดกลางมีเนื้อที่ถือครองเฉลี่ย 21 ไร่ และขนาดใหญ่มีพื้นที่ถือครอง 91 ไร่ เฉลี่ยทุกขนาดเท่ากับ 41.83 ไร่

เกษตรกรขนาดเล็กมีอายุเฉลี่ย 44.05 ปี ขนาดกลางมีอายุ 46.65 ปี และขนาดใหญ่มีอายุเฉลี่ย 50.50 ปี

สถานภาพสมรส แต่งงานแล้วสูงถึงร้อยละ 90.82 ที่เหลืออีกร้อยละ 7.14 และ 2.04 เป็นโสด และหม้ายตามลำดับ

ในด้านสถานภาพครอบครัว หัวหน้าครอบครัวมาให้สัมภาษณ์ถึงร้อยละ 78.57 ที่เหลือเป็นคู่สมรสและบุตรร้อยละ 13.26 และ 8.17 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนใน จ.ชุมพร เป็นชาย 2.07 คน หรือร้อยละ 50.49 และเป็นหญิง 1.97 คนหรือร้อยละ 49.51 แรงงานที่ทำงานเต็มที่มี 2.39 คนหรือร้อยละ 61.33

ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนใน จ.ชุมพร ปรากฏว่า สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 67.96 จบต่ำกว่ามัธยมศึกษาร้อยละ 25.25 จบในระดับปริญญาตรีร้อยละ 0.97

ส่วนเกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช จะเห็นได้ว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือนชายมากกว่าหญิง แรงงานที่ทำงานเต็มที่มีมากกว่าร้อยละ 58 ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน จบการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาร้อยละ 53 จบต่ำกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 35 ที่เหลือจบปริญญาตรีและอื่นๆ

ในด้านรายได้และรายจ่ายในการประกอบอาชีพของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ผลผลิตต่อไร่ของยางโดยเฉลี่ยทุกขนาด 237.02 กิโลกรัมต่อไร่ เนื้อที่เพาะปลูกโดยเฉลี่ยทุกขนาดเท่ากับ 24.13 ไร่ ผลผลิตรวมเฉลี่ย 5,263 ตัน เกษตรกรจะขายผลผลิตทั้งหมด ราคาโดยเฉลี่ย 21.85 บาทต่อ กิโลกรัม เกษตรกรขนาดใหญ่ขายได้ราคาต่อกิโลกรัมสูงที่สุด

เกษตรกรใน จ.ชุมพร มีพื้นที่เพาะปลูกทุกขนาดเฉลี่ย 10.97 ไร่ ได้ผลผลิตทุเรียน 5,250 ตัน ผลผลิตต่อไร่ เท่ากับ 1,400.62 กิโลกรัม ฟาร์มขนาดกลางให้ผลผลิตต่อไร่สูงสุด คือ 2,682.70 กิโลกรัมต่อไร่ ฟาร์มขนาดใหญ่ให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำที่สุด รายได้สุทธิฟาร์มละ 50,916 บาท

เกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราชปลูกยาง ผลไม้หลากหลาย ผลผลิตยางพาราโดยเฉลี่ยทั้งจังหวัด ไร่ละ 330 กิโลกรัม มีพื้นที่เพาะปลูกโดยเฉลี่ย 19.64 ไร่ ผลผลิตรวมเฉลี่ย 6,485 ตัน รายได้สุทธิต่อฟาร์มประมาณ 113,500 บาท

สวนทุเรียนเป็นพืชสวนทำรายได้เสริมให้แก่เกษตรกรได้ไม่เลว พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนโดยเฉลี่ย 8.83 ไร่ ผลผลิตรวมเฉลี่ย 6,831 ตัน ผลผลิตต่อไร่ 664 กิโลกรัม เกษตรกรขนาดเล็กได้ผลผลิตต่อไร่สูงสุด อาจเป็นเพราะมีที่ดินโดยเฉลี่ยน้อยมากเพียง 5.69 ไร่เท่านั้น จึงมีเวลาดูแลรักษา ปรามวัชพืชได้ดีกว่าฟาร์มขนาดกลางและขนาดใหญ่ ทุเรียนผลิตได้ นำไปบริโภคร้อยละ 13.08 ที่เหลือร้อยละ 86.92 ขายเพื่อหารายได้ รายได้สุทธิต่อฟาร์มที่ได้รับจากทุเรียนฟาร์มละ 53,275 บาท

รายได้จากฟาร์มและนอกฟาร์มของเกษตรกรใน จ.ชุมพร มีรายได้เฉลี่ยจากฟาร์ม 60,934 บาท หรือร้อยละ 99.78 รายได้นอกฟาร์มเท่ากับ 13,833 บาท

การเข้าร่วมกลุ่มของเกษตรกรในชุมชนเป็นสิ่งจำเป็นมีประโยชน์หลายๆ ด้าน ร้อยละ 76 ของเกษตรกรทั้งหมด ตอบว่า เป็นสมาชิกกลุ่ม ถามว่า การเป็นสมาชิกกลุ่มอะไร เกษตรกรร้อยละ 49 ตอบว่าเป็นสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งหมายถึง ธกส. กลุ่มปรับปรุงผลไม้ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์กาแฟ อสย. อีกร้อยละ 35 เป็นสมาชิกชมรมปรับปรุงคุณภาพ อีกร้อยละ 12.63 เป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์ ที่เหลือเป็นสมาชิกชมรมมังคุด ทุเรียน เป็นต้น

เกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีรายได้จากฟาร์มโดยเฉลี่ย 90,781 บาท หรือร้อยละ 93 และรายได้นอกฟาร์ม 85,206 บาทหรือร้อยละ 7.38 เกษตรกรร้อยละ 80 ตอบว่า เป็นสมาชิก ที่เหลืออีกร้อยละ 20 ตอบว่าไม่ได้เป็นสมาชิก ฝ่ายตอบว่าเป็นสมาชิก ส่วนใหญ่ร้อยละ 33 ตอบว่า กลุ่มอื่นๆ หมายถึง ธกส. และสหกรณ์การเกษตร อีกร้อยละ 22 เป็นสมาชิกชมรมปรับปรุงคุณภาพ ที่เหลือร้อยละ 18 ตอบว่า เป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์

เกษตรกรในจังหวัดชุมพร ร้อยละ 50 ของตัวอย่างทั้งหมด เก็บเกี่ยวโดยใช้มือเก็บ อีกร้อยละ 32 กล่าวว่าเก็บเกี่ยวโดยวิธีอื่น และอีกร้อยละ 17.43 เก็บเกี่ยวโดยการใช้ไม้สอย

ทุเรียนหลังเก็บเกี่ยวแล้วนำออกมาขายให้แก่พ่อค้าต่างจังหวัดถึงร้อยละ 61 ขายให้แก่พ่อค้าในจังหวัดร้อยละ 20 และขายให้แก่พ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 14

เกษตรกรในจังหวัดชุมพรร้อยละ 99 ตอบว่า ขายทันที ที่เหลือร้อยละ 1 ตอบว่า ขายใน 1-3 วันหลังเก็บเกี่ยว เกษตรกรร้อยละ 53.33 ตอบว่า ขายผล ที่เหลืออีกร้อยละ 46.67 ตอบ

ว่า ได้จัดเกรด ส่วนใหญ่เกษตรกรใน จ.ชุมพร ร้อยละ 51 ตอบว่า จัดเกรดปานกลาง อีกร้อยละ 39 ของเกษตรกรทั้งหมด ตอบว่า จัดเกรดสูง

สอบถามด้านราคาที่ได้รับพอใจหรือไม่? ปรากฏว่า เกษตรกรใน จ.ชุมพร ร้อยละ 66.67 ไม่พอใจกับราคาที่ได้รับ อีกร้อยละ 33.33 ตอบว่า พอใจ เกษตรกรที่ไม่พอใจ เกิดจากสาเหตุต่อไปนี้ ร้อยละ 39 ตอบว่าราคาไม่ได้ เพราะอุปทานมากกว่าอุปสงค์ รองลงมาร้อยละ 31 ตอบว่า ผลกร้าน แผลงทำลาย ส่วนอีกร้อยละ 12 ตอบว่า เนื้อภายในชำรุดทำให้ราคาไม่ดี

สำหรับเกษตรกรใน จ.นครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวทุเรียนและมังคุด เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 42 ตอบว่า เก็บเกี่ยวโดยใช้มือเก็บ อีกร้อยละ 33.72 ตอบว่า ใช้วิธีอื่นๆ ซึ่งหมายถึง การเก็บได้ต้นทุเรียน พ่อค้ามาเก็บเอง สอยด้วยไม้จำปา มังคุดเก็บด้วยเสียม กิโลกรัมละ 3 บาท

การกระจายผลผลิตการเกษตรส่วนใหญ่จะขายทุเรียนถึงร้อยละ 87.83 ของผลผลิตทั้งหมดใช้บริโภคร้อยละ 12.17

