



(ร่าง)

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวโน้มการลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดในธุรกิจยางพารา
ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย : แนวคิดการวิเคราะห์โซ่คุณค่า
Trend of Rubber Business Investments and Marketing Linkages
in Northern Thailand: Value Chain Analysis Approach

โดย

ดร. สุเทพ นิมสาย

มิถุนายน พ.ศ. 2558

สัญญาเลขที่ MRG5680178

(ร่าง)
รายงานฉบับสมบูรณ์

แนวโน้มการลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดในธุรกิจยางพารา
ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย : แนวคิดการวิเคราะห์โซ่คุณค่า
Trend of Rubber Business Investments and Marketing Linkages
in Northern Thailand: Value Chain Analysis Approach

โดย

ดร. สุเทพ นิมสาย

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความคิดเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. และสกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราในตลาดโลก ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในปัจจุบัน ราคายางพารามีแนวโน้มลดลงจากเดิมเป็นอย่างมาก อันมีสาเหตุหลักมาจากการผันผวนของราคายางพาราในตลาดโลกและปริมาณผลผลิตยางพาราที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของตลาดผู้ใช้อย่างพาราที่สำคัญ เช่น การลงทุนของนักลงทุนจีน ในเขตพื้นที่ทำการผลิตและตัวโรงงานแปรรูปยางพาราในประเทศ สปป.ลาว และสหภาพเมียนมา เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวถือเป็นโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทยที่มีอาณาเขตเชื่อมต่อไปยังประเทศสปป.ลาว และจีน (ตอนใต้)

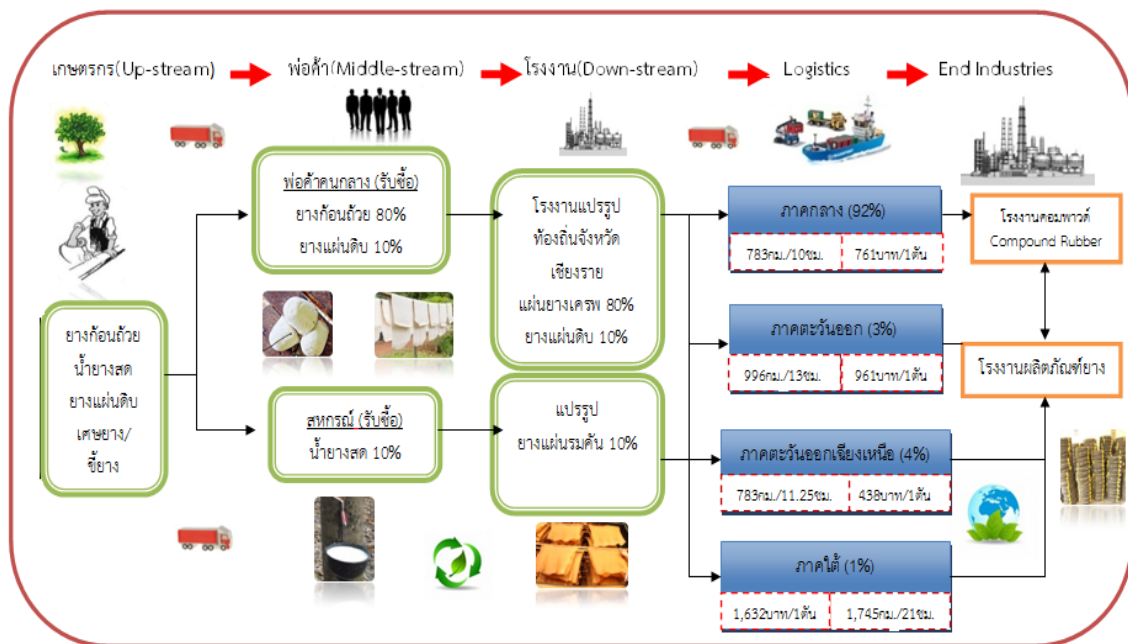
โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

จากการศึกษาโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (เน้นกรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย ซึ่งถือเป็นแหล่งผลิตยางพาราที่มีพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตสูงสุดในเขตภาคเหนือตอนบน) พบว่า เกษตรกรสวนยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีพื้นที่ปลูกยางเฉลี่ยครัวเรือนละประมาณ 20 ไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมขายผลผลิตในรูปแบบยางก้อนถ้วย (คิดเป็นประมาณร้อยละ 80 ของผลผลิตยางพาราที่จำหน่ายในตลาด) รองลงมาเป็นน้ำยางดิบ (ประมาณร้อยละ 10) และยางแผ่นดิบ (ประมาณร้อยละ 10) เนื่องจากยางก้อนถ้วยเป็นที่ต้องการของตลาดพ่อค้าคนกลาง ที่เข้ามาส่งเสริมและรับซื้อโดยตรงกับเกษตรกร ถือได้ว่ากลไกตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีลักษณะกึ่งผูกขาด พ่อค้าคนกลางท้องถิ่นมีอิทธิพลอย่างมากต่อกลไกตลาดในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งผลการศึกษามีลักษณะที่สอดคล้องกับการศึกษาของ ธนิตา โชนงนุช และคณะ (2556) และ สมมาตร แสงประดับและคณะ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาห่วงโซ่อุปทานยางพาราในภาคเหนือ (จังหวัดพิษณุโลก)

สหกรณ์การเกษตรเริ่มเข้ามาบทบาทมากขึ้นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน สหกรณ์หลายแห่งมีการส่งเสริมและรับซื้อน้ำยางสดจากเกษตรกรเพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการนำเข้าสู่โรงงานแปรรูปในภูมิภาคอื่นต่อไป

โรงงานแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนยังมีจำนวนไม่มาก และส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กถึงขนาดกลางซึ่งมีการแปรรูปผลผลิตในขั้นต้นเท่านั้น โรงงานแปรรูปท้องถิ่นทำการแปรรูปยางก้อนถ้วยเป็นแผ่นยางเครพประมาณร้อยละ 80 แปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นดิบประมาณร้อยละ 10 และแปรรูปยางแผ่นดิบเป็นยางแผ่นรมควันประมาณร้อยละ 10 แล้วส่งผลผลิตที่ได้ไปยังโรงงานแปรรูปขั้นกลางและขั้นสูงในภูมิภาคอื่นๆ ต่อไป โดยตลาดที่ผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือตอนบนและสหกรณ์ส่งผลผลิตไปจำหน่ายจะ

อยู่เป็นโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ในเขตในภาคกลาง (คิดเป็นร้อยละ 92) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 4) ภาคตะวันออก (คิดเป็นร้อยละ 3) และภาคใต้ (คิดเป็นร้อยละ 1)



รูปแสดงโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย)

ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

อุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีศักยภาพการผลิตอยู่ในเกณฑ์ที่สูง แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ปัญหาด้านราคายางซึ่งผันผวนอย่างต่อเนื่อง ปัญหาด้านความไม่เป็นธรรมในระบบการตลาด ปัญหาการขาดแหล่งรับซื้อหรือตลาดกลางในการรับซื้อและรวบรวมผลผลิตยาง ปัญหาการขาดแหล่งผลิตหรือโรงงานพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือแปรรูปยางโดยใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยตามความต้องการของการแข่งขันในตลาดโลก ปัญหาด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นต้น ซึ่งทำให้เกษตรกร รวมถึงผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมในธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนต้องเร่งหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปประเด็นปัญหาต่างๆ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน

ประเด็นปัญหา	เกษตรกรชาวสวนยาง
การผลิต	- เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและความชำนาญในการเลือกพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม เกษตรกรมีการปลูกยางทั้งในเขตพื้นที่ราบสูงและพื้นที่นา รวมถึงการขาดความรู้ในการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา - มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกยางพาราซึ่งพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เนินเขา และเกษตรกรบางส่วนมีการปลูกยางพาราในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ - ขาดความรู้และทักษะในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และมีความรู้ในการผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิตรวมถึงปัญหาค่าแรงขั้นต่ำที่สูงขึ้นส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตยางพารา - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพสภาพอากาศ หรือฤดูกาลในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทำให้เก็บผลผลิตได้ไม่สม่ำเสมอ - ประสิทธิภาพผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลผลิตในภาคอื่น รวมถึงผลผลิตในภาพรวมยังมีคุณภาพไม่สูงมากนัก เนื่องจากชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพในการเก็บเกี่ยวส่งผลทำให้ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำแต่อย่างไรก็ดีผลผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของเกษตรกรบางส่วนที่มีระบบการผลิตและการจัดการที่ดี ซึ่งสามารถผลิตยางพาราที่มีคุณภาพสูงได้ - ขาดความรู้ด้านการรักษาคุณภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการเก็บเกี่ยว (กรีดยาง) รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาขายยางไม่สูง - การผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ประกอบกับราคาวัสดุเครื่องมืออุปกรณ์การเกษตร มีราคาสูงขึ้น
การตลาด	- การเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง สาเหตุจากการที่เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรอง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ไม่นิยมรวมกลุ่มกัน เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้โดยง่ายอีกทั้งจำนวนพ่อค้าหรือผู้ประกอบการที่เข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมีจำนวนไม่มาก หรือกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะตลาดแบบกึ่งผูกขาด - ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่ายางให้แก่เกษตรกร - ขาดระบบการบริหารข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - ปัจจุบันชาวสวนยางพาราจะพึ่งตัวพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก โดยหลังจากที่ชาวสวนยางกรีดยางเสร็จก็จะไปขายให้กับ ตลาดรับซื้อยางท้องถิ่น จากนั้นตลาดในท้องถิ่นก็ส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง เพื่อส่งต่อไปโรงงานเอกชนอีกทอดหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ชัดว่าวงจรการรับซื้อยางพาราจะเป็นไปหลายทอด ส่งผลให้ชาวบ้านเสียผลประโยชน์จากการหักหัวคิวของพ่อค้าคนกลางในแต่ละทอด

พ่อค้าคนกลาง/สหกรณ์	
กลุ่ม/สมาชิก	- สหกรณ์ยังขาดระบบการจัดการเก็บข้อมูลของสมาชิก รวมถึงระบบการจัดตั้งกองทุนยางเพื่อเป็นกองทุนสำหรับใช้ในการพัฒนาการเพาะปลูกยางพาราในแต่ละพื้นที่ - การแย่งลูกค้าระหว่างพ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สมาชิกหันไปใช้บริการจากพ่อค้าคนกลางแทนการใช้บริการของสหกรณ์ - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร
การผลิต/ การแปรรูป	- ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์มีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่เกษตรกร เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ยังขาดความชัดเจน รวมถึงนโยบายและระเบียบว่าด้วยการตั้งโรงงานเพื่อแปรรูปผลผลิตยางพาราที่ทำให้สหกรณ์ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - การรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรบางช่วงยังไม่ได้ปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต จึงส่งผลให้ชะลอการผลิต และการส่งสินค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย - สหกรณ์เน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่เน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ
การตลาด	- ปัญหาการขาดแคลนผู้รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ และยังไม่มีโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราขนาดใหญ่ในพื้นที่ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราขั้นสูงเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา - ปัญหาการตลาดหรือเครือข่ายที่เชื่อมโยงยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ สหกรณ์ยังไม่สามารถเชื่อมโยงระบบเครือข่ายทางการตลาดได้ดีเท่าที่ควร จึงเกิดการแตกแยกของกลุ่มสมาชิก การแย่งการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เชื่อมโยงกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์ - ขาดบริหารจัดการด้านข้อมูลทางการค้า อาทิ ข้อมูลด้านราคา และข้อมูลสถานการณ์ซื้อขายที่ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น
การขนส่ง	- ขาดบุคลากรที่ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ในการขนส่งยางพาราไปจำหน่ายยังตลาดเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เนื่องจากต้นทุนโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน - พื้นที่และเส้นทางในการรวบรวมยางพาราจากเกษตรกรเข้าถึงยาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ราบสูงเนินเขา

ผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	
การรับซื้อ	- ขาดการวิเคราะห์จุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสม อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราส่วนใหญ่ในปัจจุบันอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางที่รับซื้อส่วนใหญ่ยังมีคุณภาพไม่สูงมาก และมีความผันผวนในด้านคุณภาพอย่างมาก
การตลาด	- ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ขาดทักษะและข้อมูลด้านการจัดการการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย รวมถึงโอกาสในการเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ผู้ประกอบการจีน - มีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การกว้านซื้อยางเคพรของพ่อค้าต่างถิ่น แล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)
การแปรรูปยาง	- เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต
การขนส่ง	- จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากเนื่องจากเป็นพื้นที่เนินเขาและอยู่ห่างไกล - โครงสร้างพื้นฐานด้านเส้นทางการขนส่งทางบก ในบางพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่สามารถบรรทุกได้เต็มลำรถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการผลิต และใช้อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิตและการจัดการโลจิสติกส์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดสรรพื้นที่ตั้งจุดรับยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนบริหารจัดการเชิงพื้นที่ต่อไป โดยมีรายละเอียดในส่วนถัดไป

จากข้อมูลศักยภาพและความสามารถ รวมถึงโอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย จะเห็นได้ว่า ถึงแม้อุตสาหกรรมยางพาราไทยจะมีความท้าทาย แต่ถือได้ว่ายังมีโอกาสทางการค้าที่สูงมาก เนื่องจากความต้องการของลูกค้านั้นเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำเป็นจะต้องตระหนักถึงข้อจำกัดด้านนโยบายและการค้าระหว่างประเทศ ควรได้รับการส่งเสริมการส่งออกยางพารามากยิ่งขึ้นหน่วยงานภาครัฐของไทยจึงจำเป็นที่จะต้องเร่งหาทางเจรจาหรือเพื่อทำข้อตกลงทางการค้าหรือเพิ่มความอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation) ในอุตสาหกรรมยางพารา โดยเฉพาะการค้าระหว่างไทยและจีน อีกทั้งผู้ประกอบการควรจะต้องคำนึงถึงโอกาสในการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและเพิ่มช่องทางในการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคต และเป็นการลดความเสี่ยงในอุตสาหกรรมยางพาราอีกด้วย

ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

จากข้อมูลโอกาสและอุปสรรคของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียน-จีน ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีโอกาสทางการตลาดที่ดี แต่ยังคงมีความท้าทายหลายมิติ ดังนั้นผู้เล่นในโซ่อุปทานตั้งแต่เกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูป/ผู้ส่งออก จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนและหาแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยแนวทางการปรับตัวดังกล่าวควรเป็นการบริหารจัดการเชิงระบบที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต การตลาดและการค้าระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานแต่ละส่วนจากปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดการโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางถัดไป

ตารางแสดงแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไข ปัญหา	นโยบาย/แนวทางการ ส่งเสริม
เกษตรกรสวนยางพารา	ด้านการผลิต - ภาคเหนือเป็นเขตพื้นที่เริ่มทำการปลูกยางพาราซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการปลูกยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการจำกัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ หรือฤดูกาลทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตยางไม่สม่ำเสมอ - ชาวสวนยางเป็นเกษตรกรรายย่อยทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์การผลิตยังไม่มีคุณภาพทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำ - ขาดความรู้การรักษาคูณภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการกรีดยาง รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นเหตุทำให้ราคาขายยางได้น้อย	- จัดตั้งกลุ่มหรือการรวมตัวของเกษตรกรในพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาความรู้และเสริมสร้างทักษะในกลุ่มด้วยตนเอง ทำให้กลุ่มเกษตรกรเกิดความเข้มแข็ง - ฤดูกาลขึ้นอยู่กับสภาพอากาศของแต่ละพื้นที่จึงไม่สามารถควบคุมได้ แต่เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ - เสริมสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกร และเตรียมความพร้อมในด้านพัฒนาผลผลิตยางพาราให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดและมีมาตรฐานมากขึ้น รวมถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่ายางพาราเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนยางจะช่วยให้มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น	- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม - นโยบายส่งเสริมการผลิตที่สอดคล้องกับรูปแบบการเพิ่มมูลค่าของยางพาราให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาด - นโยบายผลักดันการจัด Cluster ของเกษตรกร เช่น กลุ่มที่เน้นการผลิตน้ำยาง และกลุ่มที่เน้นผลิตรายกก่อนถ้วย เป็นต้น
	ด้านการตลาด - ขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคา และสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาขายผลผลิตยางพาราได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่นิยมทำสวนยางแบบเกษตรกรเชิงเดี่ยว (ไม่นิยมรวมกลุ่มกันเพื่อการตั้งอำนาจต่อรอง) เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้โดยง่าย	- ปัจจุบันราคายางมีความผันผวนจึงไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรรวมกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคา อีกทั้งควรตั้งศูนย์กระจายข่าวประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่สำคัญให้กับเกษตรกร เพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเกษตรกรกับภาครัฐและเอกชน ซึ่งถือเป็นการพัฒนาด้าน Information Flow ของเกษตรกรและภาคี - นโยบายการสร้างข้อตกลงหรือมาตรฐานทางการค้าร่วมกันในพื้นที่ เพื่อเป็นการป้องกันการถูกเอาเปรียบทางการค้า

สหกรณ์การเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไข ปัญหา	นโยบาย/แนวทางการ ส่งเสริม
	ด้านการผลิต - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้ จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร - วัสดุอุปกรณ์การผลิตยางแผ่นของสหกรณ์ยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร - สหกรณ์จะเน้นการผลิตยางแผ่นดิบแล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันซึ่งเกษตรกรจังหวัดเชียงรายเน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ	หาแนวทางในการเข้าร่วมกลุ่มเกษตรกรในการส่งผลผลิตให้สหกรณ์เป็นน้ำยางสด - ก่อตั้งศูนย์รวบรวมข้อมูลสมาชิกเกษตรกรผู้ผลิตยางภายในเขตที่รับผิดชอบ - พัฒนาบุคลากรในองค์กรจัดตั้งระบบการจัดการในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ - นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ที่มุ่งพัฒนาการผลิตยางแผ่น - นโยบายส่งเสริมการผลิตน้ำยางสดและยางแผ่นดิบของสหกรณ์การเกษตร
	ด้านการตลาด - ขาดการบริการด้านข้อมูล อาทิ ข้อมูลด้านราคา สถานการณ์ซื้อขายยางแต่ละชนิด ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความถูกต้องสามารถเชื่อมโยงราคาระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นได้ - ขาดความรู้และช่องทางการจัดจำหน่าย	- เชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายของอุตสาหกรรมการผลิตปาล์มน้ำ หรือกลุ่มผู้รับซื้อยางพารา(แผ่นยางรมควัน) - เชื่อมโยงกับตลาดซื้อขายของเกษตรกรชาวสวนยางพารา - นำเสนอข้อตกลง หรือผลประโยชน์ระหว่างสหกรณ์กับเกษตรกรชาวสวนยางพาราให้มีความชัดเจน	- นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูปรวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางพารา - นโยบายการสร้าง cluster และ ความเชื่อมโยงระหว่าง cluster ของสหกรณ์ในแต่ละพื้นที่
	ด้านการขนส่ง - สหกรณ์การเกษตรยังขาดความรู้ด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ของการขนส่งยางพารา	- สร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมด้านการจัดการโลจิสติกส์ในระบบการค้าการขนส่ง	- นโยบายการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ผู้ประกอบการ/โรงงานแปรรูปการเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไข ปัญหา	นโยบาย/แนวทางการ ส่งเสริม
	การผลิต - ขาดจุดรับซื้อยางพารา อีกทั้งเขตจุด รับซื้อยางพาราอยู่ไกลจากพื้นที่การ เพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางพาราที่รับซื้อยังด้อย คุณภาพ	- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการ เก็บเกี่ยวผลผลิต - จัดตั้งศูนย์รวมรวมผลผลิตและ การคัดเลือกยาง - จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมแรงงานที่ ขาดทักษะ หรือตั้งศูนย์อบรม เทคโนโลยีอย่างครบวงจร ของ ผู้ประกอบการ - มีการวางแผนการผลิตทั้งใน ระยะสั้น และระยะยาว รวมถึง คัดเลือกและการตลาดที่ เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหลัก ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ หาแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้า อย่างต่อเนื่อง	- นโยบายพัฒนาคุณภาพการ ผลิตและนวัตกรรมในการ คัดเลือกผลผลิตยางพารา - นโยบายการตั้งจุดรับซื้อ ยางพาราที่ได้มาตรฐาน และ การฝึกอบรมทางด้าน เทคโนโลยีการผลิตยางพารา - นโยบายการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางทาง การตลาด เพื่อเป็นการเพิ่ม มูลค่ายางของไทย - นโยบายการสร้างมาตรฐาน หรือข้อตกลงร่วมกันในกลุ่ม ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการ ร่วมสร้างอัตลักษณ์และ มาตรฐานยางพาราไทย
	ด้านการตลาด - ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ยังขาดระบบการตลาดที่ดีในการ ติดต่อค้าขาย การเจรจาในประเทศ เพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีน - มีการแข่งขันสูงระหว่าง ผู้ประกอบการในภาคเหนือ เช่น การ กว้านซื้อยาง เสร็จแล้วทำการส่งขาย ให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงาน ที่ประเทศจีน (ตอนใต้)	- การจัดตั้งตลาดกลางยางพารา ขึ้นภาคเหนือตอนบน - การพัฒนาเชื่อมโยงตลาด สร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่าง ผู้ประกอบการเพื่อการรวมตัว ค้าขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- นโยบายส่งเสริมการสร้าง เครือข่ายผู้ประกอบการ ส่งออก-นำเข้าของไทยและ ของต่างประเทศ - นโยบายส่งเสริมการวิจัย และพัฒนา ที่มุ่งพัฒนาการ ผลิต การแปรรูป และ การตลาด ในอนาคต - เรื่องการตลาดของไทยทาง ภาคเหนือตอนบน น่าจะ ส่งออกในรูป ยางพร้อมนำไป ทำผลิตภัณฑ์ เช่น ยางแท่ง Compound หรือยางแผ่น รมควัน (R85)
	ด้านการแปรรูปยางพารา - เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจาก ต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ยางพารา	- ศึกษาแนวทางการพัฒนา เทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิต ยางพาราให้ได้มาตรฐาน การ ส่งออก STR ไปยังประเทศเพื่อน บ้านจีน (ตอนใต้) - ถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยี ด้านการแปรรูปผลผลิต	- นโยบายผลักดันและพัฒนา Thai Brand/Standard - นโยบายการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางทาง การตลาด เพื่อเป็นการเพิ่ม มูลค่ายางพาราของไทย

- ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต	- จัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านยางพาราทำหน้าที่ฝึกอบรมบุคลากรให้กับภาคอุตสาหกรรมการแปรรูป	
ด้านการขนส่ง - จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากในแต่ละพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าไม่เต็มลำรถบรรทุกเมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง	- สร้างความเข้าใจด้านการจัดเก็บภาษีโรงสี รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำจะสามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้ - การขยายจุดรับซื้อยางพาราให้ทั่วถึงพื้นที่การเพาะปลูกยางพารา	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาขยายจุดรับซื้อยางพาราในอนาคต - ควรพัฒนาการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเส้นทางหลัก 2 เส้นทางคือ ทาง R3A และแม่น้ำโขงเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ในเขตภาคเหนือตอนบน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราเชิงระบบของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ (ภาคเหนือตอนบน)

1. **เกษตรกร** ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการผลิตของเกษตรกรภาคเหนือตอนบน
 - นโยบายการพัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Information Flow) โดยการประกาศข้อมูลพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) พันธุ์ยางที่เหมาะสม รวมถึงรูปแบบการผลิตของการปลูกยางที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ให้แก่เกษตรกรรับรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจจะจัดตั้งตัวแทนหรือหน่วยงานในการเป็นศูนย์การเรียนรู้ และศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในระดับชุมชน เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น
 - ส่งเสริมการพัฒนาและจัดกลุ่ม cluster เกษตรกร อาทิ Cluster กลุ่มผู้ผลิตน้ำยางดิบ Cluster กลุ่มผู้ผลิตยางก้อนถ้วย ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตในระยะยาว รวมถึงพัฒนาการบริหารจัดการโซ่อุปทานในแต่ละ cluster รวมถึงการเชื่อมโยงโซ่คุณค่าระหว่าง Cluster ได้ดียิ่งขึ้น

