

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญของไทยมาหลายทศวรรษ มีมูลค่าส่งออกทำรายได้เข้าประเทศปีละกว่าแสนล้านบาท มีพื้นที่เพาะปลูกกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ ตั้งแต่ภาคใต้ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีเกษตรกรชาวสวนที่มีอาชีพทำสวนยางพารา มากกว่า 8 ล้านคนทั่วประเทศ คิดเป็นประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของเกษตรกรทั้งประเทศ และตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 เป็นต้นมายางพารามีมูลค่าการส่งออกแซงหน้าการส่งออกข้าว และกลายเป็นสินค้าเกษตรที่ส่งออกไปต่างประเทศด้วยมูลค่าสูงที่สุด ด้วยมูลค่า 74.6, 115.8 และ 137.6 พันล้านบาท สำหรับปี 2545 2546 และ 2547 ตามลำดับ และจากการที่ความต้องการยางในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ทำให้ราคายางพาราในตลาดส่งออกสูงขึ้นโดยตลอด จึงมีประเด็นที่น่าสนใจอยู่ว่าราคายางส่งออกที่เพิ่มขึ้นจะมีการส่งผ่านราคามายังตลาดท้องถิ่นในประเทศที่เกษตรกรไทยทำการซื้อขายเป็นอย่างไรบ้าง

ในการศึกษาการส่งผ่านราคาระหว่างกันของตลาดยางซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของการศึกษา ในครั้งนี้ ประกอบด้วยตลาดยาง 3 ระดับ ได้แก่ ตลาดส่งออก ตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่น ใช้วิธี Cointegration and Error Correction Model (ECM) เป็นวิธีในการศึกษา ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่ง่ายและสะดวก กล่าวคือ ในการประมวลผลแบบจำลองใช้เพียงเฉพาะข้อมูลราคาเท่านั้น และด้วยเหตุนี้ก็ทำให้เกิดข้อเสียเช่นกัน คือ ไม่สามารถระบุเจาะจงแน่ชัดถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งผ่านราคาเหมือนดังเช่นแบบจำลองที่เป็นแบบโครงสร้าง ดังนั้นในการศึกษาจึงต้องทำความเข้าใจโครงสร้างและวิธีการตลาดยางพาราของไทยเพื่อนำมาประกอบการอธิบายผลลัพธ์ จากแบบจำลองด้วย

ในตอนแรกของการศึกษาได้นำราคายางทั้งสามตลาดใส่ในแบบจำลองพร้อมกันแล้วใช้วิธีของ Johansen เพื่อหา Cointegration and VECM แต่ผลที่ได้มีปัญหา Multicollinearity ทำให้จำนวน Cointegration ที่ได้ไม่แน่นอน และประกอบกับสัมประสิทธิ์ในสมการ VECM ไม่มีนัยสำคัญ จึงได้ทำการศึกษาการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดยางพาราเป็นคู่ๆ แทน โดยใช้วิธีการ

ของ Engle and Granger และได้กำหนดราคาขายที่ตลาดท้องถิ่นเป็นตัวแปรภายใน (Endogeneous variable)

ในการศึกษาการส่งผ่านราคาได้ศึกษาความสัมพันธ์ของราคาใน 4 ประเด็น ได้แก่ Co-movement หรือ Cointegration, Completeness, Dynamics และ Speed of adjustment and asymmetric response

จากการทดสอบ Cointegration พบว่า ความสัมพันธ์ของราคาระหว่างตลาดทั้ง 3 คู่ มีคุณภาพในระยะยาว ได้แก่ ความสัมพันธ์ของราคาขายแผ่นดิบที่ตลาดท้องถิ่นกับราคาขายแผ่นดิบประมวล ณ ตลาดกลาง ความสัมพันธ์ของราคาขายแผ่นดิบที่ตลาดท้องถิ่นกับราคาขายแผ่นรวมวันส่งออก F.O.B. และความสัมพันธ์ของราคาน้ำยางสดที่ตลาดท้องถิ่นกับราคาน้ำยางชั้นส่งออก F.O.B.

