

มาตรการทางกฎหมายที่มีผลต่อ
การซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราจังหวัด
Legal Measures That Affect
Trading of Rubber in The Central Rubber Market in The Province

ศุภัทธ ศรีวิพัฒน์¹ และ นัฏฐวิภา จันทร์ศรี²
Suphatut Srivipatana and Natthavika Chansri

Article History

Received: 2021-10-30

Revised: 2021-12-23

Accepted: 2022-02-04

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราจังหวัดและวิเคราะห์ปัญหากฎหมายที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่เข้ามาซื้อขายยางพาราในตลาดกลางจังหวัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดท้องถิ่น ถูกคัดเลือกจากจังหวัดที่มีตลาดกลางยางพาราจังหวัด จังหวัดละ 5 ตัวอย่าง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเพื่อให้ทราบมาตรการทางกฎหมายที่มีผลต่อการซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราจังหวัดและใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า การซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราจังหวัดปฏิบัติตามระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ซึ่งหลักเกณฑ์ตามระเบียบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายยางพารา ดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่ง การสมัครสมาชิกตามที่กำหนดในระเบียบข้อที่ 8(4) มีข้อจำกัดเกี่ยวกับพื้นที่การซื้อขายยางพารา
ประการที่สอง ระยะเวลาการเป็นสมาชิกตามระเบียบข้อที่ 8(3) กำหนดระยะเวลาการเป็นสมาชิกลดน้อยเกินไป ประการที่สามประเภทยางที่ซื้อขายตามระเบียบข้อที่ 9(1) ไม่มีการซื้อขายจริงในทุกตลาดทำให้ผู้ซื้อผู้ขายต้องหาตลาดที่รองรับยางประเภทนั้น

ประการที่สี่ วิธีการประมูลยางตามระเบียบข้อที่ 12(1) มีขั้นตอนที่ทำให้ผู้ซื้อปริมาณที่น้อยไม่สามารถเข้าประมูลในตลาดได้

คำสำคัญ: มาตรการทางกฎหมาย การซื้อขายยางพารา ตลาดกลางยางพาราจังหวัด ยางพารา

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Assistant Professor Dr., Jurisprudence Faculty of Humanities and Social Sciences Buriram Rajabhat University
E-mail: suphatut@gmail.com *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิศวกรรมศาสตร์ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
Assistant Professor Dr., Faculty of Engineering Sriracha Kasetsart University Sriracha Campus

Abstract

The purpose of this research was to study the law relating to the trading of rubber in the provincial rubber market and to analyze the legal problems affecting the decision not to enter the para rubber market in the provincial market. The sample group used in this research and sellers in local markets Selected from the provinces with the provincial rubber market 5 samples per province, including 30 samples, as follows: farmers, entrepreneurs, representatives of farmers' groups Fund cooperatives using the method of selecting a specific sample group The research instrument was a questionnaire to know the legal measures affecting the trading of para rubber in the central rubber market of the province and using descriptive statistical analysis methods.

The results of the research revealed that Rubber trading in the provincial central rubber market complies with the Regulation of the Rubber Authority of Thailand on the Rubber Market of the Rubber Authority of Thailand B.E. 2021. The rules according to the regulations affecting the trading of rubber are as follows:

- 1) Subscriptions as stipulated in Article 8(4) have restrictions on rubber trading areas.
- 2) Membership period according to Article 8(3), the membership period is too short.
- 3) The types of tires traded in accordance with Article 9(1) are not actually traded in all markets, forcing buyers and sellers to find a market that supports that type of tire.
- 4) The tire auction method in Article 12(1) contains a stipulation that contains a procedure that prevents buyers who wish to purchase small quantities of tires from entering the market for auction.