อาทิ ในจังหวัดเชียงราย อาจจะสามารถจัดกลุ่ม Cluster ได้ 2 กลุ่มหลักคือ

1. Cluster เกษตรกรผู้ผลิตน้ำยางและยางแผ่นดิบ เพื่อการจำหน่ายให้กับโซ่อุปทานของสหกรณ์ในการนำไปผลิตเป็นยางแผ่นรมควัน
2. Cluster เกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วย เพื่อจำหน่ายให้กับโซ่อุปทานของพ่อค้าและผู้ประกอบการแปรรูปเอகชนในพื้นที่

- ส่งเสริมระบบการผลิตและการจัดการผลผลิตอย่างให้มีคุณภาพ โดยการสร้างความรู้และมีคู่มือมาตรฐานทางพารากลางสำหรับคุณภาพภายในแต่ละประเภทให้กับเกษตรกร
- ฝึกอบรมและให้ความรู้เรื่อง แนวโน้มการผลิตและการตลาดของยางพาราไทยและยางพาราของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้เกษตรกรเข้าใจระบบกลไกทางการตลาด และโอกาสทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านในอนาคต
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรหรือบทบาทของเกษตรกรในการร่วมพัฒนาสหกรณ์เพื่อให้กลุ่มหรือสหกรณ์มีศักยภาพและความสามารถในการให้บริการด้านการผลิตและการตลาดที่ดีขึ้น
- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม
- เพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรโดยการร่วมมือกันในของภาคส่วนต่างๆ
- สร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาดเป็นไปตามความต้องการของตลาด
- เพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรโดยการร่วมมือกันในของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

2. สหกรณ์

- ควรคัดเลือกสหกรณ์การเกษตรที่มีความเข้มแข็งเป็นแกนนำ ในการช่วยพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงเป็นการสร้างและขยายเครือข่ายเกษตรกรและสหกรณ์ให้มีศักยภาพในการผลิตและการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น
- สร้างเครือข่ายและพันธมิตรที่รวบรวมผลผลิตจากสมาชิกกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มในเครือข่าย เพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพและปริมาณตามความต้องการของตลาด
- สร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อการพัฒนาโซ่คุณค่าร่วมกัน ทั้งในด้านการสนับสนุนวิชาการ ความรู้ การตลาด และแหล่งเงินทุนสนับสนุน
- นโยบายการพัฒนาความสามารถและการลงทุนในการแปรรูปยางพาราของสหกรณ์ จากการแปรรูปยางพาราขั้นต้น เป็นการแปรรูปยางพาราขั้นกลาง โดยเฉพาะยางแท่ง หรือยางเครพ ไปจำหน่ายในตลาดประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งยังมีความต้องการยางแท่งและยางเครพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน
- สร้างเครือข่ายสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาดประเทศจีนตอนใต้ ในการวางแผนร่วมกันในการพัฒนาการผลิตและการตลาดแบบ Cluster สหกรณ์ผู้แปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไปยังตลาดจีนตอนใต้ อาทิ Cluster สหกรณ์การเกษตรที่เข้มแข็งในจังหวัดเชียงราย พะเยา ลำปาง เป็นต้น

3. ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูป

- ส่งเสริมการตั้งจุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสมและได้มาตรฐาน ในแต่ละพื้นที่
- ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูปชั้นกลาง อาทิ ยางแท่ง หรือยางเครพ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางการตลาดในการส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางทางการตลาด และเป็นการเพิ่มมูลค่ายางของไทย
- นโยบายการสร้างมาตรฐานหรือข้อตกลงร่วมกันในกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการร่วมสร้างอัตลักษณ์และมาตรฐานยางพาราไทย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสามารถในการต่อรองกับผู้รับซื้อจากจีน
- ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าของไทยและของต่างประเทศ
- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดในอนาคต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดในประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ ได้แก่ จีน หรือสหภาพเมียนมา เป็นต้น
- ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปชั้นกลาง-สูง ไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ คือ จีน (ตอนใต้) โดยใช้ข้อได้เปรียบเชิงพื้นที่ในด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ในเส้นทาง R3A และเส้นทางแม่น้ำโขง
- ส่งเสริมการไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การซื้อ/ขายกระจายสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ ในประเทศจีน (ตอนใต้)

**แนวโน้มการลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดในธุรกิจยางพารา
ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย : แนวคิดการวิเคราะห์ใช้คุณค่า**

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราในตลาดโลก ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราและเสถียรภาพราคายางพาราของไทยในปัจจุบัน ราคายางพารามีแนวโน้มลดลงจากเดิมเป็นอย่างมาก อันมีสาเหตุหลักมาจากการผันผวนของราคายางพาราในตลาดโลกและปริมาณผลผลิตยางพาราที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของนักลงทุนต่างชาติ เช่น จีน ในประเทศกลุ่มอาเซียน ได้แก่ สปป.ลาว และ สหภาพเมียนมาร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามตลาดผู้ใช้อยางพาราที่สำคัญของโลกเช่น จีน ยังมีความต้องการในการใช้อยางพารามากจึงถือเป็นโอกาสของประเทศไทยในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน ประเทศไทยจึงมีการส่งเสริมการพัฒนาการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลไทยพยายามใช้นโยบายส่งเสริมด้านการผลิต การตลาดและการแปรรูปยางพาราของไทย ในการเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในตลาดโลก

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อศึกษาแนวโน้มการลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ 1. การศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพและการจัดการเชิงพื้นที่ของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน โดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้เล่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยไปยังโรงงานแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย และ 2. การวิเคราะห์ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการส่งออกยางพาราของไทยในตลาดอาเซียน และจีน (ตอนใต้) โดยการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้เล่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และจีน (ตอนใต้)

จากการศึกษาศักยภาพเชิงพื้นที่ของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า อุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีศักยภาพในการผลิตที่สูง แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ การขาดกลไกในการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา และข้อจำกัดด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เนื่องจากผู้ประกอบการในพื้นที่มีจำนวนไม่มาก และยังขาดโรงงานแปรรูป อีกทั้งผลผลิตขั้นต้นในพื้นที่เขตภาคเหนือจะต้องมีการขนส่งไปจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ เช่น เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง จึงทำให้ราคายางที่เกษตรกรได้รับจะต่ำกว่าราคายางในเขตภาคอื่นที่มีต้นทุนโลจิสติกส์ที่ต่ำกว่า แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนยังมีโอกาสและศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะโรงงานแปรรูปของนักลงทุนจีนที่มาลงทุนใน สปป.ลาว รวมถึงการส่งออกไป

ยังจินตนาการได้ เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านอาณาเขตและเส้นทางการค้าในเส้นทางแม่น้ำโขงและ R3A ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมวางแผนการบริหารจัดการยางพาราเชิงระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แผนการพัฒนาและบริหารจัดการด้านการรวมกลุ่มของเกษตรกรหรือสหกรณ์ และแนวทางการเพิ่มมูลค่า ให้กับผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและความสามารถในการแข่งขันในตลาด อาเซียน

คำสำคัญ: แนวโน้มการลงทุน/ การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน/ ยางพารา /อาเซียน

Trend of Rubber Business Investments and Marketing Linkages in Northern Thailand: Value Chain Analysis Approach

Abstract

Changes in the structure of global natural rubber production and marketing affect the business development and price stability of Thai rubber industry. Recent trend of natural rubber price is dropping due to the fluctuation of natural rubber price in global market and the increasing of rubber supply, also the expansion on Chinese investment in rubber plantations in ASEAN countries such as Lao PDR and Myanmar. China is the world's largest consumer of natural rubber and increasing consequently in demand. This creates the opportunities for Thailand to export natural rubber into China market. Therefore, Thailand has been supporting in the development of trade and investment in rubber industry. The government has been implementing production, marketing, and processing development policies to enhance the capacity improvement and competitiveness of Thai natural rubber in world market.

The main objective of this study is to analyse the guideline development for upper-northern Thai natural rubber market linkages approach. The study divided into 2 main aspects 1) To study and analyse the business potential and spatial land use using allocation management model for natural rubber business in the upper-northern region, particularly on the potential of logistics and supply chain management approaches. The researcher conducted a survey and in-depth interviews with key informant from public and private sectors in upper-northern rubber supply chain. In addition the analysis of potential and optimizing land use modeling for purchasing/collecting point of natural rubber using Geoinformation Technology and Analytic Hierarchy Process (AHP) has been adopted. This study used Chiang Rai province as a case study. Moreover, this study also analyse the linkage between rubber market in northern Thailand and the processing plants in another region. 2) To analyse the potential and create a guideline development plan for Thai natural rubber business linkages and exporting opportunities into ASEAN – China (Yunnan) market. The information from surveyed and in-depth interviews were carefully collected from key informants in Lao PDR, Myanmar and Southern China (Yunnan) stakeholders in natural rubber supply chain.

The study found that the upper-northern rubber industry has high production potential but there are also several limitations such as lack of value creation mechanism, logistics and supply chain management problems. There are only few and small scale rubber manufacturing in upper-northern area, thus, the primary products from upper-northern areas have to be transported to processing plants in different regions, for example Northeastern and Central regions. Farmers received the lower price than other regions regarding to the higher logistics costs. However, the rubber industry in upper-northern Thailand still have opportunities and potential for exporting

into Lao PDR and Southern China markets among R3A and Mekong river logistics routes. The public and private partnership are the key driver to create a dynamic plan for natural rubber supply chain management to boost market opportunities and competitiveness in the ASEAN market.

Keywords: Investment/Logistics and Supply Chain Management/ Natural Rubber/ ASEAN

สารบัญ

เนื้อหา

หน้า

Executive Summary

Abstract

1	บทนำ	1-1
1.1	ที่มาและความสำคัญ	1-1
1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1-3
1.3	ขอบเขตของการวิจัย	1-4
1.3.1	ขอบเขตด้านคำถามวิจัย	1-4
1.3.2	ขอบเขตด้านประชากร	1-4
1.3.3	ขอบเขตด้านสินค้าที่ใช้ในการศึกษา	1-5
1.4	วิธีการศึกษาและวิเคราะห์	1-6
2	วรรณกรรมทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	2-1
2.1	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา	2-1
2.1.1	การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา	2-1
2.1.2	การตลาดและช่องทางการตลาดธุรกิจยางพาราของไทย	2-3
2.2	การวิเคราะห์โซ่อุปทานและประสิทธิภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมยางพาราของไทย	2-9
2.3.1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	2-10
2.3.2	แบบจำลองเพชร	2-13
2.3.3	การวิเคราะห์โซ่อุปทาน	2-16
3	การผลิตและโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	3-1
3.1	สถานการณ์การผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย	3-1
3.1.1	พื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย	3-3
3.1.2	อัตราการขยายตัวผลผลิตยางพาราของประเทศไทย	3-3
3.2	สถานการณ์การผลิตยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	3-4
3.3	โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	3-14
3.4	ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	3-27

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
4 ระบบโลจิสติกส์การส่งออกยางพาราของไทยในเส้นทาง R3A สู่ประเทศจีน (ตอนใต้)	4-1
4.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดโลก	4-1
4.2 สถานการณ์ราคายางพาราไทยในตลาดโลก	4-5
4.3 สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเขตค้าชายแดนจังหวัด เชียงราย	4-10
4.4 เส้นทาง การขนส่งยางพาราผ่านด่านการค้าชายแดน	4-12
4.4.1 เส้นทาง การขนส่งยางพาราในเส้นทาง R3A (เชียงใหม่ – ห้วยทราย – หลวงน้ำทา - บ่อหาน/บ่อเต็น – สิบสองปันนา – ขุนหมิง)	4-12
4.4.2 เส้นทาง การขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางศุลกากรแม่สายไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) (R3B)	4-15
4.4.3 เส้นทาง การขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ	4-17
5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	5-1
5.1 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	5-1
5.2 ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	5-4
5.3 ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการหาจุดที่เหมาะสมสำหรับการตั้งจุดรับซื้อยางพารา	5-6
5.4 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)	5-9
5.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือ ตอนบน	5-13
5.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	5-17

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากต่อภาคการเกษตร และอุตสาหกรรมของประเทศ อีกทั้งยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก การผลิตยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากยางพาราจึงมีความสำคัญทั้งในแง่ของการสร้างอาชีพและการจ้างงาน รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตผลทางการเกษตร และเนื่องจากยางพาราเป็นพืชที่สามารถปลูกได้ดีในภูมิประเทศที่มีลักษณะเฉพาะ โดยต้องมีปริมาณฝนตกมาก มีอุณหภูมิร้อนชื้น มีความชื้นสูง มีปริมาณแสงแดดมาก และไม่มีลมพายุรุนแรง (สถาบันวิจัยยาง, 2553) จึงทำให้ประเทศไทยซึ่งมีภูมิประเทศที่เหมาะสมกับการปลูกยางพารา มีการขยายตัวในอุตสาหกรรมยางพาราอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยจึงเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลก โดยในปี 2554 มีสัดส่วนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 30.92 ของปริมาณการผลิตของโลก และมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 35.83 ของปริมาณการส่งออกยางพาราของโลก (ศูนย์วิจัยและพัฒนายางไทย, 2555)¹ โดยร้อยละกว่า 90 ของยางพาราไทยส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ อันเป็นผลมาจากปริมาณความต้องการยางธรรมชาติในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง² จากข้อมูลวิจัยของ The world rubber market report (2012) ได้พยากรณ์ปริมาณความต้องการยางพาราว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 ต่อปี³ เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ และสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ราคาน้ำมันสูงขึ้นส่งผลให้ยางเทียมที่ผลิตจากปิโตรเลียมมีราคาสูงกว่ายางธรรมชาติและไม่สามารถทดแทนยางธรรมชาติได้

ในปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางธรรมชาติใหญ่ที่สุดของโลกที่มีปริมาณ 3.394 ล้านตัน จากการผลิตรวมของโลกที่ 10.974 ล้านตัน และส่งออกยางธรรมชาติสูงสุดของโลกจำนวน 2.866 ล้านตัน โดยประเทศส่งออกยางพาราที่สำคัญของไทยได้แก่ ประเทศจีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา และเกาหลีใต้ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยและพัฒนายางไทย, 2555)⁴ ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากปริมาณความต้องการยางพาราในตลาดโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งรัฐบาลต้องการรักษาความเป็นผู้นำในการผลิตและส่งออกให้มีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นและมีความสามารถในการแข่งขันกับตลาดในต่างประเทศได้ในอนาคต รัฐบาลไทยจึงได้ส่งเสริมให้มีการทำสวนยางพาราเพิ่มขึ้น เพื่อปลูกทดแทนพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น โดยรัฐบาล

¹ ที่มา: [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.rubbercenter.org/index.php/worldrubberindustry/statistic-world> (อ้างอิงเมื่อ 27/05/2555)

² ที่มา: Market for Agroforestry Tree Products: Para Rubber Products of Small-scale Farmers in Northern Thailand

³ ที่มา: [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.pnewsire.com/news-releases/world-rubber-market-145754175.html> (อ้างอิงเมื่อ 19/05/2555)

⁴ ที่มา: [ออนไลน์] เข้าถึงได้จากเว็บ <http://www.rubbercenter.org/index.php/worldrubberindustry/statistic-world> (อ้างอิงเมื่อ 27/05/2555)

มีโครงการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราไปยังพื้นที่ภาคเหนือและภาคอีสาน โดยภาครัฐได้จัดตั้ง “โครงการปลูกยางเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในแหล่งปลูกยางใหม่” ซึ่งโครงการนี้มีแผนขยายพื้นที่ปลูกยางพาราให้ระหว่างปี 2547-2549 อีกจำนวน 1,000,000 ไร่ โดยเพิ่มการปลูกในภาคเหนือร้อยละ 30 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 70 และกำหนดนโยบายเพิ่มพื้นที่ปลูกยางรอบที่ 3 อีกจำนวน 800,000 ไร่ในช่วงต้นปี 2554 ทำให้ในปี 2553 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพารารวมกว่า 18.32 ล้านไร่ เพิ่มจากปี 2550 จำนวน 3.98 ล้านไร่ (สถาบันวิจัยยาง, 2553)

จากนโยบายดังกล่าว รวมถึงแรงผลักดันจากตลาดต่างประเทศที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะปริมาณแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญได้แก่ จีน จึงทำให้การเพาะปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามจากการศึกษาและสำรวจในเบื้องต้นโดยเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจยางพาราทั้งภาครัฐและเอกชนในเขตภาคเหนือตอนบน อาทิ เจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร เกษตรกร พ่อค้าผู้รับซื้อยางพาราในภาคเหนือ และผู้ประกอบการ/ส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน รวมถึงการรวบรวมข้อมูลจากรายงานวิชาการต่างๆ พบว่าธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือมีข้อจำกัดและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจหลายรูปแบบ เช่น ปัญหาการขาดแหล่งรับซื้อ หรือตลาดกลางในการรับซื้อและรวบรวมผลผลิตยาง ปัญหาการขาดแหล่งผลิตหรือโรงงานพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือแปรรูปยางโดยใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยตามความต้องการของการแข่งขันในตลาดโลก ปัญหาด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ปัญหาด้านความไม่เป็นธรรมในระบบการตลาดและรวมถึงปัญหาการเกษตรรายได้ระบบพันธะสัญญา (โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรพันธะสัญญากับผู้ประกอบการเงินที่ขยายตลาดเข้ามาในประเทศไทย)⁵ รวมถึงความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะความเชื่อมโยงของตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ อาทิ ประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้ายางพารารายใหญ่ของประเทศไทย และประเทศลาว ที่เป็นประเทศฐานการผลิตยางพาราแหล่งใหม่ ปัญหาด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ได้มาตรฐานในระดับที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งปัจจุบันได้เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากหลายหน่วยงานเป็นอย่างมาก ซึ่งปัญหานี้มีผลกระทบและเกี่ยวเนื่องกับปัญหาด้านการบุกรุกป่า และการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการเพาะปลูกยาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ดินในบริเวณชายเขารวมถึงการบุกรุกเขตป่าสงวน รวมถึงปัญหาด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศ เป็นต้น

จากประเด็นปัญหาในธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้เกิดประเด็นคำถามและเป็นความสำคัญในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ถึง แนวโน้มการลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดในธุรกิจยางพาราอย่างในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจยางพารา ซึ่งผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในอนาคตที่จะสามารถใช้เป็นข้อมูลในการสนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของไทย และอาจจะนำไปสู่มาตรการเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาภาคในในระบบธุรกิจและตลาดยางพาราของไทยอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้จะใช้การ

วิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) การลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศในธุรกิจยางพารา ในเขตภาคเหนือตอนบนที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตลอดโซ่อุปทานของธุรกิจยางพารา โดยมุ่งเน้นศึกษาวิจัยใน 3 ประเด็นหลัก คือ ประเด็นด้านการผลิต (production) การตลาด (marketing) และประเด็นด้านโซ่คุณค่า (value chain)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษาแนวโน้มการลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย โดยมีวัตถุประสงค์ย่อยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาโซ่คุณค่า แนวโน้มการลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดในธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย (โดยมุ่งเน้นความเชื่อมโยงของตลาดส่งออกที่สำคัญ เช่น ประเทศจีน รวมไปถึงประเทศผู้ผลิตแหล่งใหม่ในอนาคต เช่น ประเทศลาว และประเทศต่างๆในกลุ่ม GMS/AEC)
2. เพื่อศึกษารูปแบบ (models or approaches) การลงทุนและการตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษารูปแบบ วิธีการ อุปสรรคและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราภายใต้เกษตรกรพันธสัญญา (Contract farming) ในเขตภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการจากประเทศจีน
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐ (Policy) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการด้านขนาดการผลิต (Production scale) และโซนพื้นที่เพาะปลูก (Location) การจัดการซัพพลายเชนและการตลาด (Supply Chain and Marketing Management) ของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนอย่างยั่งยืน

โดยวัตถุประสงค์การวิจัยนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนหลัก กล่าวคือ การศึกษาด้าน *Supply side* ถึงระบบการผลิต (Production) ที่เหมาะสม และการศึกษาด้าน *Demand side* คือโซ่คุณค่า และการจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจยางพารา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านคำถามการวิจัย

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการระบุคำถามวิจัยหลักของการศึกษาในครั้งนี้โดยคำถามในการวิจัยนั้นมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ทั้งนี้เพื่อช่วยให้เห็นภาพ และขอบเขตของการศึกษาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ศักยภาพโอกาสและอุปสรรคทางการผลิตในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของตลาดการส่งออกยางพาราของอุตสาหกรรมต้นน้ำในเขตภาคเหนือตอนบน (เน้นจังหวัดเชียงราย) ของไทยมีศักยภาพโอกาสมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคในส่วนใดบ้าง เกิดจากสาเหตุใด และใครบ้างได้รับผลกระทบจากอุปสรรคนี้
- ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราของไทย (จังหวัดเชียงราย) ในปัจจุบันนี้อาจจะได้รับผลกระทบในเชิงคุณภาพทั้งทางบวก และทางลบจากการส่งออกหรือไม่อย่างไร
- การจัดการด้านการส่งออกโดยอาศัยการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ดีหรือไม่
- สหกรณ์ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราของประเทศไทยในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาด้านการผลิตไปจนถึงระบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้ประสบความสำเร็จในการส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) หรือไม่
- สหกรณ์ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราของประเทศไทยในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนให้ประสบความสำเร็จหรือไม่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้จะเน้นการวิเคราะห์ในมุมมองระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่เกษตรกรพ่อค้าคนกลาง ผู้ประกอบการ และผู้ส่งออก โดยเน้นการวิเคราะห์อุตสาหกรรมต้นน้ำ (เกษตรกร) ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยเป็นหลักเพื่อขับเคลื่อนทั้งโซ่อุปทาน โดยมีการตั้งเป้าหมายประเทศที่ประเทศจีน – ประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ของไทยที่มีอาณาเขตเชื่อมโยงในเขตภาคเหนือตอนบน ในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ R3 (เน้นเส้นทาง R3A) และมีการขยายพื้นที่การผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สปป.ลาว และจีน (ตอนใต้) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องดังนี้

1. เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบนในกลุ่มกรณีศึกษาหลัก ได้แก่ สหกรณ์ผู้ผลิตและจำหน่ายยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เกษตรกรผู้เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบน และผู้ประกอบการส่งออกที่ไม่ผ่านการจัดการโดยสหกรณ์ โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ผู้รับซื้อขายพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบน รวมทั้งในส่วนภูมิภาค และส่วนกลาง อาทิ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมสหกรณ์
ทั้งนี้สามารถสรุปรายชื่อผู้ที่เกี่ยวข้องที่สำคัญได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการและผู้แทนภาครัฐฯ ในประเทศไทย อาทิ
 - ผอ. วันชัย เชาวลิติ ผู้อำนวยการสงเคราะห์สวนยางจังหวัดลำปาง ปฏิบัติงานในกิจการการยางแห่งประเทศไทย
 - ว่าที่ร้อยตรี ทรงวุฒ อริยพรรณ (เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด) สหกรณ์การเกษตรอำเภอเชียงของ
 - ผู้ประกอบการ บริษัทเชียงใหม่รายางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด คุณศุภภัทร ปุชัยโชติ (ผู้จัดการ)
 - ผู้ให้บริการโลจิสติกส์บริษัทหงษ์อิมพอร์ตแอนด์เอกพอร์ท จำกัด
 - สหกรณ์การเกษตรเชียงของ จำกัด คุณกิตติภาพ นวลใส (ผู้ช่วยผู้จัดการ)
 - ATALL HOLDING CO.,LTD. (AAH) คุณ ทวีรัตน์ รัชสฤษฎ์วิระโชติ

1.3.3 ขอบเขตด้านสินค้าที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาถึงสหกรณ์ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราก่อนถ้วย และแผ่นยางพาราเครฟ รวมถึงยางพาราแผ่นรมควัน