เกษตรกรส่วนมากร้อยละ 40.30 ตอบว่า ขายผลผลิตให้แก่พ่อค้าในตัวจังหวัดมากที่สุด รองลงมาร้อยละ 25.97 ตอบว่า ขายผลผลิตให้แก่พ่อค้าในท้องถิ่น และอีกร้อยละ 25.54 ของผลผลิตทั้งหมดขายให้แก่พ่อค้าต่างจังหวัด

เกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตอบว่า ขายทันทีร้อยละ 95.65 ที่เหลือขายใน 1-3 วันหลังเก็บเกี่ยว ถามว่าขายอย่างไร? เกษตรกรร้อยละ 54 ตอบว่า ขายแบบจัดเกรด ที่เหลืออีกร้อยละ 46 ตอบว่า ขายแบบคละ ได้สอบถามถึงราคาที่ได้รับพอใจหรือไม่ เกษตรกรร้อยละ 49 ตอบว่า "ไม่พอใจ" เพราะอุปทานมากกว่าอุปสงค์ ทำให้ราคาตกต่ำ ส่วนอีกร้อยละ 51 ตอบว่า "พอใจ" ที่เหลืออีกร้อยละ 18.84, 11.59, 10.14, 4.35, และ 2.90 ตอบว่า ไม่พอใจ เพราะมีผลกร้าน แผลงทำลาย ขั้วมีแมลง ผลผลิตมีขนาดเล็กไป เนื้อภายในชำรุดเน่า และเปลือกแข็ง ผลแตกสกปรก ตามลำดับ

ในด้านการหีบห่อนั้น เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในจังหวัดชุมพร ร้อยละ 86 ตอบว่า ไม่ได้บรรจุหีบห่อ อีกร้อยละ 14 ตอบว่า บรรจุหีบห่อ กรณีบรรจุหีบห่อส่วนใหญ่จะบรรจุด้วยกล่องกระดาษ ส่วนน้อยบรรจุเชิง

เกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 73 ตอบว่า ไม่บรรจุหีบห่อ ที่เหลือร้อยละ 27 ตอบว่า มีการบรรจุหีบห่อ กรณีที่มีการบรรจุหีบห่อ เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 68 ตอบว่า บรรจุด้วยเชิง อีกร้อยละ 24 ตอบว่า อื่นๆ ซึ่งหมายถึง กระดาษ และตะกร้า เป็นต้น และที่เหลือร้อยละ 4 บรรจุด้วยกล่องกระดาษ และลังไม้จำฉา

ปัญหาการเก็บเกี่ยวและปัญหาที่ประสบ เกษตรกรในจังหวัดชุมพรร้อยละ 39 ตอบว่า ประสบปัญหาฝนตกช่วงเก็บเกี่ยว อีกร้อยละ 26 ตอบว่า ถนนเป็นโคลน และอีกร้อยละ 14 ตอบว่าเป็นปัญหาอื่นๆ อาทิเช่น คนเก็บไม่มารับมารับ เก็บช้าเกินไป เพราะราคาตกต่ำ ธรรมชาติไม่เอื้ออำนวย เป็นต้น และอีกร้อยละ 12 และ 9 ตอบว่า เป็นปัญหาไม่ตรงตามเวลาและขาดแรงงาน ตามลำดับ

ในกรณีเกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ร้อยละ 63 ตอบว่า เป็นปัญหาฝนตก ช่วงเก็บเกี่ยวมากเกินไป รองลงมาร้อยละ 14 ตอบว่า เป็นปัญหาขาดแคลนแรงงาน และอีกร้อยละ 12 ตอบว่า เป็นปัญหารับน้ำหนักของกิ่งขณะเก็บ ตัดไม่เป็น ค่าจ้างแพง เป็นต้น ที่เหลืออีกร้อยละ 7 และ 5 ตอบว่า เป็นปัญหาไม่ตรงเวลาและถนนเป็นโคลน ตามลำดับ

ในด้านการหีบห่อทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่ได้บรรจุหีบห่อ ส่วนน้อยตอบว่า บรรจุหีบห่อโดยใช้กล่องกระดาษ ถึงร้อยละ 55 ที่เหลือใช้บรรจุด้วยเชิง

ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เกษตรกรส่วนใหญ่ ไม่บรรจุหีบห่อ ส่วนน้อยตอบว่า มีการบรรจุหีบห่อ และการบรรจุหีบห่อส่วนมากในจังหวัดดังกล่าวจะใช้เชิง มีบ้างบรรจุทุเรียนกะบะ และใส่ตะกร้า มีน้อยมากที่ใช้กล่องกระดาษบรรจุ

ปัญหาด้านการเก็บเกี่ยวและปัญหาที่ประสบ เกษตรกรในจังหวัดชุมพร ร้อยละ 39 ตอบว่า มีปัญหาฝนตกช่วงเก็บเกี่ยว อีกร้อยละ 26 ตอบว่า ถนนไม่ดีเป็นโคลน และอีกร้อยละ 14

ตอบว่า เป็นปัญหาอื่นๆ เช่น คนเก็บไม่นำธมารับบ้าง เก็บช้าเกินไป เพราะราคาตกต่ำบ้าง
ธรรมชาติไม่เอื้ออำนวยบ้าง และยังมีปัญหาด้านไม่ตรงตามเวลาและขาดแรงงานบ้าง

ปัญหาการเก็บเกี่ยวของเกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช เกษตรกรร้อยละ 63 ตอบ
ว่า เป็นปัญหาฝนตกช่วงเก็บเกี่ยวมากเกินไป รองลงมาเป็นปัญหาขาดแคลนแรงงาน ที่เหลือ
ตอบว่าเป็นปัญหาสำหรับน้ำหนักของกิ่งขณะเก็บ ตัดไม่เป็น ค่าจ้างแพง เป็นปัญหาตามมา

การจัดตั้งสหกรณ์กับความเข้าใจตลาดสินค้าล่วงหน้า จากการสำรวจเกษตรกรใน
จังหวัดชุมพร เกี่ยวกับพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในด้านการจัดตั้ง สหกรณ์
มีผู้เห็นด้วยถึงร้อยละ 97 ให้จัดตั้งรวมตัวกันในรูปสหกรณ์การเกษตร ผู้เห็นด้วยให้จัดตั้งส
หกรณ์ถึงร้อยละ 81 ตอบว่า ทำให้เกิดความสามัคคีและสามารถได้รับเงินปันผลตอนสิ้นปี มี
การได้รับกำไรส่วนแบ่งคืนตามส่วนที่ทำธุรกิจกับสหกรณ์ และจะเป็นเครื่องมือที่ดีมีประสิทธิ
ภาพในการประสานงานกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ซึ่งน่าจะเอาแบบอย่างจากประเทศ
ญี่ปุ่น

ในการสอบถามถึงความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสินค้าล่วงหน้า เกษตรกรส่วนใหญ่ถึงร้อย
ละ 77 ยังไม่เข้าใจความหมายของสินค้าล่วงหน้า อีกร้อยละ 23 ตอบว่า เข้าใจ สถานที่จัดตั้ง
ตลาดสินค้าล่วงหน้า เกษตรกรร้อยละ 95 ตอบว่า ควรจัดตั้งที่ จ. ชุมพร ที่เหลือร้อยละ 3 จัด
ตั้งที่ตลาดหัวอูฐ และที่ COOP จ.สุราษฎร์ธานี

เกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 99 ราย ร้อยละ 97 เห็นด้วยให้มีการจัดตั้งส
หกรณ์ มีส่วนน้อยที่ไม่เห็นด้วย และอีกร้อยละ 90 กล่าวว่าสหกรณ์ทำให้เกิดความสามัคคีใน
การรวมกลุ่มและยังทำให้ได้ราคาดีด้วย

สอบถามถึงตลาดสินค้าล่วงหน้า (futures market) นั้น เกษตรกรในจังหวัด
นครศรีธรรมราช ตอบว่า เข้าใจถึงร้อยละ 77 ที่เหลือตอบว่า ไม่เข้าใจ และต้องการให้จัดตลาด
สินค้าล่วงหน้าที่ไหน? เกษตรกรร้อยละ 57 ตอบว่า ให้ตั้งในที่อื่นๆ ซึ่งหมายถึง ที่อำเภอเมือง
อ.นาบอน อ.ทุ่งสง อ.พิปูน อ.โพธิ์เสด็จ และ ต.ดอนกลาง เป็นต้น อีกร้อยละ 38 ตอบว่า ควรจัด
ตั้งตลาดสินค้าล่วงหน้าที่ตลาดหัวอูฐ ที่เหลือตอบว่าที่ COOP จ.สุราษฎร์ธานี