Keywords: Legal Measures, Rubber Trading, Provincial Rubber Market, Rubber

บทนำ

ยางพาราเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอีกชนิดหนึ่ง พบว่ามีเกษตรกรตลอดจนผู้ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับยางพาราประมาณ 1 ล้านครอบครัว จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ล้านคน แสดงว่ายางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของภาคใต้และของประเทศไทย โดยเฉพาะน้ำยาง (Latex) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ได้จากท่อลำเลียงอาหารในส่วนเปลือกของต้นยางพารา(กลุ่มสารสนเทศการเกษตร, 2562) และผลผลิตจากยางพาราถูกนำมาขายในตลาด ซึ่งระบบตลาดยางของประเทศไทย มี 3 ระบบ คือ ระบบตลาดท้องถิ่น ระบบตลาดกลางยางพารา และระบบตลาดซื้อขายล่วงหน้า ตลาดยางที่ซื้อขายโดยมีการส่งมอบจริง (physical market) ระบบตลาดท้องถิ่น (Local market) เป็นตลาดที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตของผู้ขายและมีการซื้อขายแบบตกลงราคาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาขาย ประเมินคุณภาพยาง และจ่ายเงินแก่ผู้ขาย ตลาดท้องถิ่นประกอบด้วยหลายระดับ ได้แก่ ระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด และโรงงานแปรรูปยาง ข้อดีของตลาดท้องถิ่น คือ ผู้ขายมีความสะดวกในการขนส่ง เนื่องจากผู้ซื้อรับซื้อใกล้แหล่งผลิตและผู้ขายได้รับเงินสดทันที สำหรับข้อเสียของตลาดท้องถิ่น คือ กฎระเบียบของการซื้อขายไม่แน่นอน และมาตรฐานคุณภาพยางไม่ชัดเจน (อิธิวิทย์ และอรอุมา, 2559) ผู้ขายที่เป็นเกษตรกรอาจถูกเอาเปรียบจากผู้ซื้อ เนื่องจาก ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองราคาได้มากกว่าผู้ขาย ด้วยเหตุนี้การยางแห่งประเทศไทยจึงจัดตั้งตลาดซื้อขายยางพาราขึ้น

การยางแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึง ความสำคัญของการพัฒนาตลาดยางพาราของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและยกระดับราคายางพาราให้มี เสถียรภาพ รวมทั้งเกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการ จึงได้จัดตั้งตลาดกลางยางพาราจังหวัดดังกล่าวเป็นเครื่องมือของการยางแห่งประเทศไทยที่ใช้ในการ

การยางแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึง ความสำคัญของการพัฒนาตลาดยางพาราของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและยกระดับราคายางพาราให้มี เสถียรภาพ รวมทั้งเกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการ จึงได้จัดตั้งตลาดกลางยางพาราจังหวัดดังกล่าวเป็นเครื่องมือของการยางแห่งประเทศไทยที่ใช้ในการ

ควบคุม และบริหารจัดการยางพาราทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ แต่ไม่ครอบคลุมทุกจังหวัด ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการยาง แต่หากการซื้อขายยางในพื้นที่ที่ไม่มีตลาดกลางยางพาราจังหวัดตั้งอยู่ ผู้ขายจำเป็นต้องซื้อขายยางพาราผ่านพ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่นการซื้อขายยางพารามีรูปแบบของการกำหนดราคาและการควบคุมคุณภาพไม่ชัดเจน จนอาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อเกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการยาง

ตลาดกลางยางพาราจังหวัดเป็นตลาดที่มีการซื้อขายยางพาราที่ดำเนินการโดยสำนักงานตลาดกลางยางพารา มีการซื้อขายแบบส่งมอบจริงและมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประจำให้บริการซื้อขายแบบเบ็ดเสร็จทุกขั้นตอน เพื่อสร้างราคาที่เป็นแหล่งอ้างอิงราคาของประเทศและส่งเสริมให้เกษตรกรชาวสวนยาง พัฒนาคูณภาพยางให้เป็นมาตรฐานที่ยอมรับในระดับประเทศ ในปัจจุบันตลาดกลางยางพาราจังหวัดมี 8 แห่ง ได้แก่ ตลาดกลางยางพาราจังหวัด สงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดยะลา จังหวัดหนองคาย จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดระยอง และจังหวัดเชียงใหม่ และตลาดเครือข่ายที่มีมากกว่า 200 แห่ง (กองพัฒนาตลาดยางพารา, 2563) การให้บริการของตลาดกลางยางพาราจังหวัดอยู่ในรูปแบบตลาดปัจจุบัน (Current market) หรือตลาดส่งมอบจริง (Physical market) ซึ่งเป็นตลาดที่มีการซื้อขายจริงและส่งมอบจริงตามปริมาณและราคาที่ตกลงซื้อขาย การดำเนินการซื้อขายตลาดกลางยางพาราจังหวัดมีวิธีปฏิบัติตามระเบียบการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ในระเบียบจะกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการสมัครสมาชิก ระยะเวลาการเป็นสมาชิก การคัดคุณภาพยางพารา วิธีการซื้อขายยางพารา การซื้อขายยางพารามีระบบกว่าการซื้อขายยางพาราในตลาดท้องถิ่น แต่จากการศึกษาเบื้องต้นชาวสวนยางส่วนใหญ่นิยมซื้อขายผ่านระบบตลาดท้องถิ่นประมาณร้อยละ 94 ของปริมาณยางทั้งประเทศ การซื้อขายผ่านตลาดท้องถิ่น ได้แก่ ร้านค้ายาง กระจายอยู่ในจังหวัดที่เป็นพื้นที่ปลูกยางทั่วประเทศ ประกอบด้วยพ่อค้ารับซื้อยางหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับหมู่บ้าน/ตำบล ระดับอำเภอและระดับจังหวัด โรงงานแปรรูปยาง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ส่งออกยางด้วย โดยทั่วไปจะรับซื้อจาก