1.4 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์

งานวิจัยชิ้นนี้ได้แยกประเด็นการศึกษาวิจัยหลักออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ประเด็นการวิจัยที่ 1 ด้าน Supply คือศึกษาการผลิต (Production) เพื่อศึกษาถึงพื้นที่และปริมาณที่เหมาะสมของการเพาะปลูกยางในเขตภาคเหนือตอนบน และประเด็นการวิจัยที่ 2 ด้าน Demand คือการศึกษาโซ่คุณค่า (Value Chain) การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน โดยจะพิจารณาเชื่อมโยงต่อจากประเด็นการวิจัยแรก ซึ่งจะวิเคราะห์จากกิจกรรมหลังการเก็บเกี่ยว (Post harvest) การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics) รวมไปถึงการตลาด (Marketing) ของอุตสาหกรรมยางพารา โดยการวิเคราะห์ในอุตสาหกรรมยางพาราของงานวิจัยชิ้นนี้ จะมองใน 3 อุตสาหกรรมหลักได้แก่

1. ธุรกิจยางพารา
2. ธุรกิจรับซื้อ/แปรรูปยางพารา
3. ธุรกิจส่งออก (มุ่งเน้นตลาดส่งออกในประเทศเพื่อนบ้าน (ประเทศจีน) ที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ในเขตภาคเหนือตอนบน คือ การส่งออกในเส้นทาง R3A)

โดยการศึกษาครั้งนี้ได้มีการแบ่งประเด็นการวิจัยที่สำคัญและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และคำถามวิจัยไว้อย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้การศึกษาวิจัยนั้นสามารถมองเห็นภาพได้ในเชิงลึก และสามารถเห็นความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยและรายละเอียดขอบเขตการอย่างศึกษาดังต่อไปนี้

ประเด็นการวิจัย 1: ด้านการผลิต (Production)

เพื่อเป็นการตอบโจทย์วิจัยและบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ในการศึกษาวิเคราะห์พื้นที่เพาะปลูก (location) ปริมาณการผลิตที่เหมาะสม (production optimization) ในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงรูปแบบและวิธีการในการจัดการด้านการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางพาราและการลงทุน โดยเฉพาะด้านการจัดการแรงงานที่เหมาะสม รวมถึงเพื่อศึกษารูปแบบ (models or approaches) การเพาะปลูกและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราในอุตสาหกรรมยางพารา ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย

คณะผู้วิจัยได้วางแผนการศึกษาในประเด็นวิจัยนี้ด้วยการใช้การวิเคราะห์ด้วยโมเดลทางเศรษฐมิติ (Econometrics model) และ/หรือ แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ (Mathematic model) ร่วมกับการวิเคราะห์ GIS เพื่อตอบวัตถุประสงค์ดังกล่าว

ประเด็นการวิจัย 2: ด้านโซ่คุณค่า (Value Chain) การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

เพื่อเป็นการตอบโจทย์วิจัยและบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 4 และ 5 คณะผู้วิจัยได้วางแผนที่จะใช้การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) การลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อให้เห็นภาพในเชิงพลวัต (Dynamics) ของผู้เล่นในห่วงโซ่ โดยในการศึกษาโซ่คุณค่านี้ทางคณะผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวทางการวิเคราะห์ตามแนวคิดของ Kaplinsky and Morris (2000) และ Fearn *et al.* (2008) โดยจะทำการศึกษา

1. สภาพทั่วไปและส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทาน
2. ทำการสร้างแผนภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Mapping)
3. วิเคราะห์การไหลทั้ง 3 ประเภทภายในห่วงโซ่ ได้แก่ 1) การไหลของสิ่งของ-สินค้า

และบริการ (Physical: Product Flow) รวมถึงระบบโลจิสติกส์ (Logistics systems) 2) การไหลของข้อมูล (Information Flow) และ 3) ความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อหาแนวทางในการยกระดับความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราให้มีความเป็นธรรมและยั่งยืน (Ethically and Sustainably Supply Chain) นอกจากนี้ยังจะทำการศึกษาและเปรียบเทียบระดับศักยภาพของห่วงโซ่ โดยใช้ดัชนีชี้วัด ในด้านต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือของไทย อาทิ

- ด้านประสิทธิภาพ ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ต้นทุนการผลิต
- ด้านการตอบสนอง ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ระยะเวลา (Lead time)
- ด้านความยืดหยุ่น ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ความยืดหยุ่นด้านปริมาณ
- ด้านคุณภาพอาหาร ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ระยะเวลาเก็บรักษา

และเพื่อให้เห็นภาพศักยภาพและความสามารถแข่งขันของประเทศในเชิงมหภาค (Macro-level) คณะผู้วิจัยจึงได้วางแผนทำการศึกษาและวิเคราะห์ระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทยเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นฐานการผลิตแหล่งใหม่ที่สำคัญ อาทิ ประเทศลาว โดยใช้ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Industry Competitiveness Index) เช่น ดัชนีส่วนแบ่งในตลาด ระดับความสามารถทางด้านการจัดการโลจิสติกส์ และกฎระเบียบนโยบาย ข้อบังคับในการส่งออก รวมไปถึง ศักยภาพด้านการแข่งขันของประเทศ โดยการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้มีการเผยแพร่ รวมถึงข้อมูลภาคสนามจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล (Primary Data) ในตลาดลาว และจีน เป็นต้น

บทที่ 2

วรรณกรรมทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ผ่านมาได้กล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาวัตถุประสงค์ ขอบเขต และวิธีการศึกษารวมถึงกรอบแนวความคิดในการวิจัย และในบทนี้เพื่อให้การศึกษาแนวทางของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมส่งออกยางพาราของไทย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวม แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นภาพรวมของแนวทางการศึกษาวิเคราะห์ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
- 2.3 การวิเคราะห์โซ่อุปทาน และประสิทธิภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมยางพาราของไทย

2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา รวมถึงช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายของยางพาราของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

2.1.1 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา

ยางพารานั้นถือเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตหลัก ซึ่งจากการทบทวนข้อมูลทฤษฎีภูมิพบบว่าการศึกษาและพัฒนาแบบโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของยางพาราในภาคเหนือนี้ยังมีการดำเนินการไม่มากนัก โดยพบผลงาน และผลการศึกษาของภูมิภาคอื่นเป็นส่วนใหญ่ อาทิ การศึกษาอุตสาหกรรมยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก โดยการศึกษาส่วนใหญ่เน้นศึกษาในด้านการผลิต และการแปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมทั้งในส่วนของภาคต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทั้งนี้มีนักวิจัยที่ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของต้นทุนการผลิต และการกำหนดราคายางแผ่นรมควันชั้นต่างๆ ของโรงรมควันภาคตะวันออก ของสุธี อินทรสกุล และคณะ (2536) ซึ่งประเทศไทยเปลี่ยนบทบาทจากเดิมที่เป็นผู้ผลิตรายใหญ่แต่อยู่ในสถานะผู้รับราคามาเป็นผู้กำหนดราคาสำหรับราคายางภายในประเทศและราคาส่งออกช่วยให้ราคายาง ภายในมั่นคง และมีเสถียรภาพมากขึ้นและช่วยให้การกำหนดคุณภาพยางมีความเหมาะสมนอกจากนี้ยังเสริมสร้างความคล่องตัวในทางการค้า และอำนาจต่อรองในการขนส่งและค่าระวางเรือได้ผลการศึกษาจะช่วยให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการปรับปรุงราคาประกาศยางให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงและสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้เกี่ยวข้อง จากงานวิจัยของ สมจิตต์ ศิขรินมาศ และคณะ (2552) พบว่า ตลาดกลางสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องราคา คุณภาพ และน้ำหนักยางพารา ของชาวสวนยางที่มีปัญหาสะสมมานานได้ อีกทั้งยังเป็นแหล่งทางเลือกเพื่อการขายยางพาราของเกษตรกร ผู้ซื้อหรือผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประมูลยางพารา สามารถเลือกซื้อได้ตามปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ ลดปัญหาความขัดแย้งในการซื้อขาย

ยางกับร้านค้าทั่วไป ลดต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควัน นอกจากนี้เกษตรกร และสถาบันเกษตรกรสามารถใช้ราคาประมูลของตลาดกลางอ้างอิง เพื่อต่อรองซื้อขายกับพ่อค้าคนกลาง ส่วนผู้ประกอบการแปรรูปใช้ราคาประมูลตลาดกลางเป็นเกณฑ์กำหนดราคารับซื้อจากเกษตรกร ส่งผลให้ราคายางในตลาดท้องถิ่นปรับตัวสูงขึ้นแต่อย่างไรก็ดี ปัญหาจากการเก็บน้ำยางที่ไม่ได้คุณภาพยังมีให้เห็นอยู่จากการศึกษาของ จักรี เลื่อนราม และคณะ (2537) พบว่า ปัจจุบัน มีผู้ผลิตน้ำยางข้น มีปัญหาในการผลิตคือปริมาณน้ำยางไม่สม่ำเสมอจากสาเหตุความผันผวนทางภูมิอากาศ และการแข่งขันในตลาดแต่ร้อยละ 66 ของผู้ประกอบการยังมีความต้องการขยายกำลังผลิตนั้นก็ส่งผลให้ราคายางตกต่ำไปด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของยางพาราไทยนั้นสามารถสรุปห่วงโซ่อุปทานของแต่ละงานวิจัยได้ดังนี้

จากการศึกษาโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานยางพารามันสำปะหลังอ้อยโรงงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 3 (2550) พบว่าห่วงโซ่การผลิตยางพาราเริ่มจากผลผลิตต้นน้ำจากเกษตรกรคือน้ำยางสด ยางแผ่นดิบยางก้อนถ้วย และเศษยางเป็นวัตถุดิบ ในการผลิตในอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นต้น เช่นน้ำยางข้น ยางสกิม ยางแผ่นรมควัน ยางผึ่งแห้งที่จังหวัดอุดรธานี รวม 2 โรงงาน จังหวัดหนองคายรวม 4 โรงงาน และจังหวัดมุกดาหาร 1 โรงงานผลผลิตในอุตสาหกรรมขั้นต้นส่วนหนึ่งนำไปส่งออกที่ทำเรือคลองเตย และท่าเรือแหลมฉบัง อีกส่วนหนึ่งเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมแปรรูป ขั้นกลาง และขั้นสุดท้ายในภาคกลาง และภาคตะวันออก การเปิดสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 ที่จังหวัดมุกดาหาร ทำให้เกิดโอกาสด้านการส่งออกยางแท่งยางแผ่นรมควัน ของอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นต้นผ่านจังหวัดมุกดาหารข้ามสะพานแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 ผ่านแขวงสะหวันนะเขตไปยังท่าเรือดานังประเทศเวียดนามเพื่อขนส่งทางทะเลไปยังประเทศจีน และญี่ปุ่น ทำให้ระยะทางลดลง และต้นทุนการขนส่งถูกลงเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างภูมิภาค ทั้งเส้นทางเชื่อม East-West Economic Corridor และเส้นทางเชื่อมมุกดาหารและแหลมฉบัง (Eastern Seaboard) เพิ่มโอกาสในการเปิดเส้นทางส่งออก และโอกาสการพัฒนาจังหวัดมุกดาหารให้เป็นศูนย์กลางการค้าขายและกระจายสินค้า (Hub Distribution) ของภูมิภาคในอุตสาหกรรมปลายน้ำสามารถนำนวัตกรรมมาเพิ่มมูลค่าได้

จากการศึกษาจากงานวิจัยเบื้องต้นพบว่า อุตสาหกรรมยางพารายังพบปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินการอยู่มากดังจะเห็นได้จากงานวิจัยดังต่อไปนี้

จากการประเมินศักยภาพเชิงบูรณาการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมในประเทศ ไทย ดวงพรรณ ศฤงคารินทร์ และเตือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์ (2552) ผลการศึกษาพบว่า (1) นโยบายการส่งเสริมความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับยางพาราเข้าไปไม่ถึงเกษตรกรรายย่อย แต่เกษตรกรสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (2) นโยบายการจัดตั้งตลาดกลางยางพารายังไม่บรรลุวัตถุประสงค์ โดยยังคงมีปัญหาพ่อค้าคนกลางเข้ามาแทรกแซงระบบอยู่ (3) พื้นที่ปลูกใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นปัญหาใหม่ที่ยังไม่มีนโยบายใดมารองรับ (4) เกษตรกรเป็น Contract Supplier ของโรงงานในท้องถิ่น โดยตลาดในพื้นที่มีบทบาทเป็นสถานที่รวบรวม คือ กลไกที่ควรจะเป็นในโซ่อุปทานพื้นที่ปลูกใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (5) มูลค่าเพิ่มโซ่คุณค่ายางพาราของประเทศไทยขึ้นอยู่กับ การเติบโตของอุตสาหกรรมยานพาหนะ (6) การสร้างโซ่คุณค่าให้กับยางพาราจะต้องสนับสนุนการใช้ยางในประเทศเพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มมากขึ้น การศึกษานี้ยังให้ข้อเสนอแนะว่าในการดำเนินนโยบายการเพิ่มมูลค่ายางพาราทั้งโซ่อุปทานไม่ควรเป็นอิสระต่อกัน โดยนโยบายสำหรับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำควรสอดคล้อง

กันทิศทางนโยบายของโซ่อุปทานชุมชนควรจะมุ่งเน้นลงในระดับปฏิบัติการให้ชัดเจนมากขึ้น และควรส่งเสริมให้เกิดศูนย์รวบรวมท้องถิ่น การส่งเสริมให้เกษตรกรสร้าง contract กับโรงงานในพื้นที่ และการส่งเสริมให้เกิด collector ท้องถิ่นรวบรวม และจัดส่งโรงงานในพื้นที่ นอกจากนี้ปัญหาข้างต้นที่เกิดขึ้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แล้วนั้น จากการศึกษาถึงการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราไทย นั้นปัญหาที่พบเหมือนกัน ในภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถ แบ่งปัญหาออกเป็น 3 ส่วน คือ ปัญหากลุ่มเกษตรกร ปัญหากลุ่มสหกรณ์ และปัญหาโรงงานแปรรูป ในภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งปัญหาหลักที่พบนั้นคือ ปัญหาโซ่อุปทานชุมชนและปัญหาการสร้างโซ่คุณค่า อีกทั้งยังได้มีการคำนวณต้นทุนโลจิสติกส์ยางพาราซึ่งเป็นต้นทุนที่เกิดระหว่างองค์กร ได้แก่ ต้นทุนค่าขนส่ง ต้นทุนค่าพิธีการศุลกากร และต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ดวงพรรณ กริชชาญชัย และเตือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์ (2552) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมมาตร แสงประดับ และคณะ (2554) ศึกษาถึงห่วงโซ่อุปทานยางพาราภาคเหนือพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อค่าขนส่งนั้น คือ ค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อปี ระยะทาง และเวลา ซึ่งมีผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์ อีกทั้งโลจิสติกส์ของคนกลางตั้งแต่พ่อค้า โรงงานนั้นขาดศักยภาพด้านการขนส่ง เนื่องจากระยะทางระหว่างร้านค้าไปยังโรงงานผู้ซื้อที่มีตั้งอยู่ไกลกัน จากการศึกษาของ อักษรศรี พานิชสาส์น (2552) ผลการศึกษาพบว่า ไทยสามารถขนส่งยางแปรรูปที่ได้จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยผ่านประเทศเพื่อนบ้าน คือ ลาวและเวียดนาม ไปยังกวางสี โดยทางถนนที่เชื่อมระหว่างเขตแดน และขนส่งต่อไปยังฉงชิ่งโดยทางรถไฟ ซึ่งถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของเส้นทางการค้าดั้งเดิมจากไทยไปจีน จากการศึกษาถึงต้นทุนค่าขนส่งผ่านช่องทางการขนส่ง 3 ช่องทาง คือ การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ และการขนส่งแบบผสมผสานระหว่างทางบกและทางน้ำ สุริรัตน์ แก้วงาม และคณะ (2554) ผลการวิจัยนั้นพบว่า การขนส่งทางน้ำโดยผ่านท่าเรือแหลมฉบังและยังมีประสิทธิภาพมากที่สุด หากเปรียบเทียบกับ การขนส่งทางบกที่ผ่านทางชายแดนจังหวัดนครพนม อีกทั้งประสิทธิภาพยังต่ำที่สุดด้วย ซึ่งอย่างไรก็ตามการส่งออกนั้นจะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ส่งออกแต่ละราย

2.1.2 การตลาดและช่องทางการตลาดธุรกิจยางพาราของไทย

ตลาดยางพาราของประเทศในปัจจุบันนั้นทำการรวบรวมผลผลิตจากยางโดยกลุ่มพ่อค้าคนกลางในหมู่บ้าน/อำเภอ หรือกลุ่มสหกรณ์เพื่อรวบรวมนำไปจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าคนกลางในจังหวัด ทั้งนี้เกษตรกรบางส่วนนำผลผลิตที่ได้ไปจำหน่ายยังตลาดกลาง/ตลาดประมูลยาง หรือโรงงานแปรรูปยางขึ้นต้นด้วยตัวเอง และเมื่อได้เป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แปรรูปเบื้องต้นแล้วจะถูกส่งไปจำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยโครงสร้างตลาดยางพาราของไทยจาก สถาบันวิจัยยาง (2550) กล่าวว่าตลาดยางของประเทศไทยมี 3 ลักษณะคือ ตลาดท้องถิ่น ตลาดกลางยางพารา และตลาดซื้อขายล่วงหน้า และจากการวิจัยของ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจศาสตร์ประยุกต์ (2555) พบว่าภาพรวมของวิธีการตลาดยางพารานั้นจะเริ่มต้นจากเกษตรกรทำการรวบรวมผลผลิตไปจำหน่ายส่วนหนึ่งได้จำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอซึ่งเป็นผู้ที่รวบรวมผลผลิตที่กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งอีกส่วนหนึ่งจะนำไปจำหน่ายให้กับกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตร โดยพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอ กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรส่วนมากนั้นจะรวบรวมผลผลิตเพื่อไปจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าคนกลางในระดับจังหวัดซึ่งเป็นผู้รวบรวมรายใหญ่ ซึ่งจะมีการรวบรวมผลผลิตที่ได้จำนวนมากไปจำหน่ายกับกับโรงงานแปรรูปยางขึ้นต้น อย่างไรก็ตามยังมีบางส่วนที่นำไปจำหน่ายผ่านตลาดกลางหรือตลาด

ประมุขอย่างเลย หรืออาจนำไปจำหน่ายโดยตรงให้กับโรงงานแปรรูปขึ้นต้น เพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ น้ำยางข้น และยางคอมปาว์น ซึ่งยางที่ถูกแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แล้วจะถูกจำหน่ายออกไปให้ผู้ซื้อทั้งในประเทศและส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ รวมถึงผู้ซื้อในประเทศที่เป็นโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางประเภทต่างๆ

ทั้งนี้จังหวัดเชียงรายนั้นมีความได้เปรียบในด้านเชิงภูมิศาสตร์ และเศรษฐกิจในการพัฒนาเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการค้าชายแดน ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกข้างต้นนั้นส่งผลให้มูลค่าการค้าชายแดนระหว่างจังหวัดเชียงรายกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ จีน พม่า และลาว มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกันกับสถานการณ์ทางพาราของจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากที่สุดในภาคเหนือของประเทศไทย และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต

2.2 การวิเคราะห์โซ่อุปทานและประสิทธิภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมยางพาราของไทย

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือประกอบไปด้วย Stakeholder Analysis เพื่อทราบกลุ่มบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร รวมทั้งความคาดหวังและลำดับความสำคัญ อีกทั้ง Value Chain Analysis เพื่อทราบถึงกิจกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดคุณค่าที่ลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต้องการ รวมถึงการใช้แบบจำลองเพชร Diamond Model เพื่อวิเคราะห์ถึงตำแหน่งของประเทศไทยในด้านปัจจัยการผลิต เช่น แรงงานฝีมือ โครงสร้างพื้นฐาน ความจำเป็นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม เพื่อวิเคราะห์ธรรมชาติของความต้องการหรืออุปสงค์ในระดับประเทศ เช่น มาตรฐานและความต้องการของผู้ซื้อ ภาพลักษณ์ และการยอมรับสินค้าจากสากล เพื่อวิเคราะห์เงื่อนไขในประเทศที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจ ครอบคลุมทั้งเป้าหมายเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหาร การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและการแข่งขัน เช่น รูปแบบของธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นแตกต่าง และหลากหลาย รวมถึงการสร้างเครือข่ายใหม่ การวิเคราะห์การมีอยู่หรือการขาดหายของอุตสาหกรรมที่เป็นซัพพลายเออร์และอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศโดยพิจารณาเรื่องของความได้เปรียบในระดับสากล/ศักยภาพหรือการได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เป็นซัพพลายเออร์/ขีดความสามารถหรือการได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ อุตสาหกรรมปลายน้ำ เป็นต้น และศึกษาบทบาทของภาครัฐ เช่น นโยบายสนับสนุนของรัฐบาลด้านการค้า การกำหนดนโยบายด้านการลงทุน รวมทั้งบทบาทของโอกาส เช่น การขาดความต่อเนื่องของต้นทุนปัจจัยการผลิต ความต่อเนื่องของเทคโนโลยี เครือข่ายความร่วมมือระดับสากล เป็นต้น

2.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

กสอ. (การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) รายงานอุตสาหกรรม) กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงาน คำว่า SWOT ย่อมาจากประเด็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ ได้แก่ S-

Strength (จุดแข็ง) W-Weakness (จุดอ่อน) O-Opportunity (โอกาส) และ T-Threat (อุปสรรค) ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้น โดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ได้นำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในช่วงทศวรรษที่ 1960 – 1970

หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ ในการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารในอุตสาหกรรมทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของตน ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และแผนการดำเนินการที่เหมาะสม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strength) คือ ผลกระทบทางด้านบวกที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของบริษัทหรือเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในบริษัทที่สามารถกระทำได้ดี กล่าวโดยทั่วไปแล้ว ธุรกิจทุกแห่งควรต้องทราบถึงความสามารถที่เป็นจุดเด่นของตนเอง ซึ่งต้องมีการพิจารณาในทุก องค์ประกอบ เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน การผลิต การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็งที่จะนำมาใช้ในการกำหนดเป็นกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานต่างๆ ให้ตนเองมีความโดดเด่นหรือสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ตัวอย่างของจุดแข็ง ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัท วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ฐานะทางการเงินที่มั่นคง เป็นต้น

จุดอ่อน (Weakness) คือ ผลกระทบทางด้านลบที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของบริษัทหรือข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในบริษัทที่ไม่สามารถกระทำได้ดี และส่งผลให้บริษัทเกิดความเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจได้ ตัวอย่างของจุดอ่อน ได้แก่ ต้นทุนทางการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง ปัญหาด้านพนักงานขาย ภาพลักษณ์ของบริษัท เป็นต้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส (Opportunity) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงโครงการเตรียมความพร้อมและสร้างเครือข่ายความร่วมมือภาคอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผลกระทบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจที่ส่งผลทางด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารจะต้องมีการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายนอกอยู่เสมอเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมทั้งต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และการแข่งขันอยู่เป็นระยะๆ เพื่อแสวงหา

ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้

อุปสรรค (Threat) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามหรือมีผลเสียต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงผลกระทบด้านลบของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องระมัดระวังในสิ่งที่เป็นข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลเสียหายได้ เราไม่สามารถ

เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อจำกัดหรืออุปสรรคเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นได้ แต่ถ้าเรามีการวิเคราะห์ และคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เราก็จะสามารถหาทางป้องกันผลเสียที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลงไปได้ ตัวอย่างของอุปสรรคจากภายนอก ได้แก่ ภัยธรรมชาติต่างๆ ความแข็งแกร่งของกลุ่มคู่แข่ง ต้นทุนทางพลังงานที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ จะช่วยให้เข้าใจได้ว่าปัจจัยแต่ละอย่างเหล่านี้มีอิทธิพลต่อบริษัทอย่างไร จุดแข็งของบริษัทจะเป็นความสามารถภายในที่นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจเป็นอุปสรรคต่อผลการดำเนินงาน โอกาสภายนอกจะเป็นสถานการณ์ที่ส่งเสริมโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย และในทางกลับกันอุปสรรคจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมาย

ชานนท์ ตระกูลเลิศยศ (2552) กล่าวถึง SWOT Analysis ในงานวิจัยเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถ การจัดการสินค้าคงคลัง กรณีศึกษา บริษัท สีน เบฟเวอเรจ จำกัด ว่าหลักการสำคัญของ SWOT ก็คือ การวิเคราะห์ โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่างๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรในระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

Hsu-Hsi Chang และ Wen-Chih Huang (2006). ได้พูดถึง SWOT ในงานวิจัยว่า “การวิเคราะห์ SWOT ของโอกาสและสิ่งคุกคามภายนอก รวมถึง จุดแข็งและจุดอ่อนภายใน ของผู้ประกอบการ คือ สิ่งสำคัญในการกำหนดรูปแบบ และการพัฒนาขององค์กร ซึ่งวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์โอกาสและสิ่งคุกคาม คือเพื่อประเมินว่าผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงโอกาสและหลีกเลี่ยงสิ่งคุกคาม เมื่อเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ราคาที่แปรผัน ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ เป็นต้น ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (จุดแข็ง และ จุดอ่อน) เพื่อช่วยประเมินการทำงานภายในองค์กร เช่น การจัดการ ประสิทธิภาพการทำงาน การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น ถ้า SWOT ถูกใช้อย่างเหมาะสม การวิเคราะห์ SWOT สามารถเป็นพื้นฐานในการช่วยให้กำหนดรูปแบบและการวางแผนองค์กรสู่ความสำเร็จได้” โดยสรุปได้ว่า SWOT Analysis มีไว้วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกของบริษัท โดยปัจจัยภายนอกจะมี โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ส่วนปัจจัยภายในมี จุดแข็ง (strengths) และจุดอ่อน (weaknesses) เพื่อใช้ในการตั้งกลยุทธ์และพัฒนา สามารถช่วยหากกลยุทธ์ขึ้นพื้นฐานมาแก้ไขปัญหาในสถานการณ์นั้นๆ

ทั้ง สกอ. ชานนท์ ตระกูลเลิศยศ และ Hsu-Hsi Chang, Wen-Chih Huang ได้กล่าวเหมือนกันว่าการใช้ SWOT Analysis ใช้เพื่อให้ผู้ใช้รู้จักว่าธุรกิจของตนเองตอนนี้มีสภาพเป็นอย่างไร เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของบริษัท ซึ่งหลังจากที่วิเคราะห์มาแล้วจะได้รู้ว่าบริษัทต้องมีกลยุทธ์ในการรับมือหรือสนับสนุนอย่างไรให้กับบริษัท

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์ประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (External) และภายใน (Internal) ของสถานประกอบการ โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกสถานประกอบการ ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยแวดล้อมทั่วไป (General Environment) สำหรับปัจจัยด้านลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้สนับสนุน และผู้ควบคุมถือว่าเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมของงาน (Task Environment) ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอันได้แก่ การผลิต การตลาด การจัดซื้อ การเงินและบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิจัยและพัฒนาถือว่าเป็นปัจจัยภายใน ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับหน้าที่ของสถานประกอบการ ประกอบไปด้วย การวางแผน การจัดสถานประกอบการ การจัดบุคคลเข้าทำงาน ภาวะผู้นำ และการควบคุมที่เป็นปัจจัยภายในเกี่ยวกับหน้าที่การบริหารของสถานประกอบการ ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT เป็นการพิจารณา ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strength)

การวิเคราะห์จุดแข็ง คือ การพิจารณาปัจจัยภายในสถานประกอบการ โดยวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายในว่ามีจุดเด่น ข้อดี ความเข้มแข็ง มีความสามารถ ศักยภาพ จุดที่ได้เปรียบหรือจุดที่สามารถแข่งขันได้ โดยจุดแข็งของสถานประกอบการจะพิจารณาในด้านต่างๆ เช่น การเงิน ความเป็นผู้นำ ทางการตลาด ภาพลักษณ์ที่มีมานาน ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิตสินค้า (Supplier) คุณภาพของวัตถุดิบ ทักษะของพนักงาน เป็นต้น

2. จุดอ่อน (Weakness)

หมายถึง การพิจารณาปัจจัยภายในสถานประกอบการ โดยวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายในว่ามีความเสียเปรียบอันจะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน เช่น ความขาดแคลนของเงินทุน ความสามารถในการจัดการ หรือทักษะทางการตลาดที่ขาดประสิทธิภาพ หรือภาพพจน์ของสินค้าที่ไม่ชัดเจน เป็นต้น

3. โอกาส (Opportunities)

คือ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกกว่าเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะส่งผลอย่างไรต่อ สถานประกอบการ มีโอกาสหรือช่องทางที่จะสามารถนำมาใช้ เพื่อให้เป็นประโยชน์กับธุรกิจได้หรือไม่ โดยจะต้องพิจารณาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี เช่น ส่วนแบ่งทางการตลาดที่ยังพอมีที่ว่างให้กิจการแทรกเข้าไป การเปลี่ยนแปลงที่มากกระทบจนคาดว่าคู่แข่งต้องปรับตัว การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะพลิกสถานการณ์ทางการตลาดให้กับสินค้าของเราได้

4. สิ่งคุกคาม (Threat)

คือ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นภัยคุกคามก่อให้เกิดผลเสีย หรือเป็นข้อจำกัดต่อสถานประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องการหลีกเลี่ยงและหาทางรับมือกับการเกิดขึ้นของสิ่งเหล่านั้น เพราะเป็นผลกระทบทางลบที่จะมีต่อการประกอบธุรกิจ เช่น ภาวะถดถอยทางธุรกิจ การเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งรายใหม่ ผู้ขายปัจจัยการผลิตสินค้า (Supplier) หรือคู่ค้ามีอำนาจต่อรองมากขึ้น รวมถึงการออกกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับของภาครัฐ ซึ่งเป็นข้อจำกัด (อุปสรรค) ในการประกอบธุรกิจให้เกิดขึ้นได้

2.2.2 แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

Diamond Model (Kotler, 2000) คือ กรอบแนวคิด หรือตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ โดยเป็นการพิจารณาและประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้านที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมในท้ายที่สุดว่าปัจจัยเหล่านั้นมีลักษณะที่จะเป็นการเอื้อหรือจะเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภาพของธุรกิจในเครือข่ายวิสาหกิจหรือไม่ อย่างไร และมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงบทบาทของภาครัฐที่จะมีผลต่อปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านนั้นด้วย ปัจจัย 4 ด้านที่นำมาวิเคราะห์ประกอบด้วย

1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions)

เป็นการวิเคราะห์ด้านปัจจัยการผลิต (Factor of Production) คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตและบริการในเรื่องนั้นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทักษะการผลิต ทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน รวมถึงไปโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ (Economic Structure) เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบการสื่อสาร และการคมนาคม เป็นต้น และปัจจัยที่ส่งเสริมในระบบมหภาค เช่น มาตรการทางการเงิน (เช่น อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย) การคลัง กฎหมาย (เช่น พรบ. ส่งเสริมการลงทุน) ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เป็นต้น

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

เป็นการวิเคราะห์ภาวะอุปสงค์ คือ การมีความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอและมีความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ ที่จะกระตุ้นให้เกิดขึ้นกลุ่มเป้าหมาย ขนาดของตลาด สัดส่วนในตลาด และศักยภาพของตลาด โดยพิจารณาจากปัจจัยดังนี้ เช่น ทักษะของผู้บริโภค ระดับความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นต้น

3. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context)

เป็นการพิจารณากลยุทธ์ของบริษัทและคู่แข่งทางการตลาด โดยมีปัจจัยในธุรกิจ เช่น จำนวนของผู้ประกอบการในตลาด การแข่งขันด้านราคาและการตลาด เครือข่ายการค้าของบริษัท เงินลงทุน กลยุทธ์ทางการค้าของคู่แข่ง ลักษณะของการแข่งขันที่มีผลกระทบต่อบริษัท และการปรับปรุงประสิทธิภาพ เป็นต้น

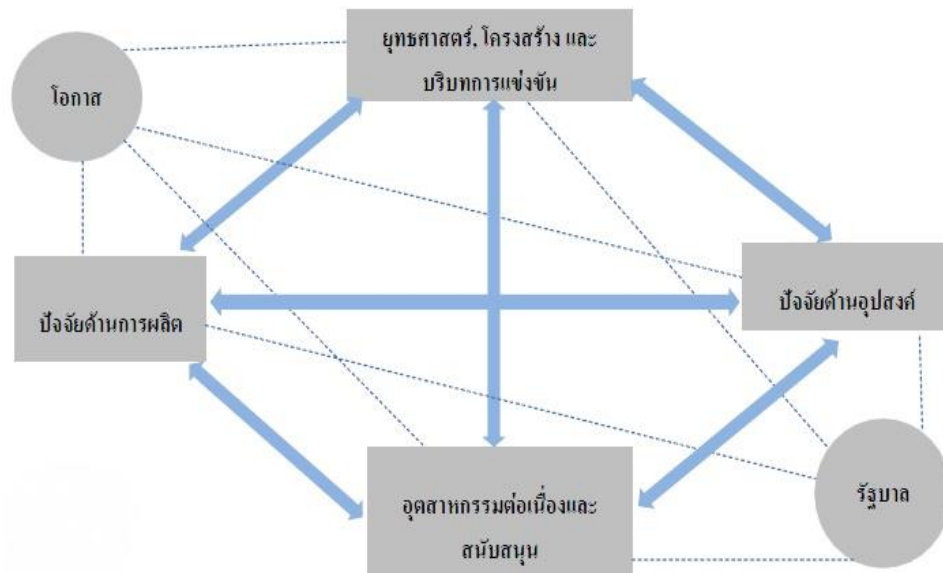
4. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

เป็นการวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และอุตสาหกรรมสนับสนุนว่ามีการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันภายในตลาดในประเทศ ได้แก่ การมีอยู่ของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ Supplier และบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการเชื่อมโยงกันในห่วงโซ่อุปทาน ระดับของความร่วมมือระหว่างบริษัท เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

แนวคิดการได้เปรียบด้านการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นแนวคิดที่ Micheal E. Porter พัฒนามาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของ Hecher and Ohlin ข้างต้น โดยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จะเป็นการพิจารณาความได้เปรียบจากต้นทุนการผลิตของสินค้าจากปัจจัย

การผลิตที่อุดมสมบูรณ์ในประเทศ แต่ความได้เปรียบด้านการแข่งขันนี้ จะพิจารณาถึงปัจจัยในด้านอื่นๆ ด้วย ซึ่ง Porter เห็นว่าความได้เปรียบด้านการแข่งขันมีความสำคัญมากกว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยปัจจัยที่จะกำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในสินค้านั้นมีอยู่ 4 ปัจจัยดังนี้



ที่มา Micheal E. Porter, 1987

รูปที่ 2.2 แบบจำลอง Diamond Model

1. สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตในที่นี้คือ ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง ปัจจัยพื้นฐานหมายถึง ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อุดมสมบูรณ์ในประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แหล่งเงินทุน ฯลฯ ที่จะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

2. สภาพอุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions)

อุปสงค์หรือความต้องการสินค้า และการบริการภายในประเทศที่ใหญ่ จะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศ จะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ รวมถึงทำให้เกิดความชำนาญในการผลิตสินค้า และบริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการพัฒนานี้ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับสินค้าในตลาดโลกได้มากขึ้น ได้แก่ ทักษะและรสนิยมของผู้บริโภคระดับความพิถีพิถัน และความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้า และบริการของบริษัท ลักษณะ และโครงสร้างการแบ่งส่วนการตลาดสำหรับสินค้า และบริการของบริษัท ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละส่วนการตลาดเป็นที่ยึดเอาได้ในระดับใด

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศ (Related and Supporting Industries)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องสนับสนุนร่วมมือ และประสานงานซึ่งกันและกัน เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนา และการปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพ และปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นมากขึ้น ได้แก่ ลักษณะ และบรรยากาศของการแข่งขันทางธุรกิจกลไกการตลาด ฯลฯ ที่จะมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท

4. กลยุทธ์ของสถานประกอบการ โครงสร้างองค์กร และสภาพการแข่งขันภายในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

การจัดการโครงสร้างองค์กร และระบบการบริหารงานให้เหมาะสมกับบริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตในอุตสาหกรรมนั้นมากขึ้น การแข่งขันในการผลิตสินค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศจะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้นด้วย กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และเชื่อมโยงกันในสายของห่วงโซ่อุปทานมีความครบถ้วนมากขึ้นน้อยเพียงใด และมีระดับของความสัมพันธ์ร่วมมือระหว่างกันเพียงใด เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ระหว่างกัน วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์/ตลาดร่วมกัน ฯลฯ

ปัจจัยทั้งสี่ข้างต้น จะเป็นสิ่งกำหนดที่ทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขัน หรือที่เรียกว่า Diamond of National Competitive โดยในทัศนะของ Porter นั้นปัจจัยทั้ง 4 ประการ จะหมุนเวียนกันไปมาโดยจะเริ่มต้นปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งก่อน แล้วจะผลักดันให้เกิดปัจจัยตามมา และการที่ประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันอย่างยาวนานและยั่งยืนนั้น ควรจะต้องมีปัจจัยเกื้อหนุนทั้ง 4 ประการอย่างครบถ้วน ไม่ควรได้เปรียบเพียงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเท่านั้น ซึ่งแนวคิดการวิเคราะห์จะถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์บทที่ 6

2.2.3 การวิเคราะห์โซ่อุปทาน (Supply Chain Analysis)

สภาวิชาชีพการจัดการโซ่อุปทาน (Council of Supply Chain Management Professional) ได้ให้นิยามของโซ่อุปทาน โดยกล่าวว่า การจัดการโซ่อุปทาน ประกอบไปด้วย การวางแผนและการบริหารกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อ การแปรรูป และกิจกรรมโลจิสติกส์ทุกกิจกรรม และที่สำคัญยังรวมถึงการประสานงาน (Coordination) และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) ระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้ให้บริการขนส่ง และลูกค้า หรือกล่าวคือองค์กรที่อยู่ในห่วงโซ่เดียวกัน

แลมเบิร์ต (Lambert, et al., 1998) การจัดการห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง การบูรณาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เริ่มต้นจากผู้บริโภคขั้นสุดท้ายผ่านไปจนกระทั่งถึงผู้จัดจำหน่ายขั้นแรกสุดที่ทำหน้าที่จัดหาสินค้า บริการ และสารสนเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภค

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2552) การจัดการห่วงโซ่อุปทานคือ การจัดการความสัมพันธ์กับผู้หาสินค้าและลูกค้าเพื่อทำการส่งสินค้าและบริการที่มีคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าในทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) คือ การรวบรวมการวางแผนและการจัดการของกิจกรรมทั้งหมดที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดหา การจัดซื้อ การแปรรูป และ กิจกรรมการจัดการ

ทั้งหมด ที่สำคัญการจัดการโซ่อุปทานยังรวมถึงการประสานงาน (Coordination) และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) กับหุ้นส่วนในโซ่อุปทาน ซึ่งจะเป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบ ตัวกลางผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และลูกค้า แก่นสำคัญคือ การจัดการโซ่อุปทานจะบูรณาการ (Integrate) ทั้งการจัดการอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งรวมถึงทั้งภายในและภายนอกบริษัท (วิทยา สุหฤตดำรง, 2545)

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการความสัมพันธ์ขององค์กรภายในห่วงโซ่อุปทานทุกองค์กร เช่น ผู้หาสินค้า ไปจนถึงกระทั่ง ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจที่มากขึ้น โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าในทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยห่วงโซ่อุปทานจะดำเนินไปได้ด้วยการประสานงานและการทำงานร่วมกันขององค์กรภายในห่วงโซ่เดียวกัน

ส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐาน

ห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐานประกอบไปด้วยองค์กรอิสระ 3 องค์กร (3 entities) และการไหล 4 ประเภท (four flows) โดยองค์กรอิสระทั้ง 3 องค์กร ประกอบไปด้วย

1. ผู้หาวัตถุดิบ (supplier) ทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นในการใช้ผลิต
2. ผู้ผลิต (producer) ทำหน้าที่รับปัจจัยการผลิตมา และผลิตสินค้าขั้นสุดท้าย
3. ลูกค้า (customer)

ส่วนการไหล 4 ประเภทนั้น ประกอบไปด้วย

1. การไหลของข้อมูล เช่น คำสั่งซื้อ ใบกำกับสินค้า
2. การไหลของเงิน เช่น การจ่ายเงินให้แก่ผู้ขายปัจจัยการผลิต
3. การไหลของผลิตภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สินค้าขั้นสุดท้าย
4. การไหลกลับของผลิตภัณฑ์ เช่น การนำกลับมาซ่อม การนำไปทำลาย

บทที่ 3

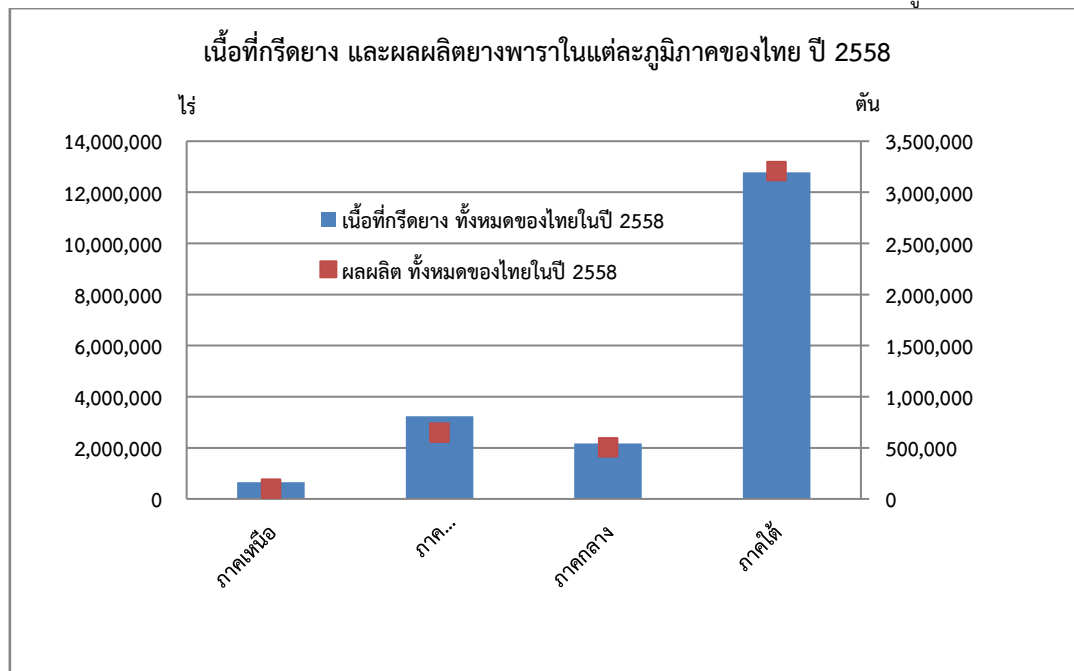
การผลิตและโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

บทนี้เป็นการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและระบบโลจิสติกส์ ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน เพื่อให้ทราบถึง สภาพการณ์ปัจจุบันด้านการผลิต และการจัดการโซ่อุปทานรวมถึงระบบโลจิสติกส์ของยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนซึ่งนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินถึงศักยภาพ การพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และระบบโลจิสติกส์ของยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน โดยแบ่งการศึกษาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 3.1 สถานการณ์การผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย
- 3.2 สถานการณ์การผลิตยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
- 3.3 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย
- 3.4 ปัญหาและอุปสรรคของการอุตสาหกรรมยางพาราในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

3.1 สถานการณ์การผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย

ปัจจุบันพื้นที่การผลิตยางพาราของไทยในแต่ละภูมิภาคของไทยมีพื้นที่ปลูกและผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 พบว่ามีเนื้อที่กรีดยางพารา 18.85 ล้านไร่ เพิ่มขึ้นจาก 18.22 ล้านไร่ ในปี 2557 ร้อยละ 3.41 เนื่องจากนโยบายภาครัฐในการขยายเนื้อที่ปลูกยางพาราประกอบกับในช่วงที่ผ่านมาราคางูใจให้เกษตรกรขยายเนื้อที่ปลูกมีอัตราการขยายตัวถึง ร้อยละ 5.5 (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) ภาคใต้ของประเทศไทยเป็นภาคที่มีเนื้อที่กรีดยาง และมีปริมาณผลผลิตยางพารามากเป็นอันดับที่ 1 ของประเทศ รองลงมาเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคเหนือ ตามลำดับ ดังรูปที่ 3.1



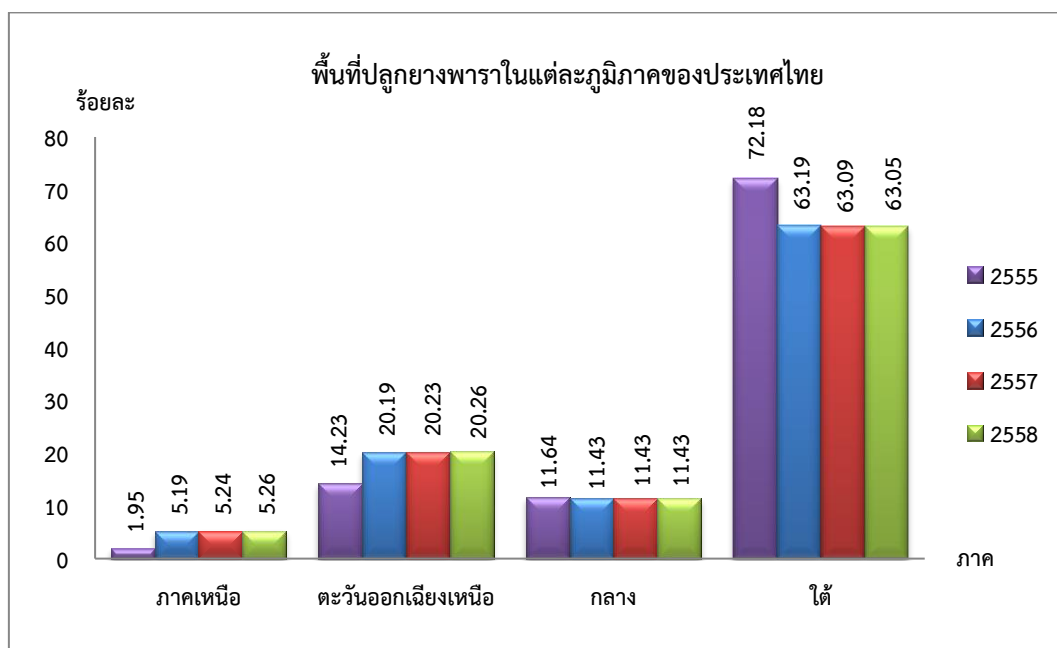
ที่มา ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.1 เนื้อที่กรีดยาง และผลผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของไทย ปี 2558

แนวโน้มพื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคเมื่อเทียบเป็นอัตราส่วนแล้วในระหว่างปี 2556 ถึง 2558 นั้นมีพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีการขยายพื้นที่ปลูกในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีปัจจัยหลายอย่างส่งผลต่อการขยายตัว อาทิ นโยบายที่มีการสนับสนุนส่งเสริมการปลูก และการเพิ่มผลผลิตยางพาราของรัฐบาลไทยเพื่อการอุปโภคทั้งในประเทศ และเพื่อการส่งออกให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ณ ขณะในช่วงปี พ.ศ. 2556 – 2558 จึงเป็นผลทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ในทุกภูมิภาคนิยมนำที่ดินเพาะปลูกเดิมเปลี่ยนมาปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามในปลายปี 2558 จำนวนผลผลิตยางพาราไทยเพื่อการส่งออกได้สวนทางกับราคายางในตลาดที่ผันผวนส่งผลให้เกษตรกรจำนวนมากได้รับผลกระทบอันเนื่องมาจากตลาดซื้อขายหลัก ในการส่งออกของยางพาราไทย อันได้แก่ ประเทศจีน ได้มีการลงทุนปลูกยางพาราตามสัญญาที่ได้ร่วมมือทำข้อตกลงทางเศรษฐกิจกับกลุ่มประเทศ CLMV อันได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม เป็นต้น