จากการสำรวจจำนวนสมาชิกของชมรม ใน จ.ชุมพร รวมทุกขนาดมี 8,572 คน เฉลี่ยชมรมละ 186 คน ปกติชมรมจัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2523-42 ประโยชน์ในการเป็นสมาชิกของชมรมส่วนใหญ่ร้อยละ 69 ตอบว่า อื่นๆ ซึ่ง หมายถึง การมีอำนาจการต่อรองราคา สามารถกู้เงินได้ ได้ความรู้เพิ่มขึ้น ที่เหลืออีกร้อยละ 28 และ 3 ตอบว่า ทำให้ขายทุเรียนได้ราคาดี เป็นที่ยอมรับของสังคม

การปรับปรุงชมรมหรือกลุ่มของเกษตรกรใน จ.ชุมพร เกษตรกรร้อยละ 65 ตอบว่า ปรับปรุงชมรมหรือกลุ่มโดยวิธีอื่นๆ ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงผลไม้ ภูเขา ถกส. สหกรณ์ หลังสวน การจัดตั้งกลุ่มปรับปรุงคุณภาพผลไม้ส่งเสริมการทำปุ๋ยหมัก การส่งเสริมสหกรณ์การเกษตร รวมกลุ่มเกษตรกร แม่บ้านเกษตรกร และการตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น

ในจังหวัดนครศรีธรรมราช สมาชิกรวมทุกขนาดเนื้อที่ถือครองเท่ากับ 4,201 คน เฉลี่ยชมรมละ 72 คน ประโยชน์ในการรวมกลุ่มสมาชิกชมรม เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 64 ตอบว่า เพื่อการอื่นๆ ซึ่งหมายถึงมีเงินของชมรมสนับสนุน ซื้อปุ๋ยราคาถูก ลงทุนได้ มีความรู้ด้านการจัดการ สร้างความสามัคคีในหมู่บ้าน ส่งเสริมการออมทรัพย์ ทำให้ขายผลผลิตได้ราคาดี และได้สินเชื่อ อีกร้อยละ 33 และ 3 ตอบว่า ทำให้ขายทุเรียนได้ราคาดี เป็นที่ยอมรับของสังคม

การปรับปรุงชมรมหรือกลุ่มของเกษตรกรใน จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการสำรวจเกษตรกรจำนวน 80 คน ปรากฏว่าร้อยละ 42 ตอบว่า ปรับปรุงชมรมหรือกลุ่มโดยวิธีอื่นๆ ซึ่งหมายถึง ตั้งกลุ่มพัฒนาไซมอนตรี ชมรมไม้ผลทำจ๊ว ชมรมไม้ผลแปรรูป กลุ่มยางพารา ชมรมทุเรียนสหกรณ์ทุเรียนเขาขาว กลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียนเพื่อการส่งออก ชมรมทุเรียนควนกลาง สหกรณ์รมควนยาง และชมรมไม้ผลอำเภอเมือง เป็นต้น อีกร้อยละ 19 ตอบว่าควรเพิ่มกิจกรรมชมรม และอีกร้อยละ 18 ตอบว่า เห็นควรเพิ่มสมาชิก ที่เหลือตอบว่า ติดต่อนหน่วยงานและประชาสัมพันธ์

เปอร์เซ็นต์การสูญเสียของผลผลิตโดยเฉพาะทุเรียน ปรากฏว่า เกษตรกรในจังหวัดชุมพร ร้อยละ 48 ตอบว่า เกิดการสูญเสียตอนเก็บเกี่ยว อีกร้อยละ 46 ของเกษตรกรทั้งหมด ตอบว่า เกิดการสูญเสียอันเกิดจากสุกเกินไป เป็นโรคแมลง และไม่ได้ขนาด โดยเฉลี่ยร้อยละ

25 อีกร้อยละ 4.17 ตอบว่า เกิดการสูญเสียอันเนื่องมาจากการทำความสะอาดถึง 15% ที่เหลือ
อีกร้อยละ 4 ตอบว่า การสูญเสียเกิดจากการทำความสะอาดร้อยละ 15 นอกนั้นเกิดจากการ
ขนส่งร้อยละ 6

เกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช เกษตรกรร้อยละ 94 ของเกษตรกรทั้งหมด สูญเสีย
จากการเก็บเกี่ยวร้อยละ 10 อีกร้อยละ 4 ตอบว่า สูญเสียโดยเหตุอื่นๆ ซึ่งหมายถึง เปลือกเน่า
แมลงกัด เป็นต้น ซึ่งเกิดขึ้นถึงร้อยละ 5.5 ที่เหลือเกิดจากการขนส่งร้อยละ 2.33 จะเห็นว่า
เกษตรกรขนาดใหญ่สูญเสียขณะเก็บเกี่ยวถึงร้อยละ 11 ขนาดกลางร้อยละ 9.46

สาเหตุของการสูญเสียหลังเก็บเกี่ยว เกษตรกรในจังหวัดชุมพร ตอบว่า เกิดจากสาเหตุ
อื่นๆ ได้แก่ โรคหนอนเจาะ ดูแลไม่ทั่วถึง มีปัญหาขนส่ง ไม่ระวังการเก็บเกี่ยวให้เจ้าหน้าที่แนะนำด้านความรู้ ราคาคง
ขาดความชำนาญ ที่เหลือร้อยละ 16 และ 6 ตอบว่า สาเหตุเกิดจากไม่
ใช้วิทยาการของทางการ และขาดแรงงาน ตามลำดับ รุ้ทางการลดการสูญเสียหลังเก็บเกี่ยว
ของเกษตรกรใน จ.ชุมพร ปรากฏว่า เกษตรกรร้อยละ 68 ตอบว่า ขึ้นอยู่กับวิธีอื่นๆ อาทิเช่น
การป้องกันโรคโดยให้ยาที่ดี ให้การอบรมแก่เกษตรกรโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ ระมัดระวังในการ
เก็บ ปรับปรุงการขนส่ง มีการจัดการที่ดี พ่นยาฆ่าแมลง นำผลผลิตไปแปรรูป เป็นต้น ส่วนอีก
ร้อยละ 21 และ 11 ตอบว่า ควรใช้แรงงานให้มีประสิทธิภาพและใช้เครื่องมือเก็บเกี่ยวที่ดีกว่านี้
ตามลำดับ

ส่วนเกษตรกร จ.นครศรีธรรมราชนั้น ร้อยละ 50 ตอบว่า เกิดจากสาเหตุอื่นในการสูญเสีย
หลังเก็บเกี่ยวได้แก่ แมลงวันทอง ผดุงชุก มีเชื้อรา ขาดความชำนาญในการเก็บทุเรียน
ขาดความเอาใจใส่ เกิดโรคหนอนเจาะ ขาดน้ำ ยาฆ่าแมลง เป็นต้น อีกร้อยละ 35 ตอบว่า ขาด
ความรู้ในการจัดการ และอีกร้อยละ 7 ตอบว่าไม่ใช้วิทยาการของทางการ และขาดแรงงาน

รู้ทางการลดความสูญเสียลง เกษตรกรร้อยละ 38 ตอบว่า ใช้เครื่องมือเก็บเกี่ยวที่ดีกว่า
และอื่นๆ ส่วนอีกร้อยละ 23 ตอบว่า ใช้แรงงานอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่านี้

เกณฑ์การจัดตั้งตลาดซื้อขายยางพาราล่วงหน้า

พิจารณาถึงปริมาณยางพาราในอดีตไทยผลิตยางเป็นอันดับที่ 3 รองจากมาเลเซียและอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม ในปี 2534 ผลผลิตยางของไทยแซงหน้าเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากในช่วง 10 ปีมานี้ยางพาราของไทยมีอัตราเพิ่มสูงที่สุดประมาณปีละ 7-8% เนื่องจากผลผลิตจากโครงการปลูกแทนยางเก่าที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ขณะที่อัตราเพิ่มผลผลิตของมาเลเซียและอินโดนีเซียประมาณปีละ 2-3% เท่านั้น มาเลเซียมีปัญหาขาดแคลนแรงงานรุนแรง และหันไปปลูกปาล์มน้ำมันแทนยางพารา ไทยเราคงต้องเร่งเพิ่มผลผลิตต่อไปในสูงขึ้น พร้อมปรับปรุงคุณภาพยางแผ่นดิบ ยางแท่ง ต้องเร่งผลิดยางก้อน (cup lump) เพื่อผลิดยางที่มีคุณภาพดีมากขึ้น

มาเลเซียซึ่งครั้งหนึ่งเป็นผู้ผลิตยางอันดับหนึ่งมาช้านาน ได้เริ่มจัดตั้งตลาดสินค้าล่วงหน้า ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ในปี 2517 มีส่วนทำให้ราคายางของมาเลเซียอยู่ในระดับค่อนข้างสูงกว่าผู้ผลิตรายอื่น

ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดล่วงหน้าพืชผลเกษตรไทย จากการส่งออกยางพาราของไทยตั้งแต่ปี 2539-41 จะเห็นว่า ส่งออกยางพาราด้านปริมาณอยู่ระหว่างค่าพิสัย ร้อยละ 36.27-37.57 ของปริมาณส่งออกของโลก คิด 3 ปี เฉลี่ยส่งออกได้เป็นร้อยละ 36.8 ของมูลค่าส่งออกของโลก ถ้าพิจารณาด้านมูลค่าตั้งแต่ปี 2539-41 อยู่ในช่วงพิสัยร้อยละ 24.77-36.52 ของมูลค่าส่งออกของโลก 3 ปี เฉลี่ยมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 32.49% รองลงมาได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย เป็นอันดับที่ 3 จึงเป็นเครื่องยืนยันว่า ยางพาราของไทยสามารถเข้าสู่ตลาดล่วงหน้าได้ทันที และเกษตรกรทั้งหมดร้อยละ 97 เห็นว่าควรดำเนินงานในรูปแบบสหกรณ์ ซึ่งเป็นนิมิตรหมายที่ดีที่จะทำให้ การบริหารงานด้านตลาดสินค้าล่วงหน้า จะประสบผลสำเร็จได้ไม่นานนัก

ส่วนทุเรียนนั้น ยังไม่สามารถนำเข้าซื้อขายในตลาดล่วงหน้าได้ เพราะการจัดมาตรฐานสินค้ายังไม่ดี การดูแลรักษาของเกษตรกรภาคใต้ยังล้าหลัง ยังไม่ค่อยให้ความสนใจใน

เทคโนโลยีหลังเก็บเกี่ยว แม้สถาบันการศึกษาในท้องถิ่น และปัญหาการจัดเกรด การทึบหน่อ ยังไม่ได้มาตรฐานสากล และค่าขนส่งค่อนข้างแพง มีการผูกขาดจากผู้ประกอบการด้านการขนส่ง ควรจะได้รับการแก้ไขโดยเร็ว สรุปได้ว่า ทุเรียนควรจะเข้าตลาดข้อตกลงก่อน คล้ายๆ กับ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หุ่นที่ยังไม่มีผลการดำเนินงานที่ดีควรซื้อขายนอกตลาดก่อนที่เรียกว่า “over the-counter” ถ้าผลการดำเนินงานดีขึ้น จึงค่อยนำมาพิจารณานำเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ เช่นเดียวกับทุเรียน นำเข้าตลาดข้อตกลงดังกล่าวไว้ในบทที่ 1

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราส่วนผลประโยชน์สุทธิต่อต้นทุนสุทธิและผลตอบแทนภายใน

จากรายได้และต้นทุนนำมาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ โดยใช้อัตราส่วนลดร้อยละ 7, 10, 12, 15, และ 20 ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จาก ธกส. อยู่ราว ๆ ร้อยละ 12.5 ถ้าคิดส่วนลดแล้ว พบว่ามูลค่าของเงินลงทุน เมื่อคิดเป็นค่าปัจจุบันจะมีค่าเพียง 17,509.12 บาทสำหรับต้นทุนยางพารา และ 74,610.78 บาทสำหรับทุเรียน จากมูลค่าปัจจุบันที่คำนวณได้นำมาหาดัชนีเฉลี่ยตามอายุของพืช พบว่า ยางพาราในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีต้นทุนเฉลี่ยปีละ 1,459.09 บาท ซึ่งต่ำกว่าทุเรียนที่มีต้นทุนเฉลี่ยปีละ 3,830.99 บาท

ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนใน จ.ชุมพรนั้น ทุเรียนมีราคา ณ จุดคู้มนทุนที่ กิโลกรัมละ 19 บาท ซึ่งเป็นราคาที่เกษตรกรมีกำไรค่าเสียโอกาส เนื่องจากในกรณีนี้ใช้ราคาขาย กิโลกรัมละ 19 บาท และปริมาณ ณ ที่จุดคู้มนทุนจะอยู่ที่ 138-72 กิโลกรัม ส่วน IRR ของเกษตรกรใน จ.ชุมพร เท่ากับ 19.024% NPV เท่ากับ 38,000 บาท

ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนใน จ.นครศรีธรรมราช ทุเรียนมีราคา ณ จุดคู้มนทุนที่ กิโลกรัมละ 19 บาท เป็นราคาที่เกษตรกรมีกำไรค่าเสียโอกาสแล้ว เนื่องจากในกรณีนี้ใช้ราคาขาย กิโลกรัมละ 19.00 บาท ปริมาณ ณ จุดคู้มนทุนจะอยู่ที่ 137.15 กิโลกรัม ซึ่งใกล้เคียงกันมาก IRR ของเกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราช เท่ากับ 20.04 % NPV เท่ากับ 37,800 บาท เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนใน จ.นครศรีธรรมราช บรรลุจุดคู้มนทุนเร็วกว่า เกษตรกรในจังหวัดชุมพร

จากการสำรวจของผู้เขียนใช้ราคาที่เกษตรกรได้รับใน จ.ชุมพร จะใช้ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรได้รับ กิโลกรัมละ 21.76 บาท และเกษตรกร จ.นครศรีธรรมราชได้รับ กิโลกรัมละ 21.55 บาท ปรากฏว่า กรณีเกษตรกรผู้ปลูกยางโดยเฉลี่ยทั้งประเทศ ได้ผลได้ 227 กิโลกรัมต่อไร่ ถ้าใช้ราคาของเกษตรกรใน จ.นครศรีธรรมราช ขายได้ กิโลกรัมละ 21.55 บาท จะได้จุดคุ้มทุนดังต่อไปนี้

ณ จุดคุ้มทุนที่ได้รับ 157.60 กิโลกรัม จะต้องขายราคา กิโลกรัมละ 21.55 บาท ถ้าหากใช้ผลได้จากการสำรวจเกษตรกรในจังหวัดนครศรีธรรมราชผลิตได้ 330 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนผันแปรลดลงมากกว่ากรณีจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ผลได้ 330 กิโลกรัมต่อไร่ จุดคุ้มทุนจะเท่ากับ 84.78 กิโลกรัม

กรณีเกษตรกร จ.ชุมพร ถ้าหากได้ผลได้เฉลี่ยทั้งประเทศได้เท่ากับ 227 กิโลกรัมต่อไร่ ราคาเกษตรกรขายได้ กิโลกรัมละ 21.76 บาท จุดคุ้มทุนเท่ากับ 152.04 กิโลกรัม

ถ้าหากใช้ผลได้ที่ได้จากการสำรวจ เกษตรกรใน จ.ชุมพรจะได้ไร่ละ 237 กิโลกรัม ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยจะเท่ากับ 15.14 บาท จุดคุ้มทุนเท่ากับ 136.66 กิโลกรัม

ถ้าหากราคายางเปลี่ยนแปลงไปเป็น กิโลกรัมละ 21 บาท เกษตรกรในจังหวัดชุมพรที่เสียต้นทุน PC^* บาท จะได้ NPV ของยางพาราเป็นศูนย์แล้ว IRR^*_2 เท่ากับ 15.34% กรณีที่เสียต้นทุนเป็น PC^{**} จากผลของการสำรวจโดยผู้เขียน IRR^*_2 เท่ากับ 10.78%

ถ้าหากราคายางพาราเปลี่ยนแปลงไปในทางต่ำลง สำหรับเกษตรกรใน จ.นครศรีธรรมราช ได้รับกิโลกรัมละ 21 บาท โดยเสียต้นทุนเป็น C^*_{nks} NPV^*_2 เท่ากับ ศูนย์ IRR^*_2 มีค่าเท่ากับร้อยละ 14.85 แต่ถ้าหากต้นทุนที่เสียแพงขึ้น จากการสำรวจเป็น PC^{**}_{nks} แล้ว NPV^{**}_2 เป็นศูนย์ IRR^{**}_2 จะเท่ากับ ร้อยละ 13.70

พฤติกรรมการณ์เคลื่อนไหวของราคายางพาราแผ่นดินชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับ พบว่า มีการเคลื่อนไหวแบบมีแนวโน้มที่เป็นเช่นนี้ เพราะอุตสาหกรรมรถยนต์มีแนวโน้มการขยายตัวตามเศรษฐกิจของโลกในระยะยาว ทำให้ความต้องการยางพาราสูงขึ้น ราคายางแผ่นดินที่เกษตรกรได้รับมีแนวโน้มสูงขึ้น

ส่วนการเคลื่อนไหวของราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ตลาดส่งออกพบว่า มีรูปแบบแนวโน้มที่ชัดเจน เพราะการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในระยะยาวมีแนวโน้มสูงขึ้น มีความต้องการยางพารามากขึ้นแม้ว่าจะมียางสังเคราะห์มาใช้เพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ของราคายางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดระดับต่างๆ จะเกิดขึ้นจากวิธีการกำหนดราคายางพาราในตลาดแต่ละระดับ กล่าวคือ กำหนดราคายางที่เกษตรกรได้รับจะขึ้นกับราคายางขายส่งตลาดกลางขนาดใหญ่ และการกำหนดราคายางขายส่งตลาดกลางขนาดใหญ่ จะขึ้นอยู่กับราคายางส่งออก เป็นผลให้ราคายางพารา ณ ตลาดระดับต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