เมื่อทำการคำนวณความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคา พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาขายแผ่นดิบจากตลาดกลางมายังตลาดท้องถิ่น มีค่าเท่ากับ 1.06 เท่ากันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 มากๆ แสดงถึงการส่งผ่านราคาอย่างสมบูรณ์ ส่วนค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาขายแผ่นจากตลาดส่งออกมายังตลาดท้องถิ่น มีค่าเท่ากับ 1.13 สำหรับความสัมพันธ์ในระยะยาว น้อยกว่าค่าความยืดหยุ่นในระยะสั้นที่เท่ากับ 1.28 ซึ่งแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาขายแผ่นส่งออกจะทำให้ราคาขายแผ่นที่ตลาดท้องถิ่นมีความผันผวนของราคาในระยะสั้นที่มากกว่าในระยะยาว สุดท้ายสำหรับค่าความยืดหยุ่นในระยะยาวของการส่งผ่านราคาน้ำยางจากตลาดส่งออกมายังตลาดท้องถิ่น มีค่าเท่ากับ 1.24 และค่าความยืดหยุ่นในระยะสั้นมีค่าเท่ากับ 1.18

เมื่อพบว่ามีความสัมพันธ์ของราคาที่มีคุณภาพในระยะยาวแล้ว ก็ได้ทำการสร้างสมการการปรับตัวในระยะสั้น (Error Correction Model) จากสมการนี้ทำให้ทราบถึง ค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคาในระยะสั้นซึ่งได้กล่าวไปแล้ว และยังทำให้ทราบค่าความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาว ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ทั้งสามแบบจำลองความสัมพันธ์ในระยะสั้น มีค่าความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาวแบบสมมาตร โดยแบบจำลองความสัมพันธ์ในระยะสั้นระหว่างราคาขายแผ่นที่ตลาดท้องถิ่นกับตลาดกลาง มีค่าความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพเท่ากับ -0.20 ค่าความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพของความสัมพันธ์ระหว่างราคาขายแผ่นที่ตลาดท้องถิ่นกับตลาดส่งออกเท่ากับ -0.27 และค่าความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพของความสัมพันธ์ระหว่างราคาน้ำยางที่ตลาดท้องถิ่นกับตลาดส่งออกเท่ากับ -0.50

จากผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษา ราคาระหว่างตลาดมีความสัมพันธ์กัน มีการถ่ายทอดราคาระหว่างตลาดที่ดีหรือมีค่าความยืดหยุ่นของการส่งผ่านราคามากกว่าหรือเท่ากับ 1 และมี

ความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพแบบสมมาตร สามารถสรุปได้ว่าการส่งผ่านราคาของตลาดยางพาราในจังหวัดสงขลามีประสิทธิภาพสูง กลไกตลาดสามารถทำหน้าที่ได้ดี

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

การถ่ายทอดราคาจากตลาดส่งออกมายังตลาดท้องถิ่นที่อยู่ในเกณฑ์ และการถ่ายทอดราคาจากตลาดกลางขนาดใหญ่ มายังตลาดท้องถิ่นมีความสมบูรณ์ ประกอบกับการปรับตัวจากความผิดพลาดในอดีตที่มีความสมมาตรและมีการปรับตัวค่อนข้างเร็วในทั้งสามแบบจำลอง แสดงถึงการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดมีประสิทธิภาพ แต่เนื่องจากข้อมูลที่น่ามาศึกษาเป็นข้อมูลที่เก็บจากพื้นที่จังหวัดสงขลา จึงสามารถสรุปได้ว่าการตลาดของตลาดยางพาราในจังหวัดสงขลามีประสิทธิภาพ เหตุผลที่สำคัญน่าจะมาจากการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราขนาดใหญ่ในปี 2535 ทำให้มีการกระจายของข้อมูลราคาที่ทั่วถึง อันแสดงได้จาก กระบวนการกำหนดราคารับซื้อของพ่อค้าคนกลางท้องถิ่นก็ได้อ้างอิงราคาจากตลาดกลาง และเกษตรกรที่นำยางมาขายก็มักจะต่อรองราคาและคุณภาพ โดยอ้างอิงราคาอย่างแผ่นดินประมูล ณ ตลาดกลางเช่นกัน (สมจิตต์ ศิขรินมาศ และคณะ, 2544)