โดยสัดส่วนพื้นที่ปลูกยางพาราในภาคใต้มีปริมาณมากที่สุดถึงประมาณ ร้อยละ 63.05 ตามด้วย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ ร้อยละ 20.26 ภาคกลางร้อยละ 11.43 และ ภาคเหนือร้อยละ 5.26 ตามลำดับ ดังรูปที่ 3.2 โดยมีแนวโน้มพื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคที่เพิ่มขึ้น (ภาคเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 จากปี พ.ศ. 2555 - 2558)

3.1.1 พื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย



ที่มา ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.2 แนวโน้มพื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคระหว่างปี 2555-2558

โดยเฉพาะอัตราการขยายตัวของผลผลิตยางพาราในแต่ละภาคของประเทศไทยมีอัตราผลผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเพิ่มขึ้นของผลผลิตเป็นจำนวนมาก โดยคิดเป็นอัตราร้อยละ 47.51 และ 35.70 ตามลำดับทั้งนี้อัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของผลผลิตยางพาราดังกล่าว

สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่มีการสนับสนุนการปลูกยางพาราในแถบภูมิภาคทางเหนือของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เรื่อยมาส่งผลให้อัตราการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา (ยางพาราสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ต่อเมื่อต้นยางพารามีอายุมากกว่า 7 ปี) ใน ปี พ.ศ. 2555 ถึงปี พ.ศ. 2558 ในภาคเหนือเพิ่มสูงขึ้นถึงเท่าตัว (ตารางที่ 3.1)

3.1.2 อัตราการขยายตัวผลผลิตยางพาราของประเทศไทย

ตารางที่ 3.1 อัตราเฉลี่ยการขยายตัวผลผลิตยางพาราของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2554– 2558

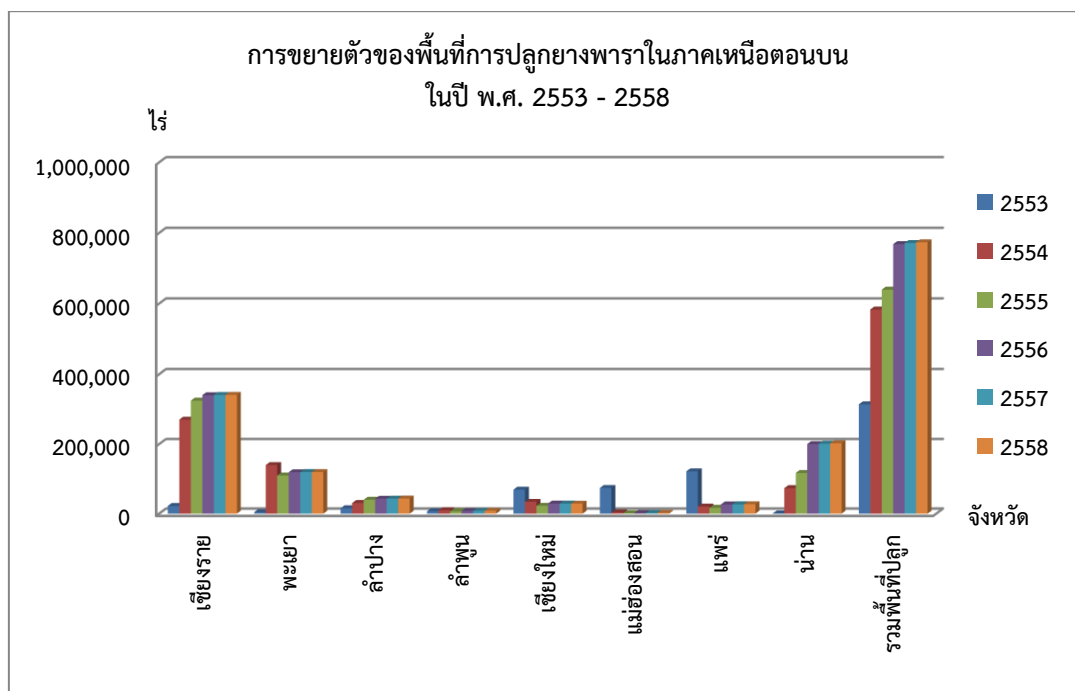
ภูมิภาค	ปี 2554 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2555 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2556 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2557 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2558 ผลผลิต (ตัน)	อัตราเฉลี่ยการ ขยายตัวของ ผลผลิต (2554-2558)
ภาคเหนือ	42,836	59,558	88,757	96,541	101,757	47.51%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	353,923	430,451	556,528	629,631	649,585	36.70%
ภาคกลาง	416,213	436,219	491,467	514,979	506,324	24.30%
ภาคใต้	2,535,925	2,699,067	3,419,535	3,323,109	3,208,397	25.30%

ที่มา จากผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

ทั้งนี้หากวิเคราะห์ถึงอัตราการปลูกและอัตราการขยายตัวของผลผลิตยางพาราในภาคเหนือของไทย จะเห็นว่าเกษตรกรผู้ปลูกมีความตื่นตัว และหันมาทำการปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างมากทดแทนการทำสิ่กรรมหรือเกษตรกรรมดั้งเดิม ได้แก่ การปลูกข้าวโพดสั้ปะรด ข้าว มันสำปะหลัง ลิ้นจี่และลำไย เป็นต้น ซึ่งสาเหตุหลักที่ส่งผลให้เกษตรกรในภาคเหนือตัดสินใจหันมาปลูกยางพารานั้น ได้แก่ นโยบายและการสนับสนุนการปลูกยางพาราในแถบภาคเหนือของไทย ในปี พ.ศ.2547 รวมถึงการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนจากต่างถิ่น และการประชาสัมพันธ์ของพ่อค้าผู้จำหน่ายพันธุ์ยางโดยมีการประชาสัมพันธ์ชักจูงเกษตรกรด้วย กำไรจากการขายผลผลิตยางพาราชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นน้ำยางสดที่ส่งต่อไปยังโรงงานแปรรูปและยางก้อนถ้วย เป็นต้น

3.2 สถานการณ์การผลิตยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

จากอัตราการขยายตัวของการปลูกยางพาราในภาคเหนือ พบว่า 8 จังหวัดในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณ 1.2 ล้านไร่ ทั้งนี้ในปี 2558 จังหวัดที่มีการขยายตัวของพื้นที่มากที่สุดคือในกลุ่ม 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงราย มีพื้นที่เพาะปลูกจำนวน 341,553 ไร่ รองลงมาคือ จังหวัดน่าน จำนวน 202,327 ไร่ จังหวัดพะเยาจำนวน 119,578 ไร่ ตามลำดับ ดังรูปที่ 3.3



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.3 การขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบน

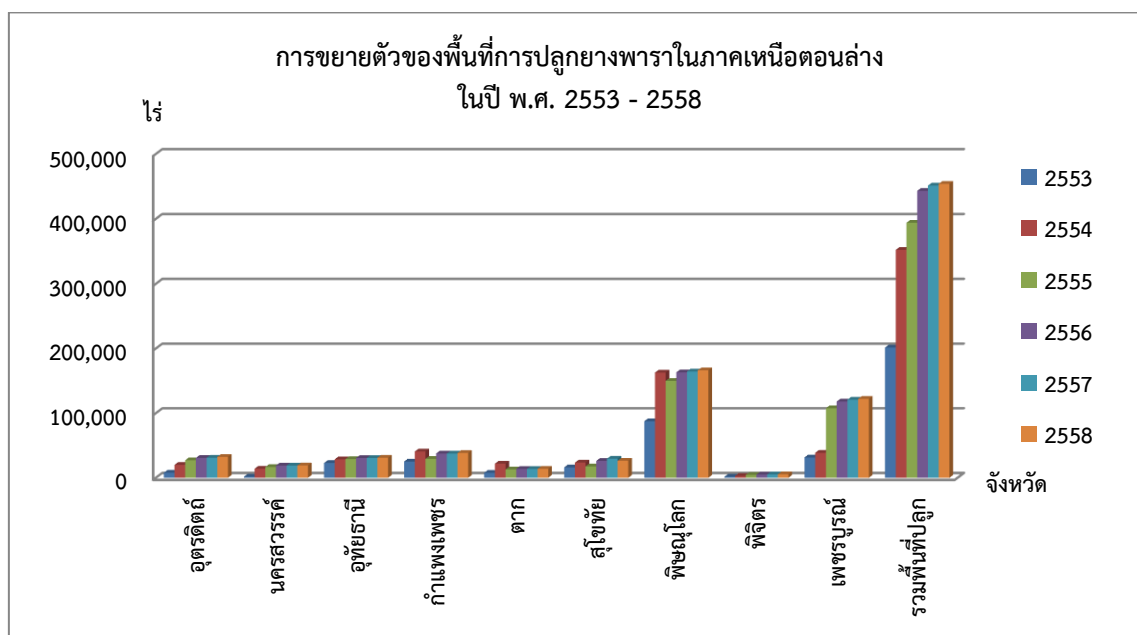
จากการศึกษาอัตราการขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมามีอัตราการขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพิ่มขึ้นไม่มากและเริ่มจะค่อนข้างคงที่ โดยปี พ.ศ. 2553 ถึง พ.ศ. 2556 เป็นช่วงที่มีการขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางมากในปี พ.ศ.2555 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 9.64 และ ปี พ.ศ. 2556 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ ร้อยละ 20.18 ปี พ.ศ. 2557 ตามลำดับ

ตารางที่ 3.2 การขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางของภาคเหนือตอนบนระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2558

จังหวัด/เนื้อที่การปลูก (ไร่)	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
เชียงราย	22,156	270,415	324,981	340,552	341,253	341,553
พะเยา	4,135	139,825	109,735	119,193	119,586	119,578
ลำปาง	15,673	30,799	39,943	42,979	43,039	43,530
ลำพูน	6,877	10,020	6,919	7,751	8,174	8,174
เชียงใหม่	69,172	34,029	22,583	28,964	28,966	28,809
แม่ฮ่องสอน	74,043	3,945	1,244	2,063	2,250	2,257
แพร่	121,762	20,615	16,866	26,694	26,897	27,148
น่าน	651	73,494	117,113	200,201	201,413	202,327
รวมพื้นที่ปลูก	314,469	583,142	639,384	768,397	771,578	773,376
อัตราการขยายตัว	-	85.44%	9.64%	20.18%	0.41%	0.23%

ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2558 นั้นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.41 และ 0.23 ตามลำดับ เนื่องจากในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยได้ประสบปัญหาอุทกภัยเกิดความเสียหายเป็นอย่างมาก ทำให้อัตราการขยายพื้นที่ปลูกไม่สามารถขยายได้ดีเท่าที่ควรในปี พ.ศ. 2558 เกษตรกรมีปัญหาด้านราคาที่ยางพาราที่ตกต่ำทำให้เกษตรกรบางส่วนระงับการขยายการปลูกยางพาราออกไป ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผลกระทบจากราคายางในตลาดมีความผันผวนอันเนื่องมาจากการแทรกแซงของพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่น รวมถึงพ่อค้าในตลาดกลางยางพาราไทย มีผลกระทบอย่างมากกับเกษตรกรชาวสวนยางใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.4 การขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนล่าง ในปี พ.ศ. 2553-2558

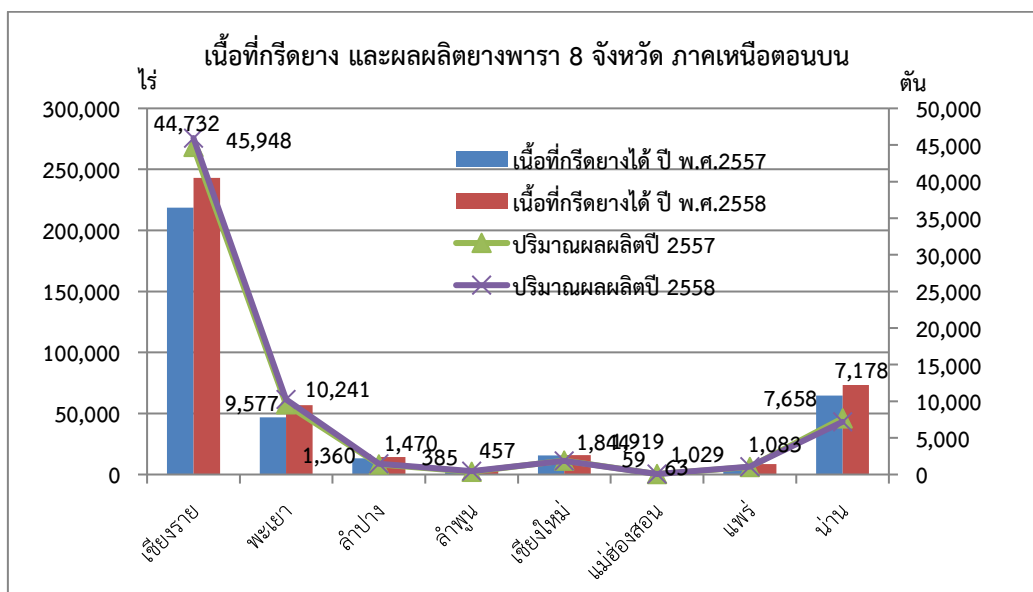
จากการศึกษาพบว่าสัดส่วนพื้นที่ปลูกยางในเขตภาคเหนือตอนบนมีมากกว่าภาคเหนือตอนล่าง อีกทั้งยังมีแนวโน้มการขยายตัวที่มากกว่าภาคเหนือตอนล่างด้วยเช่นกัน จังหวัดที่มีการขยายตัวของเนื้อที่มากที่สุดในเขตภาคเหนือตอนล่างคือ จังหวัดพิษณุโลก มีเนื้อที่ปลูกยางจำนวน 166,220 ไร่ รองลงมาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 121,961 ไร่ จังหวัดกำแพงเพชรจำนวน 38,293 ไร่ ตามลำดับ (รูปที่ 3.4) ในปี พ.ศ. 2553 – 2556 พบว่าพื้นที่การปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือตอนล่างมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.84 และร้อยละ 12.47 และในปี พ.ศ. 2557 – 2558 มีอัตราการขยายตัวของพื้นที่ปลูกลดลง ร้อยละ 1.84 และร้อยละ 0.58 (ตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 การขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางของภาคเหนือตอนล่างระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2558

จังหวัด/เนื้อที่การปลูก (ไร่)	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
อุดรดิตถ์	7,775	19,965	27,045	30,654	30,956	32,254
นครสวรรค์	1,590	13,983	16,651	18,849	18,896	18,932
อุทัยธานี	22,839	28,425	28,852	30,516	30,585	30,844
กำแพงเพชร	25,014	40,591	29,218	37,400	37,454	38,293
ตาก	7,639	21,762	12,812	13,614	13,570	13,777
สุโขทัย	16,079	23,444	17,496	26,063	29,450	26,268
พิษณุโลก	87,466	162,720	149,870	163,067	164,352	166,220
พิจิตร	1,593	2,759	4,533	5,043	5,207	5,327
เพชรบูรณ์	31,382	38,588	107,480	117,866	120,773	121,961
รวมพื้นที่ปลูกภาคเหนือตอนล่าง	201,377	352,237	393,957	443,072	451,243	453,876
อัตราการขยายตัว	-	74.91%	11.84%	12.47%	1.84%	0.58%

ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

ทั้งนี้อัตราเฉลี่ยของการขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางพารา และอัตราผลผลิตยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวในภาพรวมจากปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2558 โดยเฉลี่ยร้อยละ 2.35 ต่อปีจังหวัดเชียงรายมีอัตราการขยายตัวสูงสุดเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.72 จังหวัดพะเยาเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.96 จังหวัดน่านถดถอยร้อยละ 6.27 จังหวัดเชียงใหม่ถดถอยร้อยละ 3.91 จังหวัดแพร่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.25 จังหวัดลำปางเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.09 จังหวัดลำพูนเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.70 และจังหวัดแม่ฮ่องสอนเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.78 (ดังรูปที่ 3.5)



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

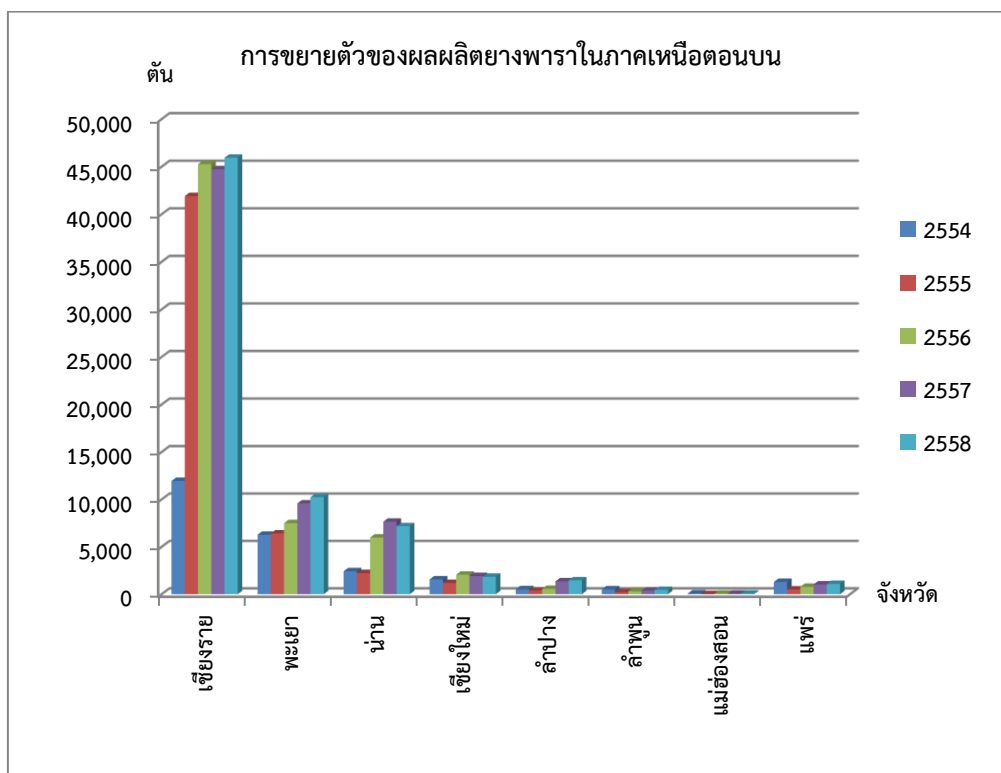
รูปที่ 3.5 เนื้อที่กรีดยาง และผลผลิตยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน

ตารางที่ 3.4 ผลผลิตของการปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย ปี 2554-2558 (ตัน)

จังหวัด/ผลผลิต (ตัน)	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
เชียงราย	11,956	41,915	45,269	44,732	45,948
พะเยา	6,272	6,409	7,498	9,577	10,241
ลำปาง	526	386	566	1,360	1,470
ลำพูน	519	212	312	385	457
เชียงใหม่	1,566	1,181	2,060	1,919	1,844
แม่ฮ่องสอน	80	5	49	59	63
แพร่	1,295	501	780	1,029	1,083
น่าน	2,422	2,233	5,980	7,658	7,178
รวม	24,636	52,842	62,514	66,719	68,284

ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

จากข้อมูลกรมส่งเสริมการเกษตร (2558) พบว่าผลผลิตของการปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบน ทั้งหมดของไทยประจำปี พ.ศ. 2554 มีทั้งสิ้น 11,834 ตัน พ.ศ. 2555 มีทั้งสิ้น 21,476 ตัน พ.ศ.2556 มีทั้งสิ้น 88,757 ตัน พ.ศ. 2557 มีทั้งสิ้น 98,541 ตัน และ พ.ศ. 2558 มีทั้งสิ้น 101,757 ตัน ดังรูปที่ 3.6



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.6 การขยายตัวของผลผลิตยางพาราในภาคเหนือตอนบน

ตารางที่ 3.5 พื้นที่การปลูกยางพาราในจังหวัดเชียงรายปี 2557

พื้นที่	จำนวน ครัวเรือน	เนื้อที่ปลูก ทั้งหมด (ไร่)	ร้อยละ	เนื้อที่ ไม่ให้ผล (ไร่)	ร้อยละ	เนื้อที่ ให้ผล (ไร่)	ร้อยละ
จ.เชียงราย	18,656	291,962.5		170,741		121,221.5	
อ.เมืองเชียงราย	1,791	30,731	10.53	19,020	11.14%	11,711	9.66
อ.เวียงชัย	740	18,515	6.34	13,394	7.84%	5,121	4.22
อ.เชียงของ	3,210	39,271	13.45	28,535	16.71%	10,736	8.86
อ.เทิง	3,392	52,851	18.10	23,457	13.74%	29,394	24.25
อ.พาน	370	6,901.75	2.36	4,537.75	2.66%	2,364	1.95
อ.ป่าแดด	302	7,589.25	2.60	4,010.5	2.35%	3,578.75	2.95
อ.แม่จัน	257	6,711.5	2.30	5,677.5	3.33%	1,034	0.85

อ.เชียงแสน	563	15,384	5.27	8,839	5.18%	6,545	5.40
อ.แม่สาย	40	1,481.75	0.51	950.75	0.56%	531	0.44
อ.แม่สรวย	632	7,221.75	2.47	4,799.75	2.81%	2,422	2.00
อ.เวียงป่าเป้า	743	12,291	4.21	6,923.25	4.05%	5,367.75	4.43
อ.พญาเม็งราย	1,870	30,388	10.41	12,036	7.05%	18,352	15.14
อ.เวียงแก่น	1,870	30,388	10.41	12,036	7.05%	18,352	15.14
อ.ขุนตาล	176	1,427	0.49	1,014	0.59%	413	0.34
อ.แม่ลาว	388	5,528	1.89	3,127	1.83%	2,401	1.98
อ.เวียงเชียงรุ้ง	1,019	13,423	4.60	8,907	5.22%	4,516	3.73
อ.ดอยหลวง	1,550	20,158	6.90	13,404	7.85%	6,754	5.57

ที่มา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2558

หมายเหตุ: ผลเฉลี่ย/เนื้อที่ให้ผลผลิตเฉลี่ยสำหรับเรียกดูข้อมูลเป็นรายปี, ผลผลิตเฉลี่ย/เนื้อที่เก็บเกี่ยว หมายถึงผลผลิตเฉลี่ยสำหรับเรียกดูข้อมูลเป็นรายเดือน

การศึกษาครั้งนี้จึงทำการศึกษาเชิงลึกในส่วนของจังหวัดเชียงรายเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตสูงสุดใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีพื้นที่การปลูกยางพารามากถึง 291,962 ไร่ ในปี พ.ศ. 2557 และมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปริมาณผลผลิตยางพารามีมากถึง 44,095.46 ตัน ในปี พ.ศ. 2557 (ดังตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.6 ชนิดของผลผลิตจากยางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย (จังหวัดเชียงราย)

ลำดับ	ผลผลิต	ปริมาณผลผลิตร้อยละ
1.	น้ำยางสด	10
2.	ยางแผ่นรมควัน	10
3.	ยางแผ่นดิบ	10
4.	ยางก้อนถ้วย	60
5.	เศษยาง/ขี้ยาง	10

ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์, 2558

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงงานยางพาราบริษัท เชียงรายยางพารา เซ็นเตอร์ จำกัด อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย และโรงงานยางพารา สหกรณ์การเกษตรเชียงราย จำกัดทำให้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงเกี่ยวกับราคารับซื้อของยางพารา ปริมาณการรับซื้อยางพาราต่อวัน ความต้องการของตลาดที่รับซื้อยางพารา รวมไปถึงวิธีการขนส่งวัตถุดิบพบว่าชนิดของผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรับซื้อยางพารามากที่สุดคือ ยางก้อนถ้วย (ปริมาณร้อยละ 60 ของผลผลิตยางพาราทั้งหมด) เนื่องจากเกษตรกรมีความเชื่อว่ายางก้อนถ้วยทำง่าย ราคายางดี และต้นทุนต่ำ ขายได้เร็วกว่ายางแผ่นดิบ ซึ่งยางแผ่นดิบมีขั้นตอนการทำที่ยากในการทำที่สำคัญเกษตรกรยังสามารถมีเวลาไปทำกิจกรรมอย่างอื่นได้อีก เนื่องจากเกษตรกรสวนยางทางภาคเหนือ (จังหวัดเชียงราย) ยังทำอาชีพอื่นนอกเหนือจากการปลูกยางพารา เช่น ทำไร่ ทำนา ทำสวน และเลี้ยง

สัตว์อีกทั้งการรับซื้ออย่างก้อนถ้วย ทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) มีโรงงานแปรรูปที่รองรับความต้องการผลผลิตของเกษตรกรที่ทำการปลูกยางพาราเพื่อทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นเครพ

ปัจจุบันผลผลิตเกษตรกรชาวสวนยางพาราภาคเหนือจังหวัดเชียงราย ภูมิศึกษาของโรงงานเชียงราย ยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด ผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนยางนิยมผลิตขายให้กับพ่อค้ารับซื้ออย่าง ได้แก่ ยางก้อนถ้วย ประมาณร้อยละ 60 และยางแผ่นดิบ ร้อยละ 10 ดังตารางที่ 3.6

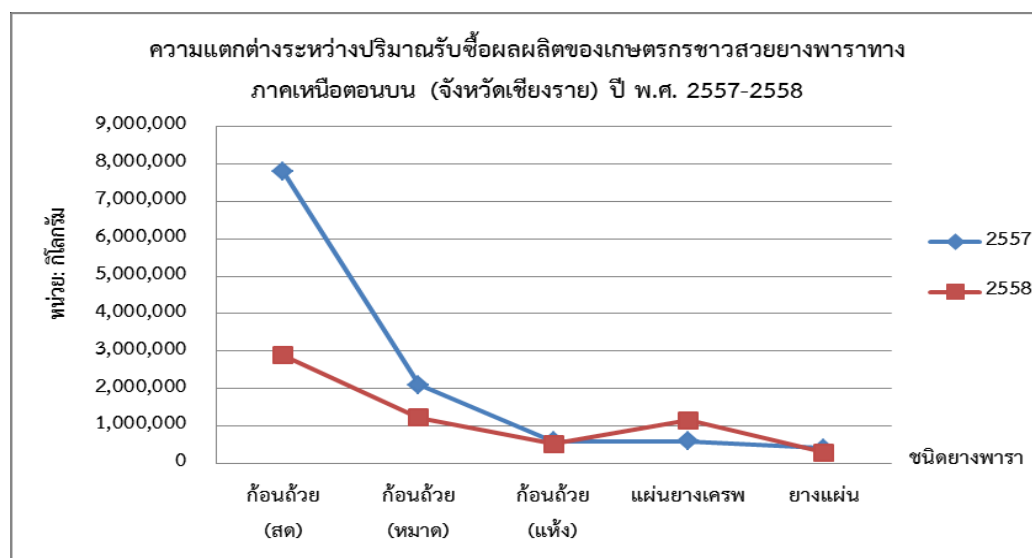
ตารางที่ 3.7 ปริมาณผลผลิตที่เกษตรกรนิยมของภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

หน่วย: กิโลกรัม					
รับซื้อ	ก้อนถ้วย (สด)	ก้อนถ้วย (หมาด)	ก้อนถ้วย (แห้ง)	ยางเครพ	ยางแผ่นดิบ
2557	7,781,352	2,102,198	604,518	594,273	415,342
2558	2,884,936	1,233,636	524,199	1,155,267	293,337

ที่มาบริษัท เชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด, 2558

หมายเหตุ: ปริมาณผลผลิตในปี พ.ศ. 2558 ครึ่งปีแรก (มกราคม – สิงหาคม)

จากตารางที่ 3.7 เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งของผู้ประกอบการรับซื้อยางพาราของภาคเหนือตอนบนภูมิศึกษา จังหวัดเชียงรายซึ่งชี้ให้เห็นถึงภาพรวมประเภทของยางพาราและปริมาณการรับซื้อระหว่างปี 2557-2558 (คิดเป็นกิโลกรัม) มีการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรชาวสวนยางพารา ซึ่งมีทั้งหมด 4 ประเภทที่รับซื้อ ยางก้อนถ้วย (สด) ยางก้อนถ้วย (หมาด) ยางก้อนถ้วย (แห้ง) แผ่นยางเครพ และแผ่นยางเป็นต้น



ที่มา จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด, 2558

หมายเหตุ ปริมาณผลผลิตในปี พ.ศ. 2558 ครึ่งปีแรก (มกราคม – สิงหาคม)

รูปที่ 3.7 ความแตกต่างระหว่างปริมาณรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ปี พ.ศ. 2557-2558

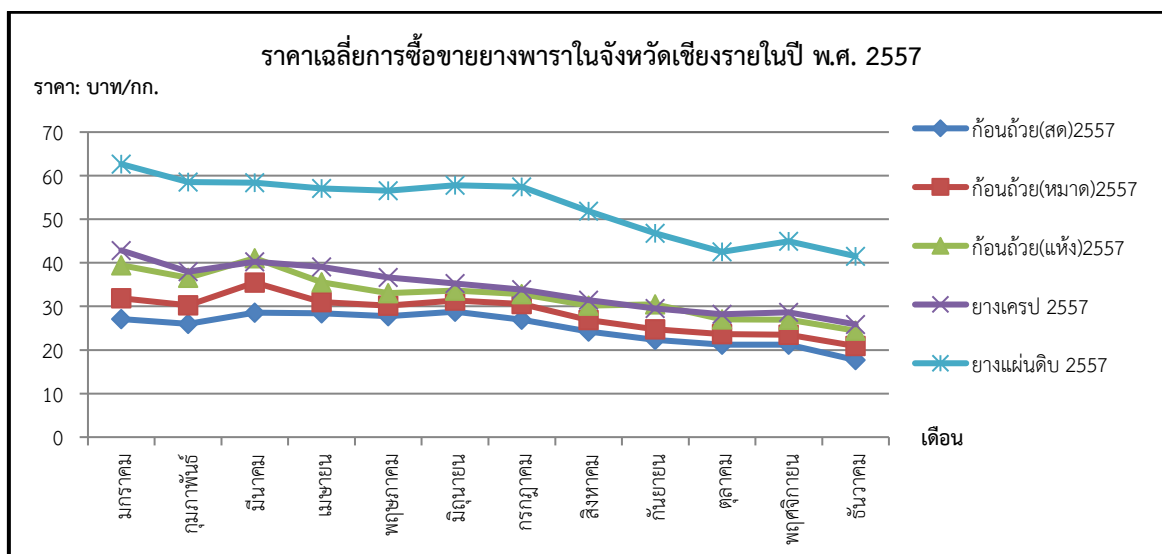
จากรูปที่ 3.7 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปริมาณผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) จะเห็นความแตกต่างได้ชัดเจน เกษตรกรนิยมผลิตยางก้อนถ้วย (สด, หมาด, แห้ง) ส่งขายให้กับผู้ประกอบการรับซื้อมากกว่าผลผลิตประเภทอื่นๆ เช่น ยางแผ่นดิบ ยางเครพ น้ำยางสด เป็นต้น ปริมาณการรับซื้อยางก้อนถ้วย (สด) ในครึ่งปีแรก 2558 (เดือน มกราคม – สิงหาคม) มี 2,884,936 กิโลกรัม ยางก้อนถ้วย (หมาด) มี 1,233,636 กิโลกรัม และยางก้อนถ้วย (แห้ง) มี 524,199 กิโลกรัม

ทั้งนี้ปริมาณผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนรวมไปถึงพ่อค้าคนกลางที่นำผลผลิตยางพารามาส่งขายให้กับโรงงานรับซื้อหรือแปรรูประหว่างปี 2557-2558 นั้น พัฒนาไปอย่างมากในด้านการแปรรูปวัตถุดิบยางพาราเบื้องต้นจากยางก้อนถ้วยนำมาแปรรูปเป็นยางเครพ นั้นหมายถึงเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลางเล็งเห็นการแปรรูปวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผลผลิตจากเกษตรกร เช่น ยางก้อนถ้วยยังเป็นผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ยังเป็นที่นิยมผลิตเพื่อการส่งขายเพราะหาง่ายขายคล่องและสะดวกต่อการขนส่งและจำหน่าย เป็นต้น

โครงสร้างตลาดราคายางพาราในภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย

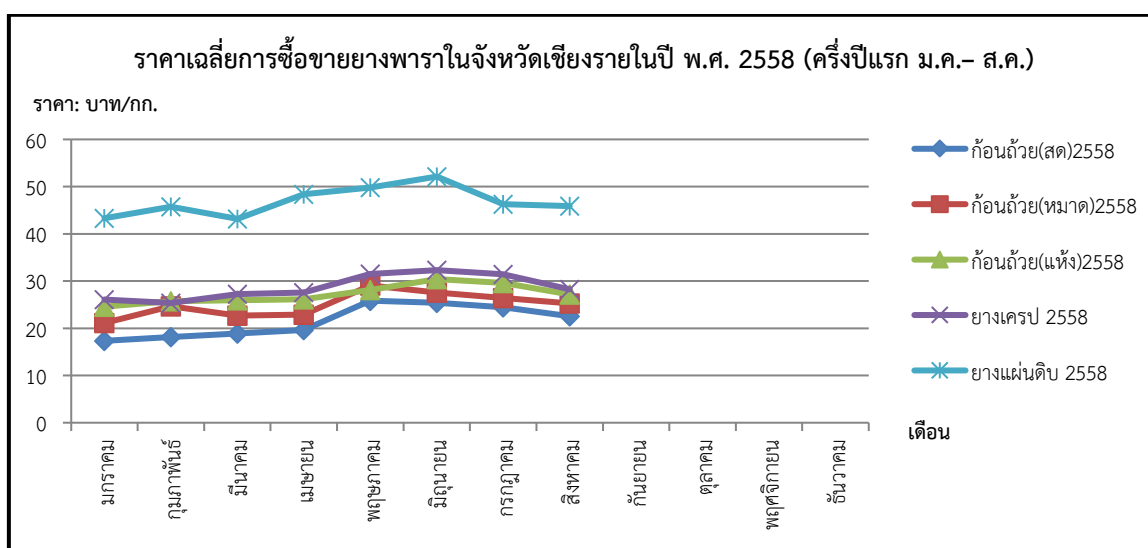
โครงสร้างตลาดยางพาราทางภาคเหนือตอนบน ณ ปัจจุบันราคาของการซื้อขายมีความผันผวนเป็นอย่างมาก การรับซื้อของราคาท้องถิ่นนั้นมีความแตกต่างกัน รวมถึงการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางที่นำยานพาหนะเข้าไปรวบรวมจากเกษตรกรแล้วส่งต่อไปยังแหล่งรับซื้ออีกทอดหนึ่ง โดยยางที่ซื้อขายส่วนใหญ่ ได้แก่ ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย น้ำยางสด และเศษยาง ซึ่งปริมาณการซื้อขายในแต่ละครั้งมีจำนวนไม่มากนัก อีกทั้งตลาดยางระดับท้องถิ่นยังมีหลายระดับตามขนาดเงินทุนและความสามารถในการรวบรวมยางของผู้ซื้อทั้งระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัดและโรงงานแปรรูปยางพารา ผู้ซื้อยางในท้องถิ่นที่ระดับต่ำกว่ามักมีความสัมพันธ์ค่อนข้างใกล้ชิดกับผู้ซื้อยางในท้องถิ่นในระดับที่สูงกว่า เช่น ร้านค้าท้องถิ่น (ยี่ปั่ว) หรือนายหน้าในการจัดหาวัตถุดิบส่งให้กับผู้ซื้อระดับจังหวัดหรือผู้ประกอบการจึงส่งผลทำให้ราคายางที่รับซื้อจากเกษตรกรมีราคาที่แตกต่างกัน รวมถึงปัจจัยสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วย ซึ่งราคายางมีการเคลื่อนไหวขึ้นลงตามสถานการณ์การที่ควบคุมราคายางให้อยู่กับที่จึงทำได้ยาก อีกทั้งยังมีการประกันราคา การแทรกแซงราคา ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อระบบทางการตลาด จึงจะทำให้ระบบตลาดผิดไปจากความเป็นจริง ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุของความไม่มีเสถียรภาพของราคายางพาราทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การกำหนดราคายางพาราของจังหวัดเชียงรายนั้นใช้การอ้างอิงจากราคาตลาดกลาง โดยทำการหาค่าเฉลี่ยราคาซื้อขายต่อเดือนและแบ่งประเภทของผลผลิตยางพาราที่รับซื้อของผู้ประกอบการ เช่น ยางก้อนถ้วย (สด, หมาด, แห้ง) แผ่นยางเครพ และแผ่นยางดิบ เป็นต้น ซึ่งสามารถเปรียบเทียบราคาของผลผลิตยางพาราแต่ละประเภท ได้ดังต่อไปนี้ ราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางจังหวัดเชียงราย ในระหว่างปี พ.ศ.2557 ต่อ กิโลกรัมผลผลิตที่มีการรับซื้อ คือ ยางก้อนถ้วย (สด) ราคาเฉลี่ย 25.02 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม ยางก้อนถ้วย (หมาด) ราคาเฉลี่ย 28.36 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม ยางก้อนถ้วย (แห้ง) ราคาเฉลี่ย 32.58 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม, ยางเครพ ราคาเฉลี่ย 34.13 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม และยางแผ่นดิบ ราคาเฉลี่ย 53.01 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม จากรูปที่ 3.8 จะสังเกตเห็นได้ชัดว่าราคายางพารามีแนวโน้มราคาที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง อาจมาจากปัจจัยในหลายด้านที่ส่งผลกระทบต่อราคายางพาราในปี 2557 และในปี 2558 เดือนมกราคมถึงเดือนสิงหาคมราคายางพารามีการขยับตัวเพิ่มขึ้นบ้างบางชนิด เช่น ยางก้อนถ้วย (สด) ราคาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.22 และยางก้อนถ้วย (หมาด) ราคาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.25 ยางก้อนถ้วย (แห้ง) ราคาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.27 ส่วนของยางแผ่นดิบ และยางเครพ ค่อนข้างมีราคาที่ผันผวนอยู่ตลอดเวลา (ดังรูปที่ 3.9)



ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์, 2558

รูปที่ 3.8 ราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2557



ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์, 2558

รูปที่ 3.9 ราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2558 (ครึ่งปีแรก ม.ค.- ส.ค.)

แนวโน้มราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางพาราจังหวัดเชียงราย ในช่วงครึ่งปีหลัง 2558 (มกราคม-สิงหาคม) คาดว่าราคาจะปรับตัวดีขึ้นกว่าปัจจุบันไม่มากนัก จากความต้องการยางของจีนที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา และไทยมีการจัดการสต็อกยางที่ชัดเจน ประกอบกับเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้นโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและยุโรป อย่างไรก็ตาม ในช่วงครึ่งปีหลัง ผลผลิตยางที่ออกสู่ตลาดมากจะเป็นปัจจัยกดดันราคายาง โดยแนวโน้มราคาเฉลี่ยทั้งปี 2558 ส่งผลทำให้มีความเคลื่อนไหวของราคา

ตารางที่ 3.8 การเปรียบเทียบราคาซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงราย และตลาดกลางยางพาราจังหวัด
สงขลา (หาดใหญ่) ในปี พ.ศ. 2557

ราคา ยางพารา	ชนิดยางพารา	ราคาซื้อพ่อค้า คนกลาง (บาท/กก.)	ราคาซื้อ สหกรณ์ (บาท/กก.)	ราคาซื้อโรงงาน จังหวัดเชียงราย (บาท/กก.)	ราคาซื้อ ตลาดกลาง (บาท/กก.)
เฉลี่ย ราคา ปี 2557	ยางก้อนถ้วย (สด)	24	-	26	28
	ยางก้อนถ้วย (หมาด)	28	-	30	30
	ยางก้อนถ้วย (แห้ง)	36	-	37	39
	ยางแผ่นดิบ	57	59	58	59
	ยางเครพ	36.5	-	38	39
	ยางแผ่นรมควัน	58.29	60	60	60.8
	น้ำยางสด	53	55	55	55.25
	เศษยาง/ขี้ยาง	39	-	40	41

ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์ และราคาตลาดกลาง, 2558

หมายเหตุ: สหกรณ์รับซื้อเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และ ยางแผ่นรมควัน

จากตารางที่ 3.8 และตารางที่ 3.9 เป็นการเปรียบเทียบราคาซื้อขายยางพาราจังหวัดเชียงราย และตลาดกลางยางพาราจังหวัดสงขลา (หาดใหญ่) ระหว่างปี พ.ศ.2557-2558 แสดงถึงราคาที่ซื้อของพ่อค้าคนกลาง สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปภายในจังหวัดเชียงรายเทียบกับราคาตลาดกลาง (อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา) ซึ่งราคาซื้อขายภายในจังหวัดเชียงรายนั้น (เริ่มจากพ่อค้าคนกลางส่งยางพาราขายให้กับ สหกรณ์การเกษตร และโรงงานแปรรูปภายในจังหวัด) มีราคาต่างกันประมาณ 1 –3 บาท/1 กิโลกรัม (ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบ น้ำยางสดและเศษยาง/ขี้ยาง) ในส่วนของสหกรณ์การเกษตร จะรับซื้อเพียงน้ำยางสด และยางแผ่นดิบ เท่านั้น เพื่อที่จะทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันและส่งขายให้ตลาดกลางและโรงงานแปรรูปจังหวัดเชียงราย จะทำการส่งซื้อขายให้กับโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่หรือโรงงานอุตสาหกรรมยางพาราในภาคกลาง ร้อยละ 92 ภาคตะวันออกร้อยละ 3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 4 และภาคใต้ร้อยละ 1 ซึ่งราคาซื้อขายของตลาดกลางต่างกันประมาณ 1 –2 บาท/1 กิโลกรัม (ยางเครพ ยางแผ่นดิบและยางแผ่นรมควัน) เป็นต้น

ตารางที่ 3.9 การเปรียบเทียบราคาซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงราย และตลาดกลางยางพารา
จังหวัดสงขลา (หาดใหญ่) ในปี พ.ศ. 2558 (มกราคม – สิงหาคม)

ต้นน้ำ/ เกษตรกร	ชนิดยางพารา	ราคาซื้อ พ่อค้าคนกลาง (บาท/กก.)	ราคาซื้อ สหกรณ์ (บาท/กก.)	ราคาซื้อ โรงงานภาคเหนือ (บาท/กก.)	ราคาซื้อ ตลาดกลาง (บาท/กก.)
เฉลี่ยราคา ปี 2558	ยางก้อนถ้วย (สด)	23	-	23.1	24.1
	ยางก้อนถ้วย (หมาด)	24.25	-	25	26.25
	ยางก้อนถ้วย (แห้ง)	28	-	29	29.29
	ยางแผ่นดิบ	42	42	44.02	44.58
	ยางแผ่นเครพ	28	-	28.51	28.51

ยางแผ่นรมควัน	45.2	42	46.06	47.87
น้ำยางสด	43	44	40.5	44.02
เศษยาง/ขี้ยาง	37	-	38.02	39

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการลงพื้นที่ และราคาตลาดกลาง, 2558

หมายเหตุ: ราคาซื้อขายของสหกรณ์มีเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควัน

ราคาซื้อขายยางพาราของจังหวัดเชียงราย นั้นยังไม่สามารถควบคุมให้เป็นมาตรฐานราคากลางได้ซึ่งบางส่วนเกิดจากการแทรกแซงของพ่อค้าคนกลาง รวมถึงการแข่งขันระหว่างพ่อค้าคนกลางด้วยกันเองจากการสัมภาษณ์เกษตรกรชาวสวนยางพบว่าเมื่อเกษตรกรเก็บผลผลิตจะมีพ่อค้าคนกลางเข้ามาทำการรับซื้อในสวนยางพาราโดยตรง ซึ่งชาวสวนเห็นว่ามีความสะดวกสามารถเข้าถึงพื้นที่ปลูก เนื่องจากเส้นทางพื้นที่ปลูกเข้าถึงยาก รวมถึงต้นทุนจากค่าขนส่งไปโรงงานเอง แต่ก็ต้องแลกกับราคาที่รับซื้อถูกเช่นเดียวกันจึงทำให้ชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) มีทางเลือกไม่มากนักอีกทั้งยังมีผู้ประกอบการรับซื้อยางหรือจัดรับซื้อไม่มากนัก โรงงานแปรรูป (ขั้นต้น) มีน้อย

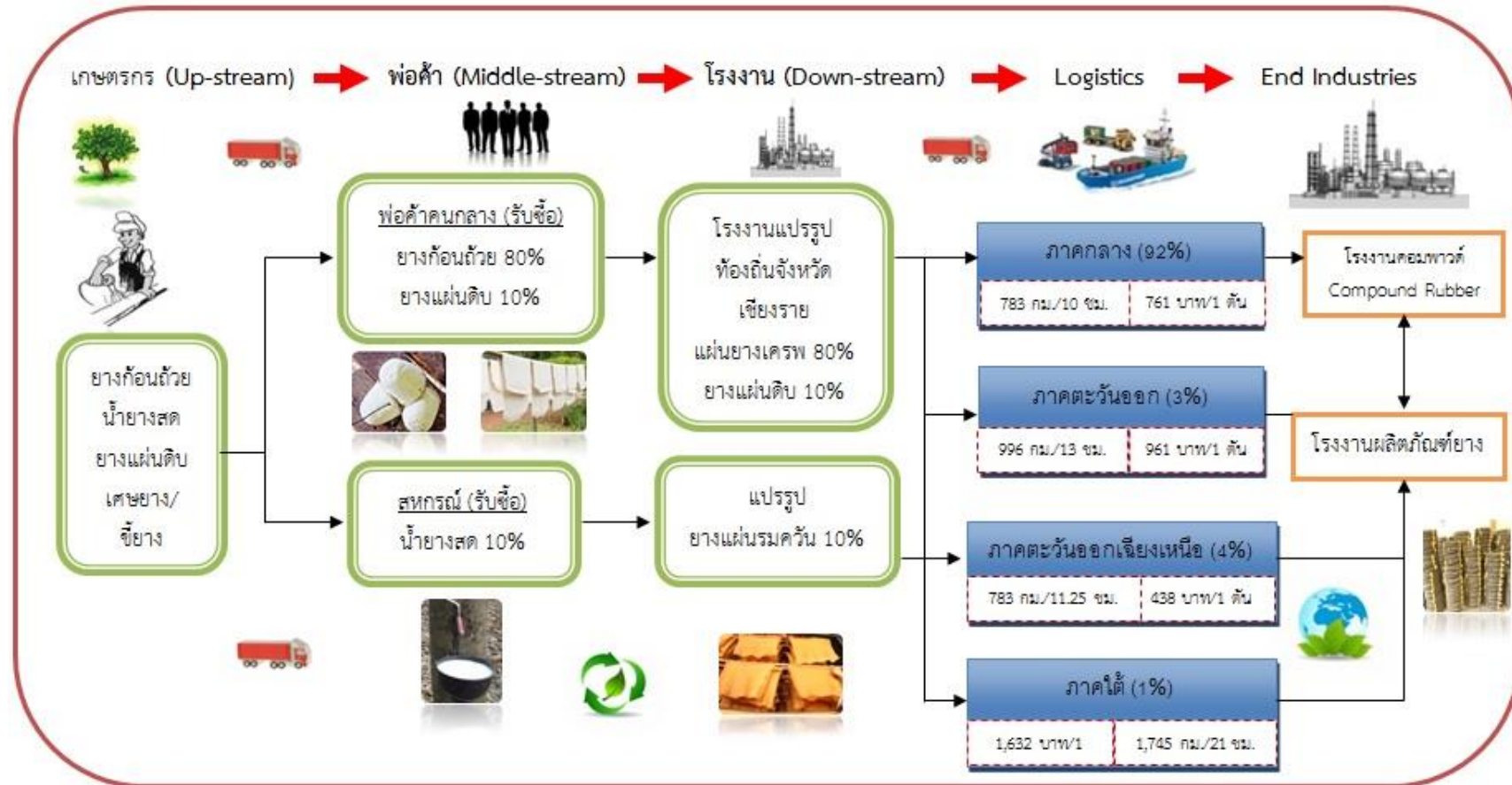
3.3 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