การวิเคราะห์การส่งผ่านราคา ประกอบด้วยความสัมพันธ์ของสมการราคายางพาราทั้งหมด 3 ระดับตลาดคือ ราคาที่เกษตรกรได้รับ ราคาขายส่งที่ตลาดกลางขนาดใหญ่ และราคาส่งออก

สมการที่ 1 แสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งที่ตลาดกลางขนาดใหญ่ ไปสู่ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับ พบว่า มีค่า 0.9745 แสดงว่าเมื่อราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งที่ตลาดกลางขนาดใหญ่เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.0 จะมีผลทำให้ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งที่ตลาดกลางขนาดใหญ่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับถึงร้อยละ 98.89 ที่เป็นเช่นนี้ เพราะว่าระบบการซื้อขายยางพาราแผ่นดิบที่ตลาดกลางขายส่งขนาดใหญ่เป็นระบบการประมูล โดยที่ระบบการประมูลทำให้พ่อค้าดูดซับราคาเป็นไปได้น้อย และในระดับท้องถิ่นก็มีตลาดประมูลยางท้องถิ่นมากขึ้น ทำให้เกษตรกรสามารถได้รับประโยชน์จากตลาดประมูลยางดังกล่าว ทำให้การถ่ายทอดราคาระหว่างสองตลาดเป็นไปค่อนข้างสมบูรณ์ แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างตลาดค่อนข้างแข่งขันสมบูรณ์

ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคายางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออกกับราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งที่ตลาดกลางขนาดใหญ่ ในสมการที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคายางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออกไปสู่ราคายางพาราแผ่น

ดิบชั้น 3 ขยายส่งที่ตลาดกลางหาดใหญ่ พบว่ามีค่า 0.9425 แสดงให้เห็นว่า เมื่อราคายางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออก เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.0 จะมีผลทำให้ราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ขยายส่งที่ตลาดกลางหาดใหญ่ได้รับการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.9425 ในทิศทางเดียวกัน โดยที่ตัวแปรราคายางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออก สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ขยายส่งที่ตลาดกลางหาดใหญ่ได้ถึง 92.27% ที่เป็นเช่นนี้ เพราะตลาดส่งออกเป็นไปในลักษณะเสรี การแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้การส่งผ่านราคาระหว่างตลาดทำได้ค่อนข้างสมบูรณ์ แต่เพราะราคาส่งออกยางพาราแผ่นรมควันเป็นราคาที่ถูกกำหนดโดยผู้นำเข้าจากต่างประเทศ และเป็นราคาซื้อขายล่วงหน้าซึ่งไม่ใช่ราคาที่ถูกกำหนดโดยผู้นำเข้าจากต่างประเทศ และเป็นราคาซื้อขายล่วงหน้าซึ่งไม่ใช่ราคาซื้อขายจริงในปัจจุบัน การถ่ายทอดราคาจึงเป็นไปในลักษณะต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับค่าความยืดหยุ่นการส่งผ่านราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ขยายส่งหาดใหญ่ ไปสู่ราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.9745 เพราะราคาทั้งสองตลาดเป็นราคาที่ซื้อขายเกิดขึ้นจริง

ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลอง ARIMA ของราคาสินค้าเกษตรที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดอนาคต

1. สมการราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับ โดยพิจารณาความเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลารายเดือนตั้งแต่ปี 2525-43 พบว่า ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับ มีความแปรปรวนไม่คงที่แบบจำลองที่เหมาะสมในการเคลื่อนไหวของราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับ คือแบบจำลอง ARIMA ที่มีลักษณะเป็น Autoregressive (AR) อันดับหนึ่ง และมีลักษณะฤดูกาล 8 เดือน นอกจากนั้นยังมีลักษณะ Moving Average (MA) กล่าวคือตัวแปรอนุกรมเวลาใหม่ของราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับ $(1-B) \log \text{Frubber}$ มีความสัมพันธ์ขึ้นกับราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรได้รับที่ย้อนหลังไป 1 และ 8 เดือน นอกนั้นยังขึ้นกับค่าความคลาดเคลื่อนหรือปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ในช่วงเวลาที่ผ่านมาแล้ว 1 เดือน

สมการราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งตลาดกลางขนาดใหญ่ เนื่องจากค่า θ_0 มีค่าใกล้เคียงกับศูนย์ ดังนั้นจึงไม่กำหนดให้มีพารามิเตอร์ θ_0 ในรูปแบบจำลอง ARIMA แต่เมื่อพิจารณาค่าพารามิเตอร์ θ_1 θ_8 θ_8 มีค่า t-ratio เท่ากับ 3.12, 2.72, และ -6.08 ตามลำดับ แสดงว่าค่าพารามิเตอร์มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนค่า Box-Pierce(Q) สำหรับการทดสอบ autocorrelation ในช่วงเวลาต่างๆ 36 ช่วงเวลา พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% หมายความว่า ค่าความคลาดเคลื่อนของรูปแบบสมการข้างต้นที่ห่างกัน 1, 2, ..., 36 ช่วงเวลา มีการเคลื่อนไหวเป็นอิสระ ยังพบอีกว่า แบบจำลองที่เหมาะสมในการเคลื่อนไหวของราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งตลาดกลางขนาดใหญ่ คือแบบจำลอง ARIMA ที่มีลักษณะเป็น autoregressive (AR) อันดับหนึ่ง และมีลักษณะฤดูกาล 8 เดือน นอกจากนั้นยังมีลักษณะ moving average (MA) อันดับหนึ่ง กล่าวคือตัวแปรอนุกรมเวลาใหม่ของราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งตลาดกลางขนาดใหญ่ $(1-B)\log W_{rubber}$ มีความสัมพันธ์ขึ้นกับราคายางพาราแผ่นดิบชั้น 3 ขายส่งตลาดกลางขนาดใหญ่ที่ย้อนหลังไป 1 และ 8 เดือน นอกนั้นยังขึ้นกับค่าความคลาดเคลื่อนหรือปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ในช่วงเวลาที่ผ่านมาแล้ว 1 เดือน

สมการราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออก พิจารณาการเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลาราคายางเดือนตั้งแต่ปี 2525-43 พบว่า ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออกมีค่าความแปรปรวนไม่คงที่ จึงต้องแปลงอนุกรมเวลาราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออก ให้อยู่ในรูปล็อกการิทึม ดังจะเห็นได้จากการพิจารณา correlogram ของค่า autocorrelation (r_k) ซึ่งแสดงว่า อนุกรมเวลาราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออกยังไม่เป็น stationary จึงต้องมีการแปลงอนุกรมเวลาราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออกด้วยวิธีหาผลต่างปกติ หลังจากแปลงอนุกรมเวลาให้เป็น stationary แล้ว (Z_t) จะได้อนุกรมเวลาที่มี correlogram ของค่า autocorrelation (r_k) และค่า partial-autocorrelation (r_{kk}) เนื่องจาก Z มีค่าใกล้เคียงศูนย์ ดังนั้นจึงไม่กำหนดให้มีพารามิเตอร์ ในรูปแบบจำลอง ARIMA แต่เมื่อพิจารณาค่าพารามิเตอร์ มีค่า t-ratio เท่ากับ 3.09 และ -3.97 ตามลำดับ ซึ่งแสดงว่าค่าพารามิเตอร์มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนค่า Box-Pierce (Q) สำหรับการทดสอบ autocorrelation ในช่วงเวลาต่างๆ 36 ช่วงเวลา พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งหมายความว่าค่าความคลาดเคลื่อนของรูปแบบสมการข้างต้นที่ห่างกัน 1,2,...,36 ช่วงเวลา มีการเคลื่อนไหวที่เป็นอิสระ

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าแบบจำลองที่เหมาะสมในการเคลื่อนไหวของราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออก คือแบบจำลอง ARIMA มีลักษณะเป็น autoregressive (AR) อันดับ 8 แบบมีลักษณะฤดูกาล นอกจากนั้นยังมีลักษณะ moving average (MA) อันดับหนึ่ง กล่าวคือ ตัวแปรอนุกรมเวลาใหม่ของราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออก $(1-B)\log X_{rubber}$ มีความสัมพันธ์กับราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออกที่ย้อนหลังไป 8 เดือน นอกจากนั้นยังขึ้นกับค่าความคลาดเคลื่อนหรือปัจจัยที่ไม่ใช่ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่งออก ในช่วงเวลาที่ผ่านมาแล้ว 1 เดือน