พ่อค้ารายใหญ่ระดับอำเภอหรือจังหวัด นอกจากนี้หลายจังหวัดมีการรวมกลุ่มขายยางและจัดตั้งสหกรณ์ในบางจังหวัดทางภาคใต้ ภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อผลิตยางแผ่นรมควัน (การยางแห่งประเทศไทย, 2562) จึงจำเป็นที่ต้องศึกษาระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 มีหลักเกณฑ์ประเด็นใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อขายในตลาดกลางยางพาราจังหวัด เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเพื่อผู้ซื้อผู้ขายในตลาดท้องถิ่นมาใช้บริการตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564
2. วิเคราะห์หลักเกณฑ์ในระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่เข้ามาซื้อขายยางพาราในตลาดกลางจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

- การดำเนินการวิจัยมีขั้นตอน รายละเอียด ดังต่อไปนี้
1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดท้องถิ่น
 - กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยเลือกผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดท้องถิ่นที่มีความรู้ด้านกฎหมายและมีการซื้อขายยางอย่างน้อย 10 ปี จังหวัดที่มีสถานที่ตั้งตลาดกลางยางพาราจังหวัดจังหวัดละ 5 ตัวอย่าง
 - 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม ผู้ซื้อ ผู้ขายในตลาดท้องถิ่น เป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านกฎหมายส่งผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย โครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการตลาด
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลการซื้อขายยางพารา

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อขยายยางพาราในตลาดกลางยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 10 ข้อ โดยใช้การประเมินแบบระดับความคิดเห็น 2 ระดับ คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย พร้อมระบุเหตุผล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หลักเกณฑ์ในกฎหมายที่ส่งผลให้ผู้ซื้อขายในตลาดท้องถิ่นไม่เข้ามาใช้บริการตลาดกลางยางพาราจังหวัด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิซึ่งแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ตามความสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อและผู้ขาย ปริมาณการซื้อขาย มูลค่าการซื้อขาย จำนวนของการทำธุรกรรมในตลาด และปัจจัยด้านกฎหมายที่มีผลต่อการซื้อขาย เป็นต้น งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะตลาดกลางยางพาราจังหวัด 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดยะลา จังหวัดหนองคาย และจังหวัดบุรีรัมย์ยกเว้นตลาดกลางยางพาราจังหวัดระยอง และจังหวัดเชียงราย เนื่องจากเป็นตลาดที่การยางแห่งประเทศไทยได้จัดตั้งเมื่อปลายปี 2564 ผู้ขายในตลาดท้องถิ่น ถูกคัดเลือกจากจังหวัดที่มีตลาดกลางยางพาราจังหวัด จังหวัดละ 5 ตัวอย่าง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและประกอบการซื้อขายยางมาแล้วอย่างน้อย 10 ปีซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542, พระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558, ระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อมูลราคา ยางพารา กระบวนการซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพารา การซื้อขายในตลาดซื้อขายล่วงหน้า จากหน่วยงาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (ร้อยละ) และการวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง (ค่าเฉลี่ย) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลที่เก็บรวบรวม ซึ่งอยู่ในรูปตารางไขว้

(Cross-tabulation table) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านกฎหมายที่ส่งผลต่อการซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราจังหวัดของการยางแห่งประเทศไทย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไป จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 30 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ผู้ซื้อ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.38 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และพ่อค้าคนกลาง จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.62 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ จาก 6 จังหวัดที่ทำธุรกรรมผ่านตลาดท้องถิ่น ประกอบกิจการประเภทบุคคลธรรมดา จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ บริษัท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.38 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และกลุ่มเกษตรกร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.13 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ และส่วนใหญ่ประกอบกิจการมาแล้วกว่า 15 ปี ยกเว้นผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดกลางยางพาราจังหวัดบุรีรัมย์ที่ประกอบกิจการมาแล้ว 6 ปี และมีผลประกอบการเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 40,000 บาท – 2,000,000 บาท จากลักษณะของข้อมูลทั่วไปดังกล่าวข้างต้น พบว่าทั้งผู้ซื้อและผู้ขายส่วนใหญ่ในตลาด ท้องถิ่นจะเป็นรายย่อย โดยมีลักษณะเป็นจุดรับซื้อขนาดเล็กกระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งดำเนินการโดยบุคคลธรรมดา หรือจัดตั้งเป็นกิจการขนาดเล็กที่มีกำลังการผลิตไม่มากนักและส่วนใหญ่เป็นการรับซื้อจากเกษตรกร ชาวสวนยางเพื่อรวบรวมและส่งไปขายต่อยังโรงงานแปรรูปยางพารา