จากการลงพื้นที่เข้าสำรวจ รวมถึงการสัมภาษณ์เกษตรกรชาวสวนยางพารา สหกรณ์การเกษตร และผู้ประกอบการรับซื้อยางพารา ตลอดจนโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา โดยมีกรณีศึกษาในอำเภอดอยหลวง อำเภอเชียงของและอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของโซ่อุปทานยางพาราในจังหวัดภาคเหนือตอนบน พบว่าเกษตรกรชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบนของไทย ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีพื้นที่ปลูกเฉลี่ย 20 ไร่/ครัวเรือน นิยมผลิตยางก้อนถ้วย น้ำยางสด และปริมาณของผลผลิตในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของพื้นที่ปลูก เนื่องจากการปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเป็นการปลูกยางในพื้นที่ราบสูงและเนินเขาเป็นส่วนมาก อีกทั้งเกษตรกรมีการผลิตยางในรูปแบบที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่เนื่องจากผู้ประกอบการที่รับซื้อในแต่ละพื้นที่ว่าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ยางพาราประเภทไหน เช่น อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย มีพ่อค้าคนกลางหรือผู้ประกอบการนิยมเข้ามารับซื้อยางก้อนถ้วย ทำให้พื้นที่บริเวณดังกล่าวมีเกษตรกรชาวสวนยางพารามากกว่า ร้อยละ 60 ที่นิยมผลิตยางก้อนถ้วย รวมไปถึงมีหน่วยงานภาครัฐ เช่น สกย. ให้การสนับสนุนการผลิตยางก้อนถ้วยเพื่อขายต่อไปยังพ่อค้าคนกลาง

พ่อค้าคนกลางมีบทบาทอย่างมากในการเป็นตัวกลางรับซื้อยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เนื่องจากเกษตรกรเผชิญปัญหาเรื่องการจัดการและระบบโลจิสติกส์ เพราะสวนยางส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก-กลาง พื้นที่ปลูกยางพาราส่วนใหญ่อยู่บนพื้นที่ราบสูง เนินเขา พ่อค้าคนกลางและสหกรณ์ถือเป็นผู้รับซื้อหลักในเขตภาคเหนือตอนบน แล้วนำส่งขายเข้าสู่ตลาดโรงงานแปรรูป ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถแบ่งกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ยางพาราได้ดังนี้ โรงงานแปรรูปขนาดเล็กที่อยู่ในท้องถิ่นที่ทำการแปรรูปยางแต่ละชนิด เช่น แผ่นยางเครพ และยางแผ่นรมควัน เพื่อที่จะนำส่งเข้าสู่โรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ภาคตะวันออก (นิคมอุตสาหกรรม มาบตาพุด) และโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่จังหวัดหนองคาย และบุรีรัมย์ เพื่อทำการผลิตขั้นต่อไปหรือเข้าสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยางต่อไป ดังรูปที่ 3.10

ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปท้องถิ่น จะทำการรับซื้อผลผลิตจากพ่อค้าคนกลางซึ่งสามารถแยกเป็นประเภทต่างๆ โดยเฉลี่ยดังนี้ยางก้อนถ้วยประมาณร้อยละ 80 (เพื่อนำมาเข้ากระบวนการแปรรูปเป็นแผ่นยางเครพ) น้ำยางสดประมาณ ร้อยละ 10 และยางแผ่นดิบประมาณร้อยละ 10 (แปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน) เพื่อส่งเข้าสู่โรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ในภาคกลางร้อยละ 92 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 4 ภาคตะวันออกร้อยละ 3 และภาคใต้ร้อยละ 1หรือส่งเข้าสู่โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยางพาราขั้นต่อไป

โซุ่ปทานยางพาราภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย)



รูปที่ 3.10 ห่วงโซุ่ปทานยางพาราภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย) บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 3.10 ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางพาราจังหวัดเชียงราย

รายการ	ต้นทุนแต่ละรายการ (บาท/กก.)		ร้อยละ	ต้นทุนแต่ละรายการ (บาท/ไร่)	
1. ต้นทุนช่วงยางยังไม่ให้ผลผลิต		18.14	64.77		4,770
ค่าปรับพื้นที่และค่าแรง	7.83			2,060	
ค่าปุ๋ยรองพื้นกระสอบและปุ๋ยบำรุง	3.38			890	
ค่าพันธุ์ยาง	5.78			1,520	
ค่าดูแลและอุปกรณ์การเกษตร	1.14			300	
2. ต้นทุนช่วงยางให้ผลผลิต		7.35	26.23		1,932
ค่าปุ๋ยบำรุง	3.73			980	
ค่าจ้างแรงงาน	1.60			420	
ค่าสารเคมี	0.88			232	
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	1.14			300	
3. ต้นทุนการกรีต (ยางก้อนถ้วย)		2.13	7.71		560
ค่าอุปกรณ์และส่วนผสม	0.80			210	
ค่าจ้างแรงงานกรีต	1.14			300	
อื่นๆ	0.19			50	
รวมต้นทุนเกษตรกร		27.61	100.00		
4. ต้นทุนการกรีต (น้ำยางสด)		2.31	8.33		608.65
ค่าอุปกรณ์และส่วนผสม	0.80			210	
ค่าจ้างแรงงานกรีต	1.14			300	
ค่าสารเคมี	0.19			48.65	
อื่นๆ	0.19			50	
รวมต้นทุนเกษตรกร		27.80	100.00		
5. ต้นทุนการทำ (ยางแผ่นดิบ)		2.52	9.00		662.83
ค่าอุปกรณ์และส่วนผสม	0.80			210	
ค่าจ้างแรงงานกรีต	1.14			300	
ค่าสารเคมี	0.39			102.83	
อื่นๆ	0.19			50	
รวมต้นทุนเกษตรกร		28.00	100.00		8,533.48

ที่มา จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

จากข้อมูลต้นทุนเบื้องต้นในส่วนเกษตรกรชาวสวนยางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ในช่วงต้นยางยังไม่ให้ผลผลิต ต้นทุนต่อไร่อยู่ที่ 4,770 บาท/ไร่ และเมื่อต้นยางให้ผลผลิต ต้นทุนต่อไร่อยู่ที่ 1,932 บาท/ไร่ หลังจากนั้นก็เป็นกรแยกต้นทุนการผลิตยางพาราทางภาคเหนือตอนบนแต่ละชนิด ได้แก่ ต้นทุนการกรีตยางก้อนถ้วยอยู่ที่ 560บาท/ไร่ ต้นทุนการกรีตน้ำยางสดอยู่ที่ 608.65 บาท/ไร่ และต้นทุนการทำยางแผ่นดิบอยู่ที่ 662.83 บาท/ไร่ เป็นต้น (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกร จังหวัดเชียงราย)

เมื่อเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคโดยการศึกษาจากข้อมูลงานวิจัยและงานวิชาการที่เผยแพร่พบว่า ต้นทุนรวมโดยเฉลี่ยของการทำยางก้อนถ้วยของภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) อยู่ที่ประมาณ 27.61 บาทต่อกิโลกรัม ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ที่ประมาณ 12 บาทต่อกิโลกรัม และภาคใต้อยู่ที่ประมาณ 32 บาทต่อกิโลกรัม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557) ซึ่งจะเห็นได้ว่าต้นทุนการผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนค่อนข้างสูง

ต้นทุนการกรีดยางสดของภาคเหนือ (จังหวัดเชียงราย) อยู่ที่ประมาณ 2.32 บาทต่อกิโลกรัม ภาคใต้อยู่ที่ประมาณ 3.68 บาทต่อกิโลกรัม และภาคตะวันออกอยู่ที่ประมาณ 2.81 บาทต่อกิโลกรัม โดยภาคใต้มีต้นทุนสูงสุดจากการนิยมปลูกบนพื้นที่ขนาดใหญ่ ขณะที่ภาคอื่นๆ จะปลูกบนพื้นที่ขนาดเล็กและใช้แรงงานในครอบครัวในการกรีดยางสด (สำนักงานตลาดกลางยางพารานครศรีธรรมราช สถาบันวิจัยยาง, 2557)

ต้นทุนการทำยางแผ่นดิบของภาคเหนือ (จังหวัดเชียงราย) อยู่ที่ประมาณ 2.52 บาทต่อกิโลกรัม ภาคใต้มีต้นทุนอยู่ที่ประมาณ 0.68 บาทต่อกิโลกรัม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ 0.67 บาทต่อกิโลกรัม ภาคตะวันออกอยู่ที่ประมาณ 0.43 บาทต่อกิโลกรัม (สำนักงานตลาดกลางยางพารานครศรีธรรมราช สถาบันวิจัยยาง, 2557) ภาคเหนือมีต้นทุนสูงเนื่องจากเกษตรกรยังขาดความชำนาญในการผลิต อีกทั้งอุปกรณ์เครื่องจักรที่ทำการผลิตยางแผ่นดิบมีขนาดเล็ก และการรวบรวมผลผลิตยางแผ่นดิบน้อยยังไม่เป็นที่นิยม

ตารางที่ 3.11 การเปรียบเทียบราคาซื้อขาย และต้นทุนผลผลิตแต่ละชนิดของเกษตรกรชาวสวนยางพารา (จังหวัดเชียงราย)

ต้นน้ำ/ เกษตรกร	ชนิดยางพารา	ต้นทุนเกษตรกร ผลผลิตยางแต่ละ ชนิด บาท/กก.	ราคารับซื้อ พ่อค้าคน กลาง บาท/กก.	ราคารับซื้อ สหกรณ์ บาท/กก.	ราคารับซื้อ โรงงาน ภาคเหนือ บาท/กก.
เฉลี่ยราคา ปี 2558	ยางก้อนถ้วย (สด)	-	23	-	23.1
	ยางก้อนถ้วย (หมาด)	-	24.25	-	25
	ยางก้อนถ้วย (แห้ง)	27.61	28	-	29
	ยางแผ่นดิบ	28	42	42	44.02
	ยางเครพ	-	28	-	28.51
	ยางแผ่นรมควัน	--	45.2	42	46.06
	น้ำยางสด	27.8	43	44	40.5
	เศษยาง/ขี้ยาง	-	37	-	38.02

ที่มา ผู้วิจัยจากการลงพื้นที่ และราคาตลาดกลาง, 2558 (มกราคม-สิงหาคม)

หมายเหตุ: ราคารับซื้อของสหกรณ์มีเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควัน

จากตารางการเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนของเกษตรกร และราคาซื้อ ณ ปัจจุบันนั้น เกษตรกรผลิตยางก้อนถ้วยมีต้นทุน 27.61 บาท/กก. ถ้าหากเปรียบเทียบกับราคาซื้อขายจากพ่อค้าคนกลาง 27.25 บาท/กก. และราคาจากโรงงานทางภาคเหนือ 28 บาท/กก. ราคาขายจากโรงงานจะได้ราคาดีกว่าพ่อค้าคนกลาง ต้นทุนยางแผ่นดิบของเกษตรกร 28 บาท/กก. ราคาซื้อขายของสหกรณ์และโรงงานภาคเหนือจะได้ราคาดีกว่าพ่อค้าคนกลาง ส่วนต้นทุนน้ำยางสด 27.8 บาท/กก. ราคาซื้อจากสหกรณ์ดีกว่าได้ราคามากถึง 44 บาท/กก. เป็นต้น สังเกตได้ว่าราคาซื้อน้ำยางสด และยางแผ่นดิบมีราคาสูง เป็นโอกาสดีที่ทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัด

เชียงราย) จะทำการพัฒนาองค์ประกอบในด้านความรู้เรื่องของการผลิตน้ำยางสด และยางแผ่นดิบให้เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งเมื่อทราบต้นทุนของการผลิตยางแต่ละชนิดได้ก็จะสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการลดต้นทุนเพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องของการราคายางซึ่งปัจจุบันราคาการซื้อขายมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจ ดังนั้น เกษตรกรเองควรมหาช่องทางเพิ่มประสิทธิภาพของผลผลิต และพัฒนาการแปรรูปเบื้องต้นเพื่อเพิ่มมูลค่าของราคายางพาราให้ได้ราคาที่ดีขึ้น หรือแม้กระทั่งลดภาระค่าใช้จ่ายในส่วนของต้นทุนที่ไม่จำเป็นออกไปก็จะทำให้สามารถลดต้นทุนบางส่วนได้ เพื่อใช้เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาเบื้องต้นเรื่องของการราคายางพาราลดลง

ต้นทุนยางพาราของพ่อค้าคนกลาง (จังหวัดเชียงราย)

ตารางที่ 3.12 ต้นทุนยางพาราของพ่อค้าคนกลางจังหวัดเชียงราย

พ่อค้าคนกลาง (ท้องถิ่น)	ส่งขาย	สัดส่วน การรับ ซื้อ (ร้อยละ)	ต้นทุน ซื้อ บาท/ กก.	ต้นทุน ค่า ขนส่ง บาท/ กก.	ต้นทุน รวม บาท/ กก.	มูลค่า ขาย บาท/ กก.	ส่วน ต่าง บาท/ กก.
น้ำยางสด		44	43	0.5	43.5	44	0.5
ยางแผ่นดิบ	สหกรณ์/โรงงานแปรรูป	20	42	0.5	42.5	44.02	1.52
ยางก้อนถ้วย		36	27	0.5	27.5	28	0.5

ที่มา ผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558 (มกราคม-สิงหาคม)

จากตารางที่ 3.12 ต้นทุนยางพาราของพ่อค้าคนกลางจังหวัดเชียงราย พ่อค้าคนกลางเป็นผู้เก็บรวบรวมรับซื้อขายผลผลิตยางพาราจากเกษตรกรจากในสวน และส่งขายให้กับสหกรณ์ หรือโรงงานแปรรูปในแต่ละพื้นที่ โดยมีต้นทุนค่าขนส่งโดยเฉลี่ยประมาณ 0.5 บาท/กิโลกรัม รวมกับต้นทุนซื้อ เช่น น้ำยางสด 43 บาท/กิโลกรัม ยางแผ่นดิบ 42 บาท/กิโลกรัม และยางก้อนถ้วย 27 บาท/กิโลกรัม เป็นต้น

ต้นทุนยางพาราของสหกรณ์การเกษตร (จังหวัดเชียงราย)

ตารางที่ 3.13 ต้นทุนยางพาราของสหกรณ์การเกษตร (จังหวัดเชียงราย)

สหกรณ์	ส่งขาย	สัดส่วน การรับ ซื้อ (ร้อยละ)	ต้นทุน ซื้อ บาท/ กก.	ค่า ขนส่ง บาท/ กก.	ต้นทุน ยาง แผ่น ดิบ บาท/ กก.	ต้นทุน ตู้อบ บาท/ กก.	ต้นทุน รวม บาท/ กก.	ราคา ขาย บาท/ กก.	ส่วน ต่าง บาท/ กก.
น้ำยางสด	-	25	44	-	-	-	44	44.02	0.2
ยางแผ่นดิบ	-	25	42	-	2.238	-	45	44.58	0.004
ยางแผ่น รมควัน	บุรีรัมย์	50	42	0.35	-	5	47.35	47.87	0.52

ที่มา ผู้วิจัยจากการลงพื้นที่ และราคาตลาดกลาง, 2558 (มกราคม-สิงหาคม)

หมายเหตุ: สหกรณ์รับซื้อเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควัน

สหกรณ์การเกษตร (จังหวัดเชียงราย) ทำการซื้อน้ำยางสด และแผ่นยางดิบ จากเกษตรกรสมาชิกในพื้นที่ และผู้รวบรวมท้องถิ่น ซึ่งจะทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ส่งขายให้กับตลาดกลางที่จังหวัดบุรีรัมย์โดยมีต้นทุนแยกชนิดผลผลิต ได้ดังนี้

1. น้ำยางสด มีปริมาณการรับซื้อ 37.85 ตัน (เดือนสิงหาคม) ต้นทุนซื้อน้ำยางสด เท่ากับ 44 บาท/กิโลกรัม
2. ยางแผ่นดิบ มีปริมาณการรับซื้อ 37.85 ตัน (เดือนสิงหาคม) ต้นทุนซื้อยางแผ่นดิบ เท่ากับ 42 บาท/กิโลกรัม ต้นทุนการผลิตแผ่นยางดิบ เท่ากับ 2.238 บาท/กิโลกรัม
3. ยางแผ่นรมควัน มีปริมาณผลผลิตที่จะทำการส่งขายต่อไปยังโรงงานแปรรูปที่จังหวัดบุรีรัมย์ 75.77 ตัน ต้นทุนซื้อแผ่นยางดิบเพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน 42 บาท/กิโลกรัม ต้นทุนตูบ 5 บาท/กิโลกรัม และ ต้นทุนค่าขนส่งไปจังหวัดบุรีรัมย์ 0.35 บาท/กิโลกรัม รวมต้นทุนทั้งหมด 47.35 บาท/กิโลกรัม ส่วนต่างได้เท่ากับ 0.52 บาท/กิโลกรัม ในการขนส่งไปยังโรงงานแปรรูปจังหวัดบุรีรัมย์

ลักษณะตูบยางแผ่นรมควัน สหกรณ์การเกษตรอำเภอเชียงของ (จังหวัดเชียงราย) มีห้องอบยาง 4 ห้อง ขนาด กว้าง 4.5 ยาว 4.5 สูง 5 เมตร ใช้เวลาอบประมาณ 3 วัน ในอุณหภูมิ 40-45°C โดยใช้ท่อนหินเป็นเชื้อเพลิง ในการเผาไหม้



รูปที่ 3.11 ตูบยางแผ่นรมควันของสหกรณ์เชียงของ (จังหวัดเชียงราย), 2558

ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปจังหวัดเชียงรายจะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ จากนั้นจะทำการแปรรูปยางพาราขั้นต้น เช่น ยางก้อนถ้วย เป็นแผ่นยางเครพ และทำการส่งขายต่อไปยังโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ หรืออุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ส่วนราคาซื้อขายยางพารานั้นเป็นไปตามราคาตลาดกลางยางพาราไทย (บาท/กิโลกรัม)



รูปที่ 3.12 การแปรรูปยางเครพ บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 3.14 ตลาดรับซื้อขายพาราของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

ผู้ประกอบการ	แปรรูป	ภูมิภาค/ร้อยละ	ตลาดรับซื้อขายพารา
รับซื้อขายก้อนถ้วย	แผ่นเครพ	ภาคกลาง ร้อยละ 92	โรงงานแปรรูปจังหวัดพิษณุโลก
			บริษัทไทยฮิวริบเบอร์จำกัด
			บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด
		ภาคตะวันออก ร้อยละ 3	อุตสาหกรรมยานยนต์ระยอง
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 4	โรงงานแปรรูปจังหวัดหนองคาย
			โรงงานแปรรูปจังหวัดบุรีรัมย์
		ภาคใต้ ร้อยละ 1	บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรีจำกัด
รับซื้อขายแผ่นดิบ	ยางแผ่นดิบ	ภาคกลาง ร้อยละ 59	โรงงานแปรรูปจังหวัดพิษณุโลก
			บริษัทไทยฮิวริบเบอร์จำกัด กทม.
			บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด
		ภาคตะวันออก ร้อยละ 2	อุตสาหกรรมยานยนต์ระยอง
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 34	โรงงานแปรรูปจังหวัดหนองคาย
			โรงงานแปรรูปจังหวัดบุรีรัมย์
		ภาคใต้ ร้อยละ 5	บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรีจำกัด

ที่มา ผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

ปัจจุบันตลาดผู้รับซื้อขายพาราของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน มีจำนวนไม่มากที่ทำการแปรรูปในพื้นที่จึงจำเป็นต้องส่งยางไปภูมิภาคอื่น ปัจจุบันผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงรายเริ่มให้ความสนใจในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมถึงการพัฒนาแปรรูปยางพาราในพื้นที่เขตภาคเหนือตอนบน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและโอกาสทางด้านการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเส้นทาง R3A ซึ่งเป็นเส้นทางสายเศรษฐกิจ

ตารางที่ 3.15 ปริมาณการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการและการแสดงต้นทุนการดำเนินงานต่างๆ ของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

ผู้ประกอบการ การโรงงาน แปรรูป	ภูมิภาค/ ร้อยละ	ส่งขาย (ตลาดรับซื้อยางพารา)	ปริมาณ บาท/กก.	ต้นทุนซื้อ บาท/กก.	ต้นทุน ดำเนินงาน บาท/กก.	ต้นทุน เครื่องจักร บาท/กก.	ต้นทุน ขนส่ง บาท/กก.	ต้นทุน รวม บาท/กก.	มูลค่าขาย (เฉลี่ย ณ เดือน สิงหาคม 2558) บาท/กก.	ส่วนต่าง บาท/กก.
ยางเครพ	ภาคกลาง ร้อยละ 92	โรงงานแปรรูป จังหวัดพิษณุโลก	371,150	24.10	0.20	3.40	0.43	28	29.08	1.00
		บริษัทไทยฮั้วรับเบอร์จำกัด กทม.	274,130	24.10	0.24	4.08	1.00	29	34.90	6.00
		บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด	329,670	24.10	0.21	3.58	1.00	29	30.59	2.00
	ภาคตะวันออก ร้อยละ 3	อุตสาหกรรมยานยนต์ระยอง	27,040	24.10	0.24	4.01	1.00	29	34.25	5.00
	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 4	โรงงานแปรรูปจังหวัดหนองคาย	15,560	24.10	0.22	3.63	2.00	30	31.00	1.00
		โรงงานแปรรูปจังหวัดบุรีรัมย์	30,380	24.10	0.22	3.66	1.00	29	31.30	2.00
	ภาคใต้ ร้อยละ 1	บริษัทศรีตรังแอโกรินดัสทรีจำกัด สงขลา	14,690	24.10	0.22	3.74	3.00	31	32.00	1.00
ยางแผ่นดิบ	ภาคกลาง ร้อยละ 59	โรงงานแปรรูป จังหวัดพิษณุโลก	234,140	44.02	0.32	0.00	0.50	45	46.00	1.00
		บริษัทไทยฮั้วรับเบอร์จำกัด กทม.	14,500	44.02	0.32	0.00	2.00	46	46.00	0.00
		บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด	221,130	44.02	0.33	0.00	1.00	45	46.55	1.00
	ภาคตะวันออก ร้อยละ 2	อุตสาหกรรมยานยนต์ระยอง	12,280	44.02	0.34	0.00	2.00	47	48.18	1.00

ผู้ประกอบการโรงงาน แปรรูป	ภูมิภาค/ ร้อยละ	ส่งขาย (ตลาดรับซื้อยางพารา)	ปริมาณ บาท/กก.	ต้นทุนซื้อ บาท/กก.	ต้นทุน ดำเนินงาน บาท/กก.	ต้นทุน เครื่องจักร บาท/กก.	ต้นทุน ขนส่ง บาท/กก.	ต้นทุน รวม บาท/ กก.	มูลค่าขาย (เฉลี่ย ณ เดือน สิงหาคม 2558) บาท/กก.	ส่วนต่าง บาท/กก.
ยางแผ่นดิบ	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 34	โรงงานแปรรูปจังหวัดหนองคาย	59,972	44.02	0.32	0.00	1.00	45	46.24	1.00
		โรงงานแปรรูปจังหวัดบุรีรัมย์	214,300	44.02	0.31	0.00	0.49	45	45.55	0.72
	ภาคใต้ ร้อยละ 5	บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรีจำกัด สงขลา	39,880	44.02	0.33	0.00	2.00	47	46.79	0.00

ปริมาณและราคาการซื้อขายยางพาราระหว่างผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปยางทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