ข้อเสนอแนะ

การสหกรณ์กับปัญหาการผลิต การตลาด และการวิจัยยางพารา

ปัญหาการผลิต การตลาด และการวิจัยยางพารา

1. ด้านการผลิต

1.1 ทิศทางการพัฒนาเกษตรกรรมยางพารา การส่งเสริมการเพาะปลูกยางพาราที่ผ่านมามุ่งเป้าหมายเพื่อป้อนวัตถุดิบให้การผลิตในภาคอุตสาหกรรม ขาดทิศทางและเป้าหมายในการดำเนินงานเฉพาะด้านเกษตรกรรมที่ชัดเจน กล่าวคือ การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกไม่สัมพันธ์กับการพัฒนาด้านอื่นๆ เช่น การกำหนดแผนการใช้ยางภายในประเทศ การพัฒนาด้านอุตสาหกรรม การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะประเด็นหลังนี้ แม้ว่าการเพิ่มพื้นที่ปลูกยางพาราจะเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โดยการนำระบบสวนเกษตรเข้าไปทดแทนการเพาะปลูกพืชไร่ก็ตาม แต่เป็นที่ยอมรับกันว่า สวนยางพาราขาดความหลากหลาย

ของระบบพันธุกรรมตามธรรมชาติ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือประเทศไทยขาดแผนการพัฒนา
ยางพาราที่ชัดเจนและยั่งยืน

1) ขาดการพัฒนากระบวนการเกษตรกรรมที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ และสอดคล้องกับ
สภาวะทางเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาการเพาะปลูกยางพารามุ่งเป้าหมายที่ตัวเลขผล
ตอบแทนทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคเป็นหลัก ทำให้เกษตรกรชาวสวนยางพาราต้องพึ่งพา
พืชเศรษฐกิจชนิดเดียว ความผันผวนของตลาดและราคาจึงส่งผลกระทบโดยตรงต่อสถาน
การณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่เพาะปลูกยางพารา

1.2 โครงสร้างการผลิตยางพาราไทย เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ
90 ของผลผลิตทั้งหมด ที่เหลือประมาณร้อยละ 10 เป็นการผลิตเพื่อใช้และเก็บสต็อกภายใน
ประเทศ ผลผลิตส่งออกส่วนใหญ่ร้อยละ 66 เป็นยางแผ่นรมควัน รองลงมาเป็นยางแท่งร้อยละ
17 โดยยางแผ่นรมควันที่ส่งออกเฉลี่ยประมาณปีละ 1.2 ล้านตัน มีอัตราการเพิ่มร้อยละ 5 ต่อปี
ในขณะที่ความต้องการใช้ยางแผ่นรมควันของโลกเริ่มลดน้อยถอยลงจนถึงจุดอิ่มตัว เหลือ
ประมาณปีละ 1.6 ล้านตัน ตรงกันข้ามกับความต้องการยางแท่งและน้ำยางข้นซึ่งมีอัตราการ
ขยายตัวเพิ่มขึ้น

1.3 คุณภาพการผลิต เนื่องจากผลผลิตยางของไทยมากกว่าร้อยละ 95 เป็นผล
ผลิตจากเกษตรกรรายย่อย หรือสวนยางขนาดเล็กที่มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 13.25 ไร่ ซึ่งต่าง
คนต่างผลิต ทำให้คุณภาพยางหลากหลายไม่สม่ำเสมอ ขาดยุทธวิธีในการส่งเสริมและ
สนับสนุนให้เกษตรกรและองค์กรชาวสวนยางเป็นผู้พัฒนาคุณภาพเพราะตลาดเป็นปัจจัยหลัก
ในการกำหนดราคา หรือกล่าวง่าย ๆ ว่าตลาดยางและผลิตภัณฑ์ยางเป็นตลาดของผู้ซื้อหรือผู้
ใช้นั่นเอง คุณภาพผลผลิตจึงถูกกำหนดโดยราคาในตลาด นอกจากนั้นยางแผ่นรมควันที่ส่ง
ออกส่วนใหญ่ยังเป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3-4 เป็นผลให้การพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต
เชิงคุณภาพเป็นไปได้ยากขึ้น

2. องค์กรชาวสวนยาง

2.1 ขาดความเป็นอิสระในการดำเนินงาน ต้องขึ้นตอนโยบายและระเบียบวิธีการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ ซึ่งยึดติดอยู่กับระเบียบวิธีการทำงานและตัวองค์กรเอง ผลกระทบต่อองค์กรชาวสวนยาง ก็คือ เมื่อประโยชน์ของแต่ละหน่วยงานแตกต่างกันหรือขัดแย้งกัน องค์กรชาวสวนยางจะถูกทอดทิ้งให้เผชิญปัญหาเอง

2.2 ขาดการสนับสนุนให้มีบทบาทในการแก้ปัญหาและพัฒนาอย่างแท้จริง การดำเนินมาตรการของรัฐที่ผ่านมาให้บทบาทกับหน่วยงานมากกว่าการสนับสนุนความเข้มแข็งขององค์กรชาวสวนยางในการแก้ปัญหาด้วยตนเอง

2.3 องค์กรชาวสวนยางขาดทิศทางของตนเอง ไม่มีเวทีที่เปิดโอกาสให้องค์กรชาวสวนยางกำหนดแผนและทิศทางการพัฒนาตนเองรวมถึงการไม่มีโอกาสในการกำหนดนโยบายและเป้าหมายของการพัฒนายางพาราทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ การแสดงบทบาทจึงวนเวียนอยู่กับการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในฐานะผู้ให้ความร่วมมือเป็นหลัก

2.4 ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างกลุ่ม อันเนื่องมาจากระบบการรวมศูนย์ที่หน่วยงาน การประสานงานระหว่างกลุ่มและระหว่างพื้นที่ดำเนินไปตามเงื่อนไขที่หน่วยงานเป็นผู้กำหนด โดยเฉพาะการรวมกลุ่มที่จะสร้างพลังการต่อรองทั้งซื้อวัตถุดิบและขายผลิตภัณฑ์ของตนเอง คงจะต้องนำเอาขบวนการสหกรณ์การขายและการออมทรัพย์เข้ามาช่วยสร้างอำนาจการต่อรองได้ เพราะมีความโปร่งใส อาศัยหลักประชาธิปไตยอยู่แล้ว และตรวจสอบได้เพราะมีการจัดการระบบข้อมูลที่มีระเบียบ

3. ด้านการตลาด

3.1 ตลาดต่างประเทศ เนื่องจากปัจจุบันตลาดต่างประเทศมีลักษณะเป็นตลาดของผู้ซื้อดังกล่าวมาแล้วข้างต้น โดยการซื้อขายส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เป็นการซื้อขายโดยตรง (direct trade) และอีกร้อยละ 20 เป็นการซื้อขายผ่านตลาดกลาง ทำให้ราคายางถูกกำหนดโดย

ประเทศผู้ซื้อหลักของโลกเพียง 4-5 ประเทศ เป็นผลให้ราคายางในตลาดโลกไม่สะท้อนความเป็นจริงของการผลิตและใช้ยาง ตลาดส่งออกของไทยมากกว่าร้อยละ 70 ส่งออกไปยัง 5 ประเทศหลักๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ จีนและมาเลเซีย ดังนั้นสภาวะด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ของแต่ละประเทศจะส่งผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราของไทยอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ทวีปเอเชียกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันจะส่งผลโดยตรงต่อปริมาณการซื้อขาย เพราะไทยส่งออกในรูปยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่มีตลาดหลักอยู่ในเอเชีย คือ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นต้น

3.2 ตลาดภายในประเทศ

1) ตลาดกลางยางพาราของประเทศไทยระดับประเทศ เป็นเพียงตลาดซื้อขายยางแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันโดยวิธีการประมูล และห้องค้ายางชนิดต่างๆ เป็นการซื้อขายยางเฉพาะสมาชิกห้องค้านั้น ตลาดกลางยางพาราไทยจึงไม่เป็นระบบสากลที่เชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศ ทำให้การซื้อขายยางต้องอิงราคาในตลาดโลก ทั้งที่ไทยเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ของโลก

2) ตลาดยางพาราระดับท้องถิ่น เป็นตลาดที่มีผู้ค้าจำนวนมากกระจายตัวอยู่ในระดับตำบล หมู่บ้าน ทำให้ระบบคนกลางในตลาดยางพารามีหลายขั้นตอน ส่งผลให้มูลค่าที่เกษตรกรชาวสวนยางพาราได้รับต่ำกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น ส่วนตลาดประมูลยางท้องถิ่นที่รัฐดำเนินการยังกระจายไปไม่ทั่วถึง และแต่ละตลาดที่มีอยู่มีมาตรฐานดำเนินงานต่างกัน ทั้งในแง่คุณภาพ บุคลากร ประสิทธิภาพการทำงานและราคา