แต่ก็ยังคงมีคำถามว่า เกษตรกรชาวสวนยางถูกเอาเปรียบกดขี่ราคา หรือคนกลางมีอำนาจผูกขาด ดังเช่นงานของ เจลิเมคกี นูญญา (2546) พรทิพย์ ศรีสมโภชน์ (2542) และ วิเวก สัมครแก้ว (2547) ซึ่งจริงๆ แล้วชาวสวนยางที่ถูกเอาเปรียบจากคนกลางส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรที่อยู่ในห้องที่ห่างไกล ข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง และมีความรู้่น้อย ซึ่งชาวสวนยางไม่มีราคากลางให้อ้างอิง ดังที่เป็นอยู่กับชาวสวนยางในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เกษตรกรจะทราบเพียงแต่ราคาที่พ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นที่เสนอซื้อเท่านั้นซึ่งพ่อค้าก็มีน้อยราย นอกจากนี้ เกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่จะไม่มีเครื่องชั่งน้ำหนัก จึงไม่ได้ชั่งน้ำหนักก่อนนำไปขาย และเมื่อนำไปขาย พ่อค้าคนกลางก็อาจจะโกงตาชั่งด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง

อัมมาร สยามวาลา (2545: 7-9) อธิบายถึงการมีอำนาจตลาดของคนกลางในธุรกิจยางพาราได้อย่างน่าสนใจ ดังนี้ เกษตรกรชาวสวนยางพารามีต้นทุนในการโยกย้าย (Transfer Cost) สูง ชาวสวนยางจำเป็นต้องขายยางให้แก่พ่อค้าคนกลางเจ้าเดิมๆ เพียงไม่กี่ราย โดย อัมมาร สยามวาลา(2545) ได้นิยามยางพาราว่าเป็น “สินค้าเกษตรที่มีปัญหาในเรื่องคุณภาพ” กล่าวคือ ในกระบวนการผลิตยางแผ่นดินจากน้ำยาง ชาวสวนยางจะต้องใช้วิธีการที่ระมัดระวังและสะอาด สะอาดพอสมควรเพื่อที่จะได้มาซึ่งแผ่นยางที่ไม่มีสิ่งอื่น (เช่น ดินโคลน, เศษหญ้า) ผสมติดไปด้วย และแผ่นยางต้องมีความชื้นต่ำ ซึ่งทั้งหมดเกษตรกรผู้ผลิตจะทราบดีถึงคุณภาพของยางแผ่นมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อ การซื้อขายกันก็ต้องไว้วางใจกันซื้อขายกันมานานพอที่จะ

ประเมินคุณภาพผลผลิตได้(การประเมินคุณภาพของยางแผ่นที่แน่นอนจะรู้ได้ก็ต่อเมื่อเข้าโรงงานรมควันแล้ว) การที่เกษตรกรต้องการจะขายผลผลิตให้แก่พ่อค้าคนกลางรายอื่น คนกลางก็จะต้องสมมติไว้ก่อนว่าคุณภาพยางจะไม่ดี ความชื้นสูงและตีราคาให้ต่ำตามไปด้วย กลายเป็นว่าเกษตรกรก็จะได้รับราคาต่ำกว่าเดิม ทำให้ชาวสวนยางแต่ละคนขายยางให้แก่พ่อค้าคนกลางเพียงไม่กี่รายเท่านั้น นอกจากนี้ชาวสวนยางของไทยเป็นรายย่อย ผลผลิตที่นำมาขายมีปริมาณน้อย การจะแสวงหาแหล่งขายอื่นๆ ที่ให้ราคาดี แต่อยู่ไกลออกไปก็จะไม่คุ้มค่า ด้วยเหตุนี้พ่อค้าคนกลางจึงมีอำนาจผูกขาดเหนือเกษตรกร