จากลักษณะของข้อมูลทั่วไปดังกล่าวข้างต้น พบว่าทั้งผู้ซื้อและผู้ขายส่วนใหญ่ในตลาดท้องถิ่นจะเป็นรายย่อย โดยมีลักษณะเป็นจุดรับซื้อขนาดเล็กกระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งดำเนินการโดยบุคคลธรรมดา หรือจัดตั้งเป็นกิจการขนาดเล็กที่มีกำลังการผลิตไม่มากนัก และส่วนใหญ่เป็นการรับซื้อจากเกษตรกรชาวสวนยางเพื่อรวบรวมและส่งไปขายต่อยังโรงงานแปรรูปยางพารา

2. ข้อมูลการซื้อขายยางพารา ตลาดท้องถิ่นส่วนใหญ่มีการซื้อขายยางก้อนถ้วยและน้ำยางสด ผ่านพ่อค้าคนกลางซึ่งรับซื้อยางที่ตลาดท้องถิ่น หรือพื้นที่ปลูกยางของเกษตรกรชาวสวนยาง จำนวนครั้งในการซื้อขายโดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำธุรกรรมผ่านตลาด ท้องถิ่นจังหวัดสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดหนองคาย มา กกว่า 9 ครั้งต่อเดือน ส่วนจำนวนครั้งในการซื้อขายโดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำธุรกรรมผ่านตลาดท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีจังหวัดยะลา และจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ระหว่าง 1 - 3 ครั้งต่อเดือน และปริมาณการซื้อขายโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 400 – 8,000 กิโลกรัมต่อครั้ง ปริมาณการซื้อขายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในตลาดท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีสูงสุด รองลงมา ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตารางต่อไปนี้

ใหญ่ทำธุรกรรมผ่านตลาดท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีจังหวัดยะลา และจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ระหว่าง 1 - 3 ครั้งต่อเดือน และปริมาณการซื้อขายโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 400 – 8,000 กิโลกรัมต่อครั้ง ปริมาณการซื้อขายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในตลาดท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานีสูงสุด รองลงมา ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

ข้อมูลการซื้อขายยางพาราในตลาดท้องถิ่น

ประเด็น	ตลาดท้องถิ่นจังหวัด					
	บุรีรัมย์	หนองคาย	สุราษฎร์ธานี	นครศรีธรรมราช	สงขลา	ยะลา
ประเภทของสินค้า (ราย)						
ยางแท่ง	0	0	0	0	0	0
ยางก้อนถ้วย	5	5	1	4	2	6
น้ำยางสด	2	0	4	1	6	0
น้ำยางข้น	0	0	0	0	0	0
ยางแผ่นรมควัน (ไม่อัดก้อน)	1	0	0	0	0	2
ยางแท่งเอสทีอาร์	0	0	0	0	0	0
ยางเครป	1	0	0	0	0	0
ยางชนิดอื่นๆ	1	0	0	1	0	1
จำนวนครั้งในการซื้อขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน (ราย)						
1-3 ครั้ง	2	4	1	2	0	3
4-6 ครั้ง	0	0	0	2	0	0
7-9 ครั้ง	0	0	0	0	0	0
มากกว่า 9 ครั้งขึ้นไป	3	1	4	1	5	2
ปริมาณการซื้อขายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง(กก.)	1,567	1,004	8,228	7,050	2,370	469
มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้ง (บาท)	24,250	21,903	329,640	85,500	117,427	16,571

3. ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราจังหวัดของการยางแห่งประเทศไทยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ผู้ซื้อและผู้ขายรายย่อย หรือผู้ซื้อและผู้ขายที่มีปริมาณการซื้อขายน้อยกว่าหรือเท่ากับ

5,000 กิโลกรัมจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และผู้ซื้อและผู้ขายรายใหญ่ หรือที่มีปริมาณการซื้อขายมากกว่า 5,000 กิโลกรัม จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรวมทั้งสิ้น 30 ราย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2

ร้อยละของหลักเกณฑ์ในกฎหมายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อขายยางพาราในตลาดกลางยางพาราจังหวัด
ของกรการยางแห่งประเทศไทย