3) องค์กรสวนยางไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดกลางและตลาดประมูลท้องถิ่นรวมถึงมาตรการด้านการตลาดของรัฐที่เป็น การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทำให้ชาวสวนยางขาดโอกาสในการเข้ามามีบทบาทในระบบตลาด การเรียนรู้ในการจัดการผลผลิตจึงมีอยู่อย่างจำกัด ขณะเดียวกันโครงสร้างและขอบข่ายการ

ดำเนินงานของตลาดกลางและตลาดประมูลท้องถิ่นเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมเข้ามามีอิทธิพลในการกำหนดราคาและการซื้อขาย ทั้งนี้ก็เพราะองค์กรชาวสวนยางไม่สามารถรวมตัวรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง เพื่อสร้างพลังการต่อรองราคา นั่นเป็นเหตุหนึ่งทำไมจึงไม่พยายามรวมตัวเป็นรูปสหกรณ์การเกษตร การขายเพื่อรวมพลังให้เป็นกลุ่มก้อนใหญ่ สามารถต่อรองราคากับภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมได้ เพราะเขาเหล่านั้นรวมตัวหรือเรียกว่ารวมหัวกันกำหนดราคาเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม แต่กลุ่มองค์กรชาวสวนยางกลับไม่ได้รวมกันต่างคนต่างแย่งกันขายด้วยราคาต่ำ การรวมเป็นรูปสหกรณ์จะเป็นทางที่ดีที่สุดไม่ว่าประเทศที่พัฒนาแล้วไม่ว่าจะเป็นประเทศเคนยา อังกฤษ ดันตำรับการสหกรณ์รอสเดล เกิดมาแล้วมากกว่า 200 ปี เขารวมตัวกันได้ดี จนกระทั่งประเทศทางเอเชียตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน เป็นต้น เขาก็ใช้ขบวนการสหกรณ์รับซื้อข้าวเปลือก ขายปุ๋ยให้สมาชิกเกือบทั้งประเทศมีรายได้ดีเพราะเขามีอำนาจการต่อรอง ปลายปีก็จะได้รับส่วนแบ่งคืนตามส่วนซื้อที่ทำธุรกิจสหกรณ์ และยังได้เงินปันผลค่าหุ้นที่ถูkBงคับอ้อมอีกด้วย

4) ขาดแคลนระบบข้อมูลข่าวสาร การเชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศของตลาดกลางและตลาดประมูลท้องถิ่นเป็นสิ่งจำเป็น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลทางด้านราคาและสถานการณ์การซื้อขาย ส่งผลให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ค้าที่เป็นคนกลางในตลาดอยู่เสมอซึ่งจะเห็นได้จากข้อ 3) ที่กล่าวมาแล้วมีการใช้ระบบสหกรณ์การเกษตร สมาชิกรวมตัวกันอย่างแข็งขัน ข้อมูลข่าวสารก็ย่อมต้องได้รับการพัฒนาเพราะมีเงินทุนมาก ถ้าโรมาก ก็นำไปพัฒนาด้านข่าวสารแทนได้

4. ด้านอุตสาหกรรม

4.1 อุตสาหกรรมยางดิบ อุตสาหกรรมยางพาราเติบโตจากนโยบายการส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบ อุตสาหกรรมที่มีอยู่จึงเป็นเพียงอุตสาหกรรมยางดิบ ซึ่งเป็นกลไกของระบบคนกลางในทางการค้าและการส่งออกยางพาราเท่านั้น

4.2 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ มีน้อยมาก ขาดการพัฒนาภายในภาคอุตสาหกรรม ขาดการกระตุ้นโดยนโยบายระดับชาติให้เกิดการพัฒนาจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการ ไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่เป็นเทคโนโลยีนำเข้า จึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ขณะที่การวิจัยและพัฒนาทางเทคโนโลยีของภาครัฐยังขาดประสิทธิภาพ

4.3 ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา เป็นการพัฒนาที่สวนทางกับการเจริญเติบโตกับเกษตรกรและองค์กรชาวสวนยาง เพราะเน้นการสนับสนุนให้ภาครัฐกิจและอุตสาหกรรมมีบทบาทมากกว่าการสนับสนุนองค์กรชาวสวนยางให้มีบทบาทในการพัฒนาในรูปอุตสาหกรรมชุมชน ตามที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผน 8 ดังจะเห็นได้จากการรुकืบเข้ามามีบทบาทของอุตสาหกรรมในขั้นตอนการผลิต ลดบทบาทการแปรรูปของเกษตรกรลงเน้นให้ขายน้ำยางมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะอิทธิพลของเป้าหมายทางเศรษฐกิจระดับมหภาคเป็นหลัก จนไม่ให้ความสำคัญและละเลยการสนับสนุนเกษตรกรและองค์กรชาวสวนยางให้มีบทบาทในการพัฒนาการตลาดและอุตสาหกรรมมากขึ้น

5. ด้านการวิจัยและพัฒนา

5.1 ทิศทางและเป้าหมาย การวิจัยและพัฒนาขาดทิศทางที่ชัดเจน มุ่งตอบสนองการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าหรือปัญหาทางการค้า ไม่มีแผนงานการค้นคว้าวิจัยที่ตอบสนองการพัฒนาทุกระดับ ตั้งแต่การผลิต การพัฒนาสถาบันเกษตรกร การตลาด และอุตสาหกรรมในทุกด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อม

5.2 ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาต่ำ เห็นได้ชัดจากในรอบเกือบร้อยปีที่ผ่านมา สามารถวิจัยพันธุ์ยางพันธุ์ดีได้เพียงพันธุ์เดียวเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอันดับแรกๆ ของประเทศผู้ผลิตรายในโลกซึ่งมีการค้นคว้าและพัฒนายางพาราพันธุ์ดินหลากหลายพันธุ์

5.3 นโยบายของรัฐ ความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาในระดับนโยบายมีน้อยมาก หน่วยงานที่มีอยู่เป็นเพียงหน่วยงานระดับกองในสังกัดกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตร สหกรณ์เท่านั้น

5.4 งานวิจัยและพัฒนาในภาคเอกชน ในต่างประเทศที่พัฒนาด้านอุตสาหกรรม บริษัทเอกชนขนาดใหญ่จะมีแผนกวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น บริษัทโตโยต้า เนชั่นแนล ฮุนได ไมโครซอฟท์ และอื่นๆ เขาให้ความสำคัญว่าบริษัทในปีหนึ่งๆ จะต้องกันกำไรสุทธินำไปใช้ในการวิจัยสักเท่าไร ในประเทศไทยเราบริษัทขนาดใหญ่ไม่ค่อยสนใจที่จะปรับปรุงตัวเองให้เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพมากนัก ไม่ยอมเสียสละเงินกำไรเพื่อการพัฒนาด้านงานวิจัย

6. ด้านการบริหาร

นโยบายและมาตรการของรัฐที่ผ่านมา นับตั้งแต่มีพระราชบัญญัติควบคุมยางพารา พ.ศ. 2481 ซึ่งสาระสำคัญ คือ การกำหนดความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการ กำหนดหลักเกณฑ์และพื้นที่เพาะปลูก เป็นต้น มีเพียงการจัดตั้งสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ในปี พ.ศ.2503 นโยบายการพัฒนาแบบตลาดยางพาราหรือห้องค้ายางเพื่อพัฒนาเป็นตลาดกลางยางพาราของโลก ในปี พ.ศ.2534 และนโยบายการสร้างโรงงานแปรรูปยางพาราให้กับสถาบันเกษตรกรเป็นผู้ดำเนินการ ในปี พ.ศ.2536-2537 เท่านั้น ที่เห็นได้ชัดเจนว่าเป็นนโยบายที่มีความหมายทางยุทธศาสตร์ ต่อการเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดพัฒนาการใหม่ นอกเหนือจากนั้นเป็นการดำเนินนโยบายและมาตรการเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าทั้งสิ้น ที่เกิดจากผลกระทบของภัยธรรมชาติและความแปรปรวนของตลาด การบริหารจัดการของรัฐในการพัฒนา ยางพาราไทยที่ผ่านมาปรากฏว่ามีปัญหาหลายประการ ได้แก่

6.1 ขาดทิศทางและยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ไม่เคยมีแผนแม่บทกำกับการทำงานของรัฐบาลหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง จนเกิดปัญหาการแก่งแย่งของบทบาทระหว่าง หน่วยงานและการเปลี่ยนแปลงตามนโยบายรัฐบาลของพรรคการเมืองต่างๆ ที่มีบุคลากรและ

นโยบายแตกต่างกัน สลับผลัดเปลี่ยนกันเข้ามาบริหารประเทศ ซึ่งน่าจะได้กำหนดทิศทางที่แน่ชัดและทุกรัฐบาลต้องปฏิบัติ ดังเช่นกฎหมายของประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างประเทศญี่ปุ่น รัฐบาลใดเข้ามาบริหารจะสานต่องานจากรัฐบาลเดิมเสมอ