สำหรับนโยบายที่รัฐเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรโดยเข้ามาแทรกแซงราคาอย่างพารา ไม่ทำให้เกิดความไม่สมมาตรของค่าความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพในระยะยาว (Speed of adjustment) ซึ่งที่จริงแล้วนโยบายน่าจะทำให้กรณีที่ราคาอย่างแผ่นสูงกว่าราคาที่ดุลยภาพมีการปรับตัวช้ากว่ากรณีที่ราคาอย่างแผ่นต่ำกว่าราคาที่ดุลยภาพ แสดงถึงความไม่มีประสิทธิภาพของโครงการแทรกแซงตลาดยางพาราของรัฐ ทั้งนี้เมื่อพิจารณานโยบายการแทรกแซงตลาดที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2535-2545 พบว่าปริมาณยางที่องค์การสวนยางเข้ามาซื้อมีประมาณ 9 เปอร์เซ็นต์ของผลผลิตยางทั้งหมด(ศูนย์วิจัยยางสงขลา) ซึ่งถือว่ายังน้อยเกินไป และแม้ว่าราคาที่องค์การสวนยางทำการรับซื้อจะสูงกว่าราคาตลาดแต่ก็ทำให้เกิดต้นทุนการตลาดที่สูงขึ้นเช่นกัน โดยชาวสวนยางจะต้องไปจดทะเบียนทำบัตรเพื่อที่จะได้สิทธิในการขายยางและการขายยางต้องนำไปขายที่กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางซึ่งทั้งประเทศมีเพียง 61 แห่ง ไม่ทั่วถึงพื้นที่เพาะปลูก ทำให้ชาวสวนยางต้องเดินทางไกลขึ้นเพื่อที่จะนำไปขาย ดังที่กล่าวไปแล้วว่าชาวสวนยางไทยส่วนใหญ่จะเป็นรายย่อย จึงไม่คุ้มค่ากับการนำยางไปขายที่จุดรับซื้อ ซึ่งก็พบว่าจำนวนเกษตรกรที่จดทะเบียนมีเพียงร้อยละ 20 ของจำนวนเกษตรกรชาวสวนยางทั้งประเทศ

6.3 ข้อเสนอแนะทางด้านนโยบาย (Policy Implication)

เพื่อให้การค้าขายยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางในประเทศไทยมีความเป็นธรรมในด้านราคา ไม่ถูกเอาเปรียบจากคนกลางและมีรายได้ที่มั่นคง จึงมีข้อเสนอแนะให้ภาครัฐส่งเสริมมาตรการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1. ให้ข้อมูลข่าวสารแก่เกษตรกรอย่างทั่วถึง เนื่องด้วยเกษตรกรไทยส่วนใหญ่จะมีความรู้ น้อยและไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลของทางภาครัฐ จึงควรส่งเสริมเรื่องนี้อย่างจริงจัง ถ้ามีการกระจายข้อมูลข่าวสารด้านราคา และนโยบายของรัฐอย่างทั่วถึงแก่เกษตรกร จะทำให้เกษตรกรสามารถเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ

สมจิตต์ ศิขรินมาศ และคณะ (2544) ที่พบว่าเกษตรกรชาวสวนยางในจังหวัดสงขลาเมื่อนำยางมาขายให้แก่พ่อค้าคนกลางก็จะต่อรองราคาและคุณภาพโดยอ้างอิงจากราคา ณ ตลาดกลางขนาดใหญ่ ซึ่งก็ตรงกับผลการศึกษาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ที่สรุปว่าการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดยางพารามีประสิทธิภาพดี และถ้าเมื่อใดตลาดมีการส่งผ่านราคาที่ดี ก็จะเป็นการเพิ่มเครื่องมือในการแทรกแซงราคายางพาราของรัฐ โดยสามารถทำการแทรกแซงราคาในตลาดระดับบนได้ซึ่งทำได้สะดวกกว่าการแทรกแซงในตลาดระดับล่างซึ่งทำได้ไม่ทั่วถึง