ปัจจัย	ปริมาณการซื้อขาย			รวมเฉลี่ย
	ข้อคิดเห็น	≤ 5,000 กก.	> 5,000 กก.	
1. กระบวนการสมัครสมาชิกไม่เหมาะสม	เห็นด้วย	62.50	18.75	81.25
	ไม่เห็นด้วย	9.37	9.38	18.75
2. ประเภทยางที่ซื้อขายในตลาดกลางยางพาราจังหวัด	เห็นด้วย	15.63	9.37	25.00
	ไม่เห็นด้วย	56.25	18.75	75.00
3. ระยะเวลาในการสมัครสมาชิกน้อยเกินไป	เห็นด้วย	50.00	15.62	65.62
	ไม่เห็นด้วย	21.88	12.50	34.38
4. การกำหนดราคาขายตามระเบียบ	เห็นด้วย	50.00	12.50	62.50
	ไม่เห็นด้วย	21.88	15.62	37.50
5. วิธีการประมวลผลส่งผลการให้บริการตลาด	เห็นด้วย	59.37	28.13	87.50
	ไม่เห็นด้วย	12.50	0.00	12.50
6. ต้นทุนในการขนส่งมีค่าใช้จ่ายสูง	เห็นด้วย	46.88	15.62	62.50
	ไม่เห็นด้วย	25.00	12.50	37.50
7. มาตรการในการลงโทษกรณีไม่ส่งมอบยางส่งผลต่อ รายได้จากการซื้อขายยางพารา	เห็นด้วย	18.75	9.38	28.13
	ไม่เห็นด้วย	53.12	18.75	71.87
8. ขาดความเป็นกลางในการบริหารของคณะกรรมการ	เห็นด้วย	28.13	12.50	40.63
	ไม่เห็นด้วย	43.75	15.62	59.37
9. ได้รับเงินในจากการขายยางล่าช้า	เห็นด้วย	37.50	12.50	50.00
	ไม่เห็นด้วย	34.38	15.62	50.00
10. ขาดความสะดวกในการขนส่ง	เห็นด้วย	43.75	9.38	53.13
	ไม่เห็นด้วย	28.12	18.75	46.87
รวมเฉลี่ย	เห็นด้วย	47.50	16.87	64.37
	ไม่เห็นด้วย	24.38	11.25	35.63

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายที่มีผลต่อการซื้อขายยางพาราในตลาดกลางจังหวัดและสามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

บุคคลใดเข้ามาใช้บริการในตลาดกลางยางพาราจังหวัด ต้องปฏิบัติตามระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของกรการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ซึ่งมาตรการ

ทางกฎหมายที่ส่งผลให้บุคคลที่ซื้อขายยางพาราในตลาดท้องถิ่นไม่เข้าเป็นสมาชิกในตลาดกลางยางพาราจังหวัด ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการสมัครสมาชิก เดิมหลักเกณฑ์ขั้นตอนการเป็นสมัครสมาชิกตามที่กำหนดในข้อที่ 8(4) มีข้อจำกัดเกี่ยวกับพื้นที่การซื้อขายยางพารา ระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของกรการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562 กำหนดให้ ผู้ซื้อ ผู้ขายซื้อขายในตลาดใดต้องสมัครสมาชิกใน

ตลาดที่ทำการซื้อขายยาง แต่ระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อ 8(4) กำหนดให้ผู้ให้บริการสมัครเป็นสมาชิกในครั้งเดียวที่สามารถซื้อขายได้หลายตลาด แต่ต้องได้รับอนุญาตเป็นรายกรณีไป เพื่อเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของบุคคลที่สมัครเป็นสมาชิกตลาด ซึ่งผู้ซื้อผู้ขายมีสิทธิซื้อขายในตลาดที่ต้องการใช้บริการไม่ควรถูกจำกัดจากระเบียบฯ ที่กำหนดว่า “ชื่อและผู้ขายเมื่อสมัครเป็นสมาชิกของตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทยให้มีสิทธิใช้บริการเฉพาะตลาดยางพารานั้น เว้นแต่ผู้อำนวยการฝ่ายเศรษฐกิจยางจะกำหนดเป็นอย่างอื่น” การใช้ดุลพินิจของผู้อำนวยการฝ่ายเศรษฐกิจยางสามารถใช้สิทธิอนุญาตผู้ใช้บริการเฉพาะรายที่สามารถใช้ได้ บริการได้ทุกตลาด ถือว่าเป็นข้อกำหนดที่ก่อให้เกิดความไม่เสมอภาคเกี่ยวกับสิทธิระหว่างบุคคล ตามหลักการลำดับศักดิ์ของกฎหมาย เป็นแนวความคิดทางกฎหมายของฝรั่งเศส ซึ่งกำหนดลำดับชั้นระหว่างกฎหมายประเภทต่างๆ กฎหมายที่มีศักดิ์ต่ำกว่าซึ่งออกโดยอาศัยอำนาจของกฎหมายศักดิ์สูงกว่า จะออกมาโดยมีเนื้อหาเกินกว่าขอบเขตอำนาจที่กฎหมายศักดิ์สูงกว่าให้ไว้ไม่ได้ มิฉะนั้นจะใช้บังคับมิได้เลย หากเนื้อหาของกฎหมายมีความขัดแย้งกัน ต้องใช้กฎหมายที่มีศักดิ์สูงกว่าบังคับ ไม่ว่ากฎหมายศักดิ์สูงกว่านั้นจะออกก่อนหรือหลังกฎหมายศักดิ์ต่ำกว่านั้น ดังนั้น ส่งผลให้ระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ขัดกับพระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 มาตรา 9 กำหนดให้การยางแห่งประเทศไทยมีอำนาจกระทำกิจการต่าง ๆ ภายในขอบแห่งวัตถุประสงค์ตามมาตรา 8 การยางแห่งประเทศไทยทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุน การปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตและระบบตลาดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรชาวสวนยางและผู้ประกอบการยาง

กระบวนการขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิกตามระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ตลาดมีการดำเนินการการยื่นเอกสารที่ล่าช้า ก่อให้เกิดการปฏิบัติงานล่าช้า และขาดสภาพคล่องในการซื้อขายในตลาด ส่งผลให้ผู้ให้บริการไม่เข้ามาสมัครเป็นสมาชิกในตลาด ดังนั้น การยางแห่งประเทศไทยต้องจัดทำระบบการจัดเก็บข้อมูลให้มีฐานข้อมูลเดียวกันทั้งระบบ เพื่อให้เกิดมาตรฐานที่สูงขึ้น อีกทั้งลดภาระให้ผู้ให้บริการไม่ต้องยื่นเอกสารทุกครั้ง เมื่อ

ครบกำหนดระยะเวลาตามระเบียบฯ กำหนด รวมทั้งผู้ให้บริการไม่ต้องสมัครเป็นสมาชิกทุกตลาดที่ต้องไปทำการซื้อขาย เพราะทุกตลาดอยู่ภายใต้หน่วยงานเดียวกัน คือ การยางแห่งประเทศไทย

2. ระยะเวลาในการสมัครสมาชิกน้อยเกินไประยะเวลาการเป็นสมาชิกตามระเบียบข้อที่ 8(3) กำหนดระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยเกินไประเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อ 8(3) กำหนดให้ผู้ให้บริการต้องสมัครใหม่ในทุกปี ซึ่งเหตุผลที่ตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทยให้ผู้ให้บริการสมัครใหม่ทุกปี เนื่องจาก การสมัครมีส่วนของเอกสารหลักฐานที่ประกอบการสมัคร คือ ใบอนุญาตค้ายาง ตามพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542 กฎหมายกำหนดให้มีอายุ 1 ปีเช่นกัน สำหรับผู้ขายที่ต้องให้ต่ออายุทุกปี เนื่องจาก แต่เดิมตลาดให้สมัครสมาชิกกำหนดผู้ขายสมัครครั้งเดียว แต่เมื่อตรวจสอบการซื้อขายที่ตลาดมีผู้ซื้อจำนวนน้อยกว่าข้อมูลที่อยู่ระบบ การต่ออายุทุกปีเพื่อตรวจสอบความสม่ำเสมอของผู้ขายด้วย ด้วยเหตุผลดังกล่าว ส่งผลทำให้ระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 กำหนดให้ผู้ให้บริการต้องสมัครใหม่ทุกปีก่อให้เกิดความยุ่งยากแก่ผู้ใช้บริการ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกในระเบียบฯ น้อยเกินไป อีกทั้งความเป็นสมาชิกสิ้นสุดไม่ขัดกับพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542 หากไม่ขยายระยะเวลาในการเป็นสมาชิก อาจนำระบบการต่ออายุสมาชิกอัตโนมัติให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งพิจารณาจากผู้ให้บริการมีการซื้อขายยางอย่างสม่ำเสมอ

3. ประเภทยางที่ซื้อขายในตลาดกลางยางพาราจังหวัด ตามระเบียบข้อที่ 9(1) ไม่มีการซื้อขายจริงในทุกตลาดทำให้ผู้ซื้อผู้ขายต้องหาตลาดที่รองรับยางประเภทนั้น ประเภทของยางที่ซื้อขายในตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทยแต่ละพื้นที่ควรถูกกำหนดมาจากปริมาณอุปสงค์และอุปทานยางแต่ละประเภทในพื้นที่นั้น ๆ กล่าวคือ ขึ้นอยู่กับบริบทและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตในพื้นที่ เช่น พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือผู้ผลิตมีความชำนาญในการผลิตยางก้อนถ้วยส่งผลให้มีปริมาณอุปทานยางก้อนถ้วยในพื้นที่มาก ซึ่งตามหลักเศรษฐศาสตร์การผลิตในปริมาณมากทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลง ส่งผลให้เกิดความประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ประกอบกับ เมื่อผู้ซื้อรับทราบข้อมูล ข่าวสารด้านคุณภาพ