6.2 นโยบายขาดความต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงนโยบายและการดำเนินมาตรการต่างๆ เป็นไปตามความคิดและความต้องการของผู้บังคับบัญชาของหน่วยงาน โดยเฉพาะฝ่ายการเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ ครั้งในประเทศไทย

6.3 คณะกรรมการนโยบายยางพาราระดับชาติ ไม่มีบทบาทที่แท้จริงในการพัฒนายางพาราไทย เพราะชาตผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้อง อันเป็นผลมาจากองค์ประกอบของคณะกรรมการที่มาจากผู้แทนหน่วยงานเป็นหลัก และเพราะขาดความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ และการจัดความสัมพันธ์กับหน่วยงานทั้งทางราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

6.4 ความสับสนในการจัดบทบาทของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่ทำงานกับชาวสวนยางโดยตรง

6.5 ขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามนโยบายและมาตรการต่างๆ เพราะขาดการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจและปัญหาการทุจริตคอรัปชั่นในโครงการแทรกแซงราคาของรัฐ

แนวทางการพัฒนายางพาราไทย

ในปี พ.ศ.2543 ได้ครบรอบศตวรรษการเพาะปลูกยางพาราในประเทศไทย เป็นเวลา 100 ปีของการพัฒนาทั้งการผลิตทางเกษตร ธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังได้กล่าวมาก่อนแล้วว่า ประเทศไทยยังคงล้าหลังในทุกๆ ด้าน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศผู้ผลิตยางรายอื่นๆ ในโลก ทศวรรษแรกของศตวรรษที่ 2 ของการพัฒนายางพารา จะเป็นก้าวใหม่ที่ภาพรวมของการพัฒนาเป็นดังนี้

1. ระบบเกษตรกรรมยางพารา พัฒนابนพื้นฐานของการจัดการที่ดินเพื่อการผลิตพืชหลายชนิด ทั้งในรูปแบบการเกษตรผสมผสานและระบบการจัดการฟาร์มที่มีการจัด

แบ่งแปลงเพาะปลูกอย่างมีประสิทธิภาพ มีประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีความมั่นคงทางสังคม และเกิดความยั่งยืนในระบบนิเวศน์

2. **องค์กรชาวสวนยาง** องค์กรชาวสวนยางทุกรูปแบบได้รับการสนับสนุนให้เข้มแข็ง มีอิสระ และมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาบทบาทในการจัดการผลิตทางการเกษตร การแปรรูปยางดิบ และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8

3. **ระบบการตลาด** จะต้องพัฒนาจากระบบผู้ค้าหรือคนกลางไปสู่ระบบการตลาดแบบเปิดกว้าง ที่ผู้ผลิต ผู้ใช้อย่าง และผู้ส่งออกมีฐานะเท่าเทียมกัน

4. **อุตสาหกรรมชุมชน** ซึ่งองค์กรชาวสวนยางเป็นเจ้าของและดำเนินการด้วยตนเองมีบทบาทในการแปรรูปยางดิบ และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่อาศัยเทคโนโลยีที่เหมาะสมและไม่ซับซ้อน

5. **อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราเติบโตและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์** ทั้งเพื่อใช้ประโยชน์ภายในประเทศและการส่งออก ลดอิทธิพลของตลาดโลกที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตยางพาราไทย ลดการส่งออกในรูปวัตถุดิบไม่ให้เกินร้อยละ 50 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศภายในปี 2550

6. **เกษตรกรชาวสวนยางพารา** มีบทบาทในการตัดสินใจระดับนโยบายที่มีผลต่อวิถีชีวิตและการผลิตพื้นฐานของตน

7. **ระบบการบริหารการพัฒนาทางพาราไทย** ปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรที่มีขนาดเหมาะสมโดยการรวมเป็นกลุ่มสหกรณ์การพัฒนายางพารา มีบทบาทที่แน่ชัด มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และได้รับการยอมรับจากสังคมไทยและประเทศต่างๆ ในสากลที่ได้รับผลสำเร็จมาแล้ว

เป้าหมาย

ในปี พ.ศ.2550 พื้นที่เพาะปลูกและปริมาณยางพาราจะปรับตัวไปสู่จุดที่เหมาะสมบนพื้นฐานของระบบการเกษตรที่มีแผนการจัดการในระดับครอบครัวและชุมชน พื้นที่เพาะปลูกและรูปแบบการเกษตรที่มีความหลากหลายของผลผลิต ลดการพึ่งพายางพาราเพียงอย่างเดียว โดยองค์การของเกษตรกรจะมีบทบาทในการจัดการทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่นของตนเองในด้านการซื้อปัจจัยการผลิต การปรับปรุงพันธุ์ การตลาด อุตสาหกรรม รวมถึงบทบาทในการทำงานด้านนโยบาย การกำหนดรูปแบบและวิธีการพัฒนา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับการพัฒนาให้มีบทบาทชัดเจน มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เกิดความร่วมมือและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะได้รับการยอมรับจากนานาชาติ พยายามลดการพึ่งพิงตลาดโลก โดยลดการส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบ เพิ่มการส่งออกผลิตภัณฑ์โดยแสวงหานักลงทุนด้านผลิตภัณฑ์ยางที่ทันสมัยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาโดยรัฐต้องจัดหาสิ่งสาธารณูปโภคให้พร้อม ใช้นโยบายภาษีเป็นเครื่องดึงดูดใจ

ตารางที่ 1 : อัตราส่วนของปริมาณการส่งออกยางพาราและมูลค่าของการส่งออก
ตั้งแต่ปี 2539-41

รวมทั้งโลก	5.115	175.150	5.292	232.000	5.496	151.740	5.301	186.297
1. ไทย	1.922	63.370	1.919	57.457	6.200	55.413	3.347	58.747
% ของโลก	37.570	36.180	36.270	24.770	36.360	36.520	36.733	32.490
2. อินโดนีเซีย	1.435	49.173	1.422	70.820	1.642	40.585	1.500	53.526
% ของโลก	28.060	28.070	26.860	30.580	29.880	26.750	28.267	28.467
3. มาเลเซีย	0.980	35.721	1.018	55.050	0.948	26.479	0.982	39.083
% ของโลก	19.160	20.390	19.240	23.730	17.250	17.450	18.550	20.523

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ สถิติเกษตรกรรมไทย
กับต่างประเทศ ปี 2542 เอกสารสถิติการเกษตรเลขที่ 9/2543 หน้า 245

ตารางที่ 2 : แสดงรายได้ปัจจุบัน ต้นทุนปัจจุบันและมูลค่าปัจจุบันสุทธิและ B/C Ratio ของการผลิตยางพาราในพื้นที่ 1 ไร่ จำแนกตามอัตราส่วนลดของเกษตรกรใน จ.นครศรีธรรมราช ณ ระดับราคายางพารา กิโลกรัมละ 21.55 บาท ปีการสำรวจ 2543

อัตราส่วนลด				
PB, PC & NPV, B/C Ratio	10%	12%	15%	20%
PB ₁	21,973.130	17,509.120	12,626.510	7,573.680
PC*	17,858.600	15,278.250	12,397.280	9,287.910
NPV ₁ *	4,114.530	2,230.870	229.230	-1,714.230
B ₁ /C* Ratio	1.230	1.150	1.020	0.820
PC**	18,055.810	15,829.660	13,244.400	10,266.940
NPV ₁ **	3,917.320	1,679.460	-617.890	-2,693.260
B ₁ /C**	1.220	1.110	0.950	0.740

ที่มา : จากการสำรวจและวิเคราะห์โดยผู้เขียน

ตารางที่ 3 : แสดงรายได้ปัจจุบัน ต้นทุนปัจจุบันและมูลค่าปัจจุบันสุทธิและ B/C Ratio ของการผลิตยางพาราในพื้นที่ 1 ไร่ จำแนกตามอัตราส่วนลดของเกษตรกรใน จ.ชุมพร ณ ระดับราคายางพารา กิโลกรัมละ 21.76 บาท ปีการสำรวจ 2543

อัตราส่วนลด				
PB, PC	10%	12%	15%	20%
NPV, B/C Ratio				
PB ₁	22,187.37	17,697.84	12,749.62	7,647.52
PC*	17,547.47	15,010.48	12,177.90	9,120.80
NPV ₁ *	4,639.90	2,669.36	571.72	-1,473.28
B/C Ratio	1.26	1.18	1.05	0.84
PC**	20,887.51	17,879.38	14,486.90	10,765.36
NPV ₁ **	1,299.86	-199.54	-1,737.28	-3,117.84
B/C Ratio	1.06	0.99	0.88	0.71

ที่มา : จากการสำรวจและวิเคราะห์โดยผู้เขียน

บรรณานุกรม

สมพงษ์ อรพินท์ สำนักวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. 2544.
รายงานผลการวิจัยโครงการตลาดสินค้าล่อวงหน้าของพืชผลการเกษตรบางชนิด
ในภาคใต้. นครศรีธรรมราช