2. ให้ความรู้แก่เกษตรกรในการผลิตยางแผ่นที่ถูกต้องและลดต้นทุนในการผลิตของเกษตรกร กระบวนการผลิตยางแผ่นที่ถูกต้องจะช่วยลดต้นทุนได้ทางหนึ่งซึ่งจะทำให้เกิดผลประโยชน์แก่เกษตรกรมากกว่าผู้อื่นในห่วงโซ่การผลิตเพราะการผลิตยางพารามีความยืดหยุ่นต่ำ ชาวสวนยางจะมีส่วนต่างกำไรมากขึ้น และมีรายได้ที่สูงขึ้น นอกจากการผลิตยางแผ่นที่ถูกต้องแล้ว การจัดหาปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพและราคาถูก เช่น การจัดหาถ้ำยางที่มีคุณภาพให้ ขยายปุ๋ยในราคาถูก ก็จะเป็นการลดต้นทุนด้วยเช่นกัน ในปัจจุบันนี้ยังพบว่า ต้นทุนการผลิตยางของไทยยังคงสูงกว่าของประเทศผู้ผลิตอื่นๆ เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งการผลิตยางของประเทศมาเลเซียเป็นสวนขนาดใหญ่ มีการจัดการสวนที่ดีทำให้ต้นทุนต่ำ ขณะที่อินโดนีเซียมีต้นทุนค่าแรงงานต่ำกว่าไทย ซึ่งค่าแรงงานเป็นต้นทุนที่สำคัญที่สุดของการผลิตยาง จึงทำให้มีต้นทุนต่ำกว่าไทย

3. ป้องกันไม่ให้พ่อค้าแปรรูปยางส่งออก และพ่อค้าคนกลางท้องถิ่น ยึดกันผูกขาดราคาจากเกษตรกร แม้จากผลการศึกษาจะพบว่าระบบตลาดมีประสิทธิภาพดีอยู่แล้ว กระนั้นก็ตามรัฐก็ควรที่จะยังคงการส่งเสริมให้พ่อค้าคนกลางและผู้ส่งออกมีการแข่งขัน ส่งเสริมให้มีรายใหม่เข้ามาในตลาดโดยเฉพาะพื้นที่ที่คิดว่ามีการผูกขาด

4. รักษาเสถียรภาพของราคา จากผลการศึกษาที่พบว่าตลาดยางพารามีระดับการส่งผ่านราคาที่ดี ดังนั้นการผันผวนของราคาในตลาดส่งออกจะส่งผลกระทบต่อราคาในประเทศ ทำให้รายได้ของเกษตรกรไม่แน่นอน รัฐจึงควรแทรกแซงราคาเพื่อลดความผันผวนในตลาดส่งออก ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยก็ได้ร่วมจัดตั้งองค์การร่วมทุนประเทศผู้ผลิตยางพาราสามประเทศ (International Tripartite Rubber Organization: ITRO) ทำให้การแทรกแซงราคาในตลาดโลกทำได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

6.4 ข้อจำกัดในการศึกษาและข้อเสนอในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องด้วยแบบจำลองที่นำมาใช้ในการศึกษามีการนำเฉพาะข้อมูลของราคามาใช้ ทำให้เราไม่สามารถจะระบุถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งผ่านราคาได้โดยตรง จำเป็นจะต้องศึกษา และทำความเข้าใจระบบการตลาดยางพาราประกอบกันด้วย แต่วิธีการศึกษาแบบนี้มีข้อดีตรงที่ทำได้ง่าย สะดวกและจะเป็นแนวทางการศึกษาด้วยแบบจำลองแบบโครงสร้างได้ต่อไป

2. ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลราคาขายที่สำรวจในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์และผลการอภิปรายที่ได้จึงสามารถอธิบายได้เฉพาะในพื้นที่นี้เท่านั้น ดังนั้นหากต้องการทราบถึงการส่งผ่านราคาของตลาดยางในจังหวัดอื่นๆ จำเป็นต้องทำการเก็บข้อมูลราคา และทำการศึกษาถึงวิธีการตลาดในพื้นที่นั้นๆ แล้ววิเคราะห์ขึ้นมาใหม่ โดยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ก็จะใช้เป็นตัวเปรียบเทียบกับการศึกษาในพื้นที่อื่น ซึ่งถ้าหากมีผู้ใดสนใจจะทำการศึกษาเปรียบเทียบ ก็ควรทำการศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี ซึ่งทั้งสองพื้นที่ได้ทำการจัดตั้งตลาดกลางยางพารา โดยจากผลการศึกษาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สรุปว่าการจัดตั้งตลาดกลางขนาดใหญ่และการทำหน้าที่ต่างๆ ของตลาดกลางเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการส่งผ่านราคาที่มีประสิทธิภาพ ฉะนั้นการศึกษากการส่งผ่านราคาในพื้นที่ทั้งสองก็น่าจะให้ผลที่ใกล้เคียงกัน