ปริมาณ และต้นทุนของยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ย่อมทำให้เกิดความต้องการซื้อหรืออุปสงค์ต่อยางก้อนถ้วยจาก พื้นที่ดังกล่าวมากขึ้น ดังนั้น ประเภทของยางที่จะทำการซื้อขาย ในตลาดยางของการยางแห่งประเทศไทยแต่ละพื้นที่จึงมีความ แตกต่างกันไปตามอุปสงค์และอุปทานยางในพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งการเปิดให้มีการซื้อขายยางประเภทอื่นที่มีปริมาณการผลิตในพื้นที่น้อยอาจไม่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการบริหาร จัดการของ ตลาด อย่างไรก็ตาม การมีประเภทยางที่ซื้อขายในตลาดมากขึ้น อาจส่งผลต่อการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ซื้อ ผู้ขาย และอาจจูงใจ ให้มีการทำธุรกรรมการซื้อขายในตลาดมากขึ้น โดยต้องพิจารณา ต้นทุนในการบริหารจัดการและความคุ้มค่าที่เกิดจากการทำ ธุรกรรมซื้อขายยางชนิดนั้นในตลาดประกอบด้วย

4. วิธีการประมูลยางส่งผลการใช้บริการตลาด ตลาด ยางพาราของการยางแห่งประเทศไทยมีวิธีการซื้อขาย ได้แก่ การ ประมูล การตกลงราคา การจับ คู่สัญญาผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยวิธีการซื้อขายยางด้วยวิธีการประมูลเป็นวิธีการซื้อขายยางที่ ผู้ใช้บริการนิยม มากที่สุด เนื่องจาก การซื้อขายยางพาราด้วยวิธี การประมูลช่วยให้เกิดความสะดวกสบาย ผู้ซื้อสามารถเข้าร่วม ประมูลได้ไม่ว่าจะอยู่สถานที่ใดก็ตามและป้องกันการทุจริตใน การซื้อขายยางระหว่างผู้ซื้อกับเจ้าหน้าที่ ระเบียบการยางแห่งประเทศไทย ว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อ 12(1) ระบุว่าประมูลกำหนดในเอกสาร แนบท้ายระเบียบ กำหนดว่าการประมูลให้ประมูลตามจำนวน รอบและจำนวนครั้งที่ประมูลในแต่ละรอบขึ้นอยู่กับปริมาณยาง จากข้อกำหนดแสดงว่า ผู้ซื้อต้องประมูลยางในปริมาณทั้งหมด ที่ตลาดกำหนด จากการลงพื้นที่พบว่า ปริมาณยางที่ซื้อขายใน ตลาดแต่ละครั้งมีจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ซื้อรายย่อยหรือผู้ซื้อที่มี เงินทุนน้อยเข้าร่วมประมูลยางแต่ผู้ซื้อรายย่อยไม่สามารถซื้อขาย ในตลาดได้ทำให้ผู้ซื้อต้องไป ซื้อจากพ่อค้าคนกลาง แสดงได้ว่า ระบบการประมูลตามระเบียบฯเป็นการประมูลที่กำหนดปริมาณ ยางที่เข้าประมูลในแต่ละครั้งจำนวนมากและใช้เงินจำนวนมาก ด้วย ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถ เข้าร่วมประมูลได้ก่อให้เกิดการแข่งขันกันในตลาดสูง ซึ่งถือว่าเป็น การส่งเสริมตลาดที่แข่งขันสมบูรณ์

นอกจากนี้ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ซื้อผู้ขาย ยางพาราในตลาดท้องถิ่น พบว่า ผู้ซื้อต้องการให้ตลาดกลาง

ยางพาราจังหวัดเป็นเพียงศูนย์กลางในการรวบรวมยาง โดยให้ ราคาขายเป็นไปตามกลไกตลาดจะทำให้ราคาขายสมเหตุสมผล มากขึ้น เนื่องจากการแทรกแซงราคาของตลาดกลางยางพารา จังหวัดทำให้ บางครั้งราคาขายในตลาดกลางยางพาราจังหวัด ต่ำกว่าตลาดท้องถิ่น แม้ว่าผู้ซื้อจะได้ประโยชน์แต่ไม่ส่งผลดี ต่อเกษตรกรและอาจทำให้ปริมาณยางในตลาดกลางยางพารา จังหวัดมีไม่มาก เพราะผู้ขายจะตัดสินใจขายในตลาดท้องถิ่นแทน รวมถึงตลาดกลางยางพาราจังหวัดควรลดความยุ่งยากในการซื้อ ขาย และควรมีการให้ข้อมูลความรู้ที่ชัดเจนในการขายยางให้แก่ โรงงานหรือผู้ประกอบการรายใหญ่

ผู้ขายมีข้อเสนอแนะให้ตลาดกลางยางพาราจังหวัด จัดการเวลาในการซื้อขายยางให้รวดเร็วขึ้น เจ้าหน้าที่ตลาดกลาง ยางพาราจังหวัดควรให้ความรู้ในการซื้อขาย ให้คำแนะนำในการ เข้าเป็นสมาชิกแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยอย่างทั่ว ถึง อำนวยความสะดวกในการขนส่งยางไปตลาดกลางยางพารา จังหวัด ช่วยลดต้นทุนในการขนส่ง ออกนโยบายที่ชัดเจนในเรื่อง ของราคาขาย รวมถึงระยะเวลาการจ่ายเงินให้แก่ผู้ขายยางให้ รวดเร็วขึ้น และตลาดกลางยางพาราจังหวัดควรกำหนดราคารับ ซื้อที่สูงกว่าตลาดท้องถิ่นเสมอ ทำให้ผู้ขายต้องการนำยางไปขาย ที่ตลาดกลางยางพาราจังหวัดมากขึ้น

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งภาครัฐได้บัญญัติ กฎหมาย เพื่อควบคุม กำกับ ดูแลการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยางพาราให้ เป็นระบบครบวงจรตั้งแต่การผลิต การค้า การแปรรูปยาง ตลอดจน จนกระทั่งการตลาดให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์และเกิดความ เป็นธรรมต่อเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง

การบริหารตลาดยางพาราของการยางแห่ง ประเทศไทย เป็นไปตามระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่า ด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 เพื่อให้ตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทยดำเนินการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นการยกระดับราคาขายพาราให้ มีเสถียรภาพ รวมทั้งเกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรชาวสวน ยาง สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง และผู้ประกอบการยาง ทุกรายก็ตามมาตรการทางกฎหมายที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดผลกระท

ทบทวนผู้ใช้บริการในตลาด ดังนั้น เพื่อให้ผู้ใช้ซื้อขายในตลาดท้องถิ่นเข้ามาใช้บริการตลาดกลางยางพาราจังหวัดจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ปรับปรุงระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อที่ 8(3) ไม่ควรมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดระยะเวลาการเป็นสมาชิกของตลาดกลางยางพาราจังหวัด
2. ปรับปรุงระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อที่ 8(4)

ควรกำหนดให้ผู้ใช้ซื้อขายยางพาราจังหวัดสมัครสมาชิกในครั้งเดียวและสามารถซื้อขายได้หลายตลาด

3. ปรับปรุงระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อที่ 9(1) ข้อกำหนดให้ทุกตลาดรับซื้อยางทุกประเภท
4. ปรับปรุงระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564 ข้อที่ 12(1) กำหนดวิธีการประมูลยางแบบขึ้นบันไดตามปริมาณการซื้อยาง

บรรณานุกรม

- กฤษณี พิสิษฐศุภกุล. (2557). *เบื้องหลังตลาดและการกำหนดราคายางพาราไทย*. ธนาครแห่งประเทศไทย.
- กลุ่มสารสนเทศการเกษตร. (2562). *ยางพารา*. สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดยะลา.
- กองการยาง. (2562). *สถิติยางประเทศไทย*. กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กองพัฒนาตลาดยางพารา. (2563). *ผลการดำเนินงานด้านตลาดยางพาราการยางแห่งประเทศไทย ปี 2563*. การยางแห่งประเทศไทย.
- ฝ่ายวิจัยและเศรษฐกิจยาง. (2563). *แผนการดำเนินงานการจัดตั้งสำนักงานตลาดกลางยางพารา โครงการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราจังหวัดเชียงราย*. การยางแห่งประเทศไทย.
- พระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558. (2558, 14 กรกฎาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 132 ตอนที่ 63 ก. หน้า 1-18.
- พระราชบัญญัติควบคุม พ.ศ. 2542. (2542, 28 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 116 ตอนที่ 105 ก. หน้า 1-14.
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2563). *รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์พืชเศรษฐกิจของภาคใต้ (ยางพาราและปาล์มน้ำมัน) พ.ศ. 2563*. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- ฝ่ายเศรษฐกิจยาง. (2564). *ระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564*. การยางแห่งประเทศไทย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2550). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. (พิมพ์ครั้งที่ 19). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สันติ ธีรพัฒน์และ สุภารัตน์ ต้นทะนงศักดิ์กุล. (2561). *การใช้ตลาดซื้อขาย ยางพาราล่วงหน้าของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารารายย่อย เพื่อป้องกันความเสี่ยง*. รายงานวิจัย, สนับสนุนโดยสำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อธีวีณ์ แดงกนิษฐ์ และ อรุมา ประเสริฐ. (กรกฎาคม 2559). *ตลาดยางพาราไทย*. *วารสารยางพารา*, 24(1), 31-37.