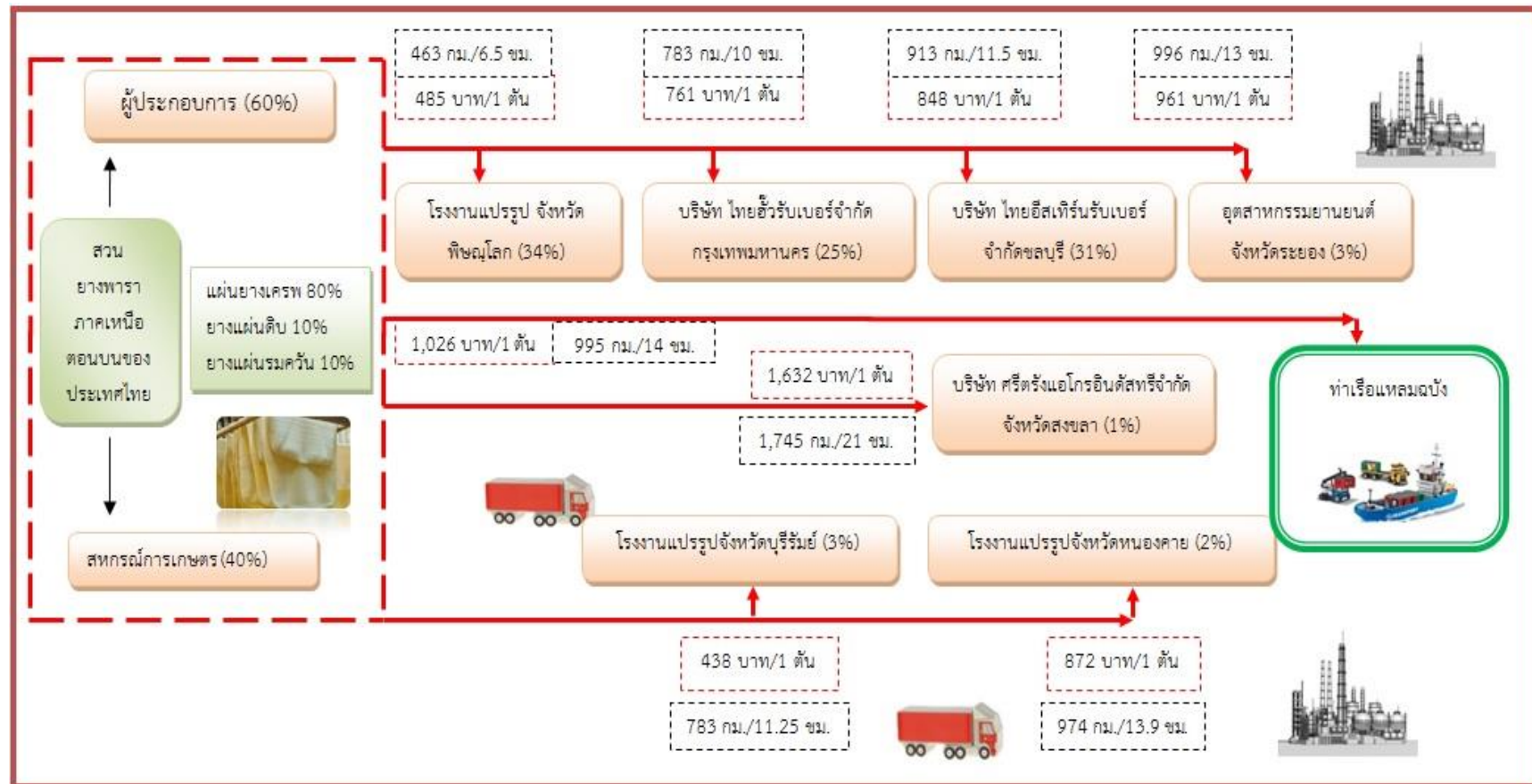
การแสดงให้เห็นถึงปริมาณการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ไปจนถึงตลาดรับซื้อยางพาราในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยดัง (ตารางที่ 3.15) สามารถทำให้มองเห็นถึงตัวเลขความต้องการของตลาดยางพาราในเขตจังหวัดเชียงราย ซึ่งทำให้สามารถยกระดับการตั้งฐานการผลิต หรือส่งเสริมการแปรรูปยางพาราให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการแปรรูปยางพาราที่ได้มาตรฐาน ไปจนถึงการส่งออกยางพาราไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) เป็นต้น ข้อมูลจากผู้ประกอบการ (บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด ปริมาณ มูลค่าการซื้อขายภายใน เดือนสิงหาคม 2558) บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด จะทำการแปรรูปยางก้อนถ้วยเป็นแผ่นยางเครฟ และทำการส่งขายยังตลาดกลาง หรือโรงงานแปรรูปที่รับซื้อยางพาราจำนวนการซื้อขายแผ่นยางเครฟได้ปริมาณมากที่สุดส่งขายให้กับโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ เช่น โรงงานแปรรูปที่จังหวัดพิษณุโลกมีปริมาณการซื้อขายถึง 371.15 ตัน/เดือน บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด มีปริมาณการซื้อขายถึง 329.67 ตัน/เดือน และบริษัทไทยอีสท์รับเบอร์จำกัดมีปริมาณการซื้อขายถึง 274.13 ตัน/เดือน ตามลำดับ ในส่วนของต้นทุนการผลิตจะประกอบด้วย ต้นทุนราคารับซื้อ ต้นทุนดำเนินงาน ต้นทุนเครื่องจักร และต้นทุนการขนส่ง เป็นต้น

จากปริมาณการซื้อขายแสดงให้เห็นถึงต้นทุนการแปรรูปแผ่นยางเครฟ และต้นทุนการขนส่งไปยังโรงงานแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทยดังต่อไปนี้

1. โรงงานแปรรูปที่จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย ต้นทุนรับซื้อยางก้อนถ้วยในกิโลกรัมละ 24.1 บาท โดยมูลค่ารวม 8,944,715 บาท ต้นทุนการดำเนินงาน 0.20 บาท/กิโลกรัม ต้นทุนเครื่องจักร 3.40 บาท/กิโลกรัม และต้นทุนค่าขนส่ง 0.43 บาท/กิโลกรัม รวมต้นทุนทั้งหมด 28 บาท/กก. ส่วนต่างของราคายางก้อนถ้วยได้ 1 บาท/กิโลกรัม
2. โรงงานแปรรูปบริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด (จังหวัดชลบุรี) ประกอบด้วย ต้นทุนรับซื้อยางก้อนถ้วยในกิโลกรัมละ 24.1 บาท โดยมูลค่ารวม 7,945,047 บาท ต้นทุนการดำเนินงาน 0.21 บาท/กิโลกรัม ต้นทุนเครื่องจักร 3.58 บาท/กิโลกรัม และต้นทุนค่าขนส่ง 1 บาท/กิโลกรัม รวมต้นทุนทั้งหมด 29 บาท/กก. ส่วนต่างของราคายางก้อนถ้วยได้ 2 บาท/ กิโลกรัม
3. โรงงานแปรรูปภาคอีสานจังหวัดบุรีรัมย์ประกอบด้วย ต้นทุนรับซื้อยางก้อนถ้วยในกิโลกรัมละ 24.1 บาท โดยมูลค่ารวม 732,158 บาท ต้นทุนการดำเนินงาน 0.22 บาท/กิโลกรัม ต้นทุนเครื่องจักร 3.66 บาท/กิโลกรัม และต้นทุนค่าขนส่ง 1 บาท/กิโลกรัม รวมต้นทุนทั้งหมด 29 บาท/กิโลกรัม ส่วนต่างของราคายางก้อนถ้วยได้ 2 บาท/กิโลกรัม
4. โรงงานแปรรูปทางภาคใต้ คือ บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (จังหวัดสงขลา) ประกอบด้วย ต้นทุนรับซื้อยางก้อนถ้วยในกิโลกรัมละ 24.1 บาท โดยมูลค่ารวม 354,029 บาท ต้นทุนการดำเนินงาน 0.22 บาท/ กิโลกรัม ต้นทุนเครื่องจักร 3.76 บาท/ กิโลกรัม และต้นทุนค่าขนส่ง 3 บาท/กิโลกรัม รวมต้นทุนทั้งหมด 31 บาท/ กิโลกรัม ส่วนต่างของราคายางก้อนถ้วยได้ 1 บาท/กิโลกรัม เป็นต้น

ส่วนของยางแผ่นดิบนั้นผู้ประกอบการจะทำการจะรับซื้อจากเกษตรกรที่ทำการแปรรูปขึ้นต้นเป็นตุ๊กกลางรวบรวม และทำการส่งขายให้กับตลาดกลางที่รับซื้อยางแผ่นดิบ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งต้นทุนประกอบด้วยต้นทุนราคารับซื้อ ต้นทุนดำเนินงาน และต้นทุนการขนส่ง เป็นต้น จะไม่มีต้นทุนของเครื่องจักรเหมือนแผ่นยางเครฟ

ดังนั้นจะทำให้เห็นความชัดเจนมากขึ้นจะจัดให้อยู่ในรูปของการแสดงสัดส่วนของโซ่อุปทานรวมถึงกระบวนการทางด้านโลจิสติกส์ การขนส่งของผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปขึ้นพื้นฐานทางภาคเหนือตอนบน(จังหวัดเชียงราย) ไปจนถึงตลาดกลางรับซื้อยางพาราในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ดังต่อไปนี้



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

รูปที่ 3.13 โครงสร้างตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ยางพาราภาคเหนือศึกษาจังหวัดเชียงราย (บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด)

จากรูปที่ 3.13 แสดงระบบเส้นทางโลจิสติกส์ และสัดส่วนการขนส่งยางพาราจังหวัดเชียงรายไปยังผู้ประกอบการแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยนั้นสามารถมองเห็นภาพรวมได้จากกระบวนการขั้นตอนโดยเริ่มจากสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบนของไทย (จังหวัดเชียงราย) เข้าสู่ผู้ประกอบการรับซื้อ และแปรรูปวัตถุดิบเบื้องต้น ซึ่งมีสหกรณ์การเกษตร และผู้ประกอบการเป็นตัวแปรหรือเป็นผู้ทำการขนส่งไปยังโรงการผลิตหรือโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ขั้นต่อไป

ซึ่งจากการศึกษาและสัมภาษณ์จากสหกรณ์ และผู้ประกอบการจะทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรชาวสวนยางพารา เช่น ยางก้อนถ้วย น้ำยางสด เศษยาง ชี้อยาง และยางแผ่นดิบ ซึ่งยางแผ่นดิบนั้นเกษตรกรบางส่วนที่มีความรู้ก็จะทำการผลิตเอง และนำมาส่งขายให้กับพ่อค้าคนกลาง หรือสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่นั้นๆ ที่รับซื้อเมื่อรวบรวมผลผลิตได้ส่วนหนึ่งนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อเพิ่มมูลค่าของยาง เช่น ยางก้อนถ้วยก็จะนำมาแปรรูปเป็นยางเครพ และน้ำยางสดนำมาแปรรูปเป็นแผ่นยางดิบ แล้วนำมาเข้าเตาอบเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้เป็นอย่างดีเมื่อรวบรวมผลผลิต และแปรรูปเบื้องต้นแล้วจะทำการขนส่งต่อไปให้กับโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่หรือเป็นตลาดกลางที่รับซื้อผลผลิตยางพารา เช่น โรงงานแปรรูป (จังหวัดพิษณุโลก) มีปริมาณการส่งมากที่สุดเฉลี่ย ร้อยละ 35 ของยางเครพ บริษัทไทยอีวาร์เบอร์จำกัด (กรุงเทพมหานคร) ปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 26 ของยางเครพ บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด (จังหวัดชลบุรี) ปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 31 โรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ (จังหวัดระยอง) ปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 3 บริษัทศรีตรังแองโกรอินดัสทรีจำกัด (จังหวัดสงขลา) ปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 1 โรงงานแปรรูป (จังหวัดหนองคาย) ปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 1 และโรงงานแปรรูป (จังหวัดบุรีรัมย์) ปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 3 เป็นต้น รวมถึงสัดส่วนระยะทางต้นทุนการขนส่งยางพาราจังหวัดเชียงรายไปยังผู้ประกอบการแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยและสิ้นสุดที่ท่าเรือแหลมฉบัง ดังตารางที่ 3.16

ตารางที่ 3.16 สัดส่วนระยะทาง ต้นทุนการขนส่งยางพาราจังหวัดเชียงรายไปยังผู้ประกอบการแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย

จากเชียงรายถึง...	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา/ชม.	ต้นทุนค่าขนส่ง/ 1 ตัน	รถพ่วง-เทลเลอร์/ 30 ตัน
จังหวัดพิษณุโลก	463	6.5	485	14,550
กรุงเทพมหานคร	783	10	761	22,830
จังหวัดชลบุรี	913	11.5	848	25,440
จังหวัดระยอง	996	13	961	28,830
จังหวัดหนองคาย	974	13.9	872	26,160
จังหวัดบุรีรัมย์	783	11.25	761	22,830
จังหวัดสงขลา	1,745	21	1,632	48,960

ที่มา ผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์บริษัทโลจิสติกส์ และผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

ตารางที่ 3.17 ประเภทรถที่ทำการขนส่ง

ชนิดรถ	ขนาด (กว้างxยาวxสูง)	พื้นที่บรรจุ	น้ำหนัก/ตัน
รถบรรทุก 6 ล้อ	2.30x7x2	5-7 ตัน	15
รถบรรทุก 10 ล้อ	2.30x60x2.30	31.74 คิวบิตเมตร	15-20

รถพ่วง-เทลเลอร์	2.30x12x2.20	53.61–60.72 คิวบิตเมตร	30-38
-----------------	--------------	------------------------	-------

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ, 2558



(รถบรรทุกสิบล้อ)



(รถบรรทุกหกล้อ)



(รถพ่วง-เทลเลอร์)

รูปที่ 3.14 ชนิดของรถบรรทุกที่ใช้ในการขนส่งยางพารา

จากรูปที่ 3.13 และรูปที่ 3.14 แสดงถึงประเภทรถที่ใช้ทำการขนส่ง หรือเคลื่อนย้ายสินค้ายางพารา ผู้ประกอบการส่วนมากนิยมใช้บริการของบริษัทขนส่งที่เป็นรถบรรทุกพ่วง หรือเทลเลอร์ เพราะว่าการขนส่งแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่า 30 ตัน รวมค่าแรง การดำเนินงานต่างๆ แล้วจึงคุ้มทุนมากกว่าที่จะทำการขนส่งเอง โดยสามารถลดสถานะความเสี่ยงในเรื่องของต้นทุนค่าขนส่งได้รวมถึงสามารถควบคุมเรื่องระยะเวลาการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากภาคีที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อศึกษาถึงประเด็นปัญหา และอุปสรรคในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน การศึกษาพบว่าการผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นยังมีข้อจำกัดและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจหลายรูปแบบ เช่น ปัญหาด้านราคายางซึ่งผันผวนอย่างต่อเนื่อง ปัญหาด้านความไม่เป็นธรรมในระบบการตลาด ปัญหาการขาดแหล่งรับซื้อหรือตลาดกลางในการรับซื้อและรวบรวมผลผลิตยาง ปัญหาการขาดแหล่งผลิตหรือโรงงานพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือแปรรูปยางโดยใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยตามความต้องการของการแข่งขันในตลาดโลก ปัญหาด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นต้น ซึ่งทำให้เกษตรกร รวมถึงผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมในธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนมีความกังวล และต้องการหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปประเด็นปัญหาต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ (ตาราง 3.18)

ตารางที่ 3.18 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราภาคเหนือตอนบน

ประเด็นปัญหา	เกษตรกรชาวสวนยาง
การผลิต	- เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและความชำนาญในการเลือกพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม เกษตรกรมีการปลูกยางทั้งในเขตพื้นที่ราบสูงและพื้นที่นา รวมถึงการขาดความรู้ในการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา - มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกยางพาราซึ่งพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เนินเขา และเกษตรกรบางส่วนมีการปลูกยางพาราในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ - ขาดความรู้และทักษะในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และมีความรู้ในการผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิตรวมถึงปัญหาค่าแรงขั้นต่ำที่สูงขึ้นส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตยางพารา - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพสภาพอากาศ หรือฤดูกาลในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทำให้เก็บผลผลิตได้ไม่สม่ำเสมอ - ประสิทธิภาพผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลผลิตในภาคอื่น รวมถึงผลผลิตในภาพรวมยังมีคุณภาพไม่สูงมากนัก เนื่องจากชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพในการเก็บเกี่ยว ส่งผลทำให้ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำแต่อย่างไรก็ดีผลผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของเกษตรกรบางส่วนที่มีระบบการผลิตและการจัดการที่ดี ซึ่งสามารถผลิตยางพาราที่มีคุณภาพสูงได้ - ขาดความรู้ด้านการรักษาคุณภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการเก็บเกี่ยว (กรีดยาง) รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาขายยางไม่สูง - การผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ประกอบกับราคาวัสดุ เครื่องมือ อุปกรณ์การเกษตร มีราคาสูงขึ้น

การตลาด	- การเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง สาเหตุจากการที่เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรอง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ไม่นิยมรวมกลุ่มกัน เป็นผลให้ถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้โดยง่ายอีกทั้งจำนวนพ่อค้าหรือผู้ประกอบการที่เข้ามาซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมีจำนวนไม่มาก หรือกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะตลาดแบบกึ่งผูกขาด - ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างให้แก่เกษตรกร - ขาดระบบการบริหารข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - ปัจจุบันชาวสวนยางพาราจะพึ่งตัวพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก โดยหลังจากที่ชาวสวนยางกรีดยางเสร็จก็จะไปขายให้กับ ตลาดรับซื้อยางท้องถิ่น จากนั้นตลาดในท้องถิ่นก็ส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง เพื่อส่งต่อไปโรงงานเอกชนอีกทอดหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ชัดว่าวงจรการรับซื้อยางพาราจะเป็นไปหลายทอด ส่งผลให้ชาวบ้านเสียผลประโยชน์จากการหักหัวคิวของพ่อค้าคนกลางในแต่ละทอด
พ่อค้าคนกลาง/สหกรณ์	
กลุ่ม/สมาชิก	- สหกรณ์ยังขาดระบบการจัดการเก็บข้อมูลของสมาชิก รวมถึงระบบการจัดตั้งกองทุนยาง เพื่อเป็นกองทุนสำหรับใช้ในการพัฒนาการเพาะปลูกยางพาราในแต่ละพื้นที่ - การแย่งลูกค้าระหว่างพ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สมาชิกหันไปใช้บริการจากพ่อค้าคนกลางแทนการใช้บริการของสหกรณ์ - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร
การผลิต/การแปรรูป	- ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์มีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างให้แก่เกษตรกร เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ยังขาดความชัดเจน รวมถึงนโยบายและระเบียบว่าด้วยการตั้งโรงงานเพื่อแปรรูปผลผลิตยางพาราที่ทำให้สหกรณ์ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - การรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรบางช่วงยังไม่ได้ปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต จึงส่งผลให้ชะลอการผลิต และการส่งสินค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย - สหกรณ์เน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่เน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงการพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ
การตลาด	- ปัญหาการขาดแคลนผู้รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ และยังไม่มียางโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราขนาดใหญ่ในพื้นที่ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขั้นสูงเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา - ปัญหาการตลาดหรือเครือข่ายที่เชื่อมโยงยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ สหกรณ์ยังไม่สามารถเชื่อมโยงระบบเครือข่ายทางการตลาดได้ดีเท่าที่ควร จึงเกิดการแตกแยกของกลุ่มสมาชิก การแย่งการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เชื่อมโยงกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์ - ขาดบริหารจัดการด้านข้อมูลทางการค้า อาทิ ข้อมูลด้านราคา และข้อมูลสถานการณ์ซื้อขายที่ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น
การขนส่ง	- ขาดบุคลากรที่ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ในการขนส่งยางพาราไปจำหน่ายยังตลาดเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เนื่องจากต้นทุนโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน - พื้นที่และเส้นทางในการรวบรวมยางพาราจากเกษตรกรเข้าถึงยาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ราบสูงเนินเขา

ผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	
การรับซื้อ	- ขาดการวิเคราะห์จุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสม อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราส่วนใหญ่ในปัจจุบันอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางที่รับซื้อส่วนใหญ่ยังมีคุณภาพไม่สูงมาก และมีความผันผวนในด้านคุณภาพอย่างมาก
การตลาด	- ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ขาดทักษะและข้อมูลด้านการจัดการการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย รวมถึงโอกาสในการเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ผู้ประกอบการจีน - มีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การกว้านซื้อยางเครพของพ่อค้าต่างถิ่นแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)
การแปรรูปยาง	- เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต
การขนส่ง	- จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากเนื่องจากเป็นพื้นที่เนินเขาและอยู่ห่างไกล - โครงสร้างพื้นฐานด้านเส้นทางการขนส่งทางบก ในบางพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่สามารถบรรทุกได้เต็มลำรถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการผลิต และโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิตและการจัดการโลจิสติกส์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดสรรพื้นที่ตั้งจุดรับยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนบริหารจัดการเชิงพื้นที่ต่อไป โดยมีรายละเอียดในบทถัดไป

บทที่ 4

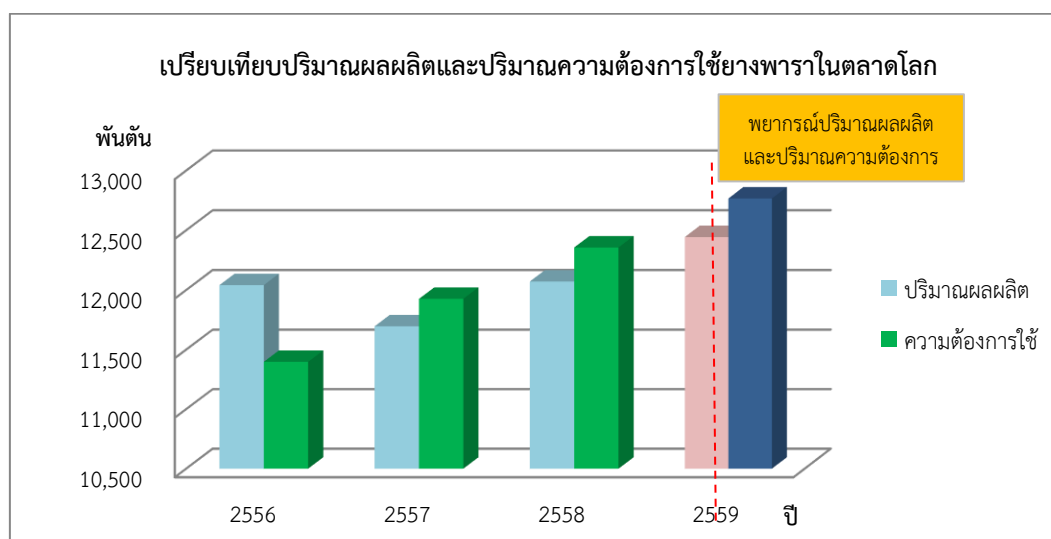
ระบบโลจิสติกส์การส่งออกยางพาราของไทยในเส้นทาง R3A สู่ออสเตรเลีย (ตอนใต้)

ในบทนี้จะกล่าวถึงการศึกษากระบวนการโลจิสติกส์การส่งออกยางพาราของไทยในเส้นทาง R3A สู่ออสเตรเลีย และประเทศจีน (ตอนใต้) รวมถึงการวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ทางน้ำ (แม่น้ำโขง) ซึ่งเป็นการขนส่งยางพาราของไทยผ่านจังหวัดเชียงราย ซึ่งถือเป็นเมืองประตูการค้าชายแดนที่สำคัญของไทย เชื่อมไปยังตลาดปลายทางในประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ ทั้ง สปป.ลาว เมียนมา และจีน (ตอนใต้) โดยเป็นการศึกษาถึงภาพรวมของระบบโลจิสติกส์ ซึ่งอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางการค้าและการขนส่ง ผ่านด่านกรมศุลกากรทั้งสามของจังหวัดเชียงราย ตลอดจนศึกษาถึงต้นทุนการขนส่งโดยเฉลี่ย ณ เส้นทาง R3A โดยสามารถแยกเป็นประเด็นการศึกษาได้ดังนี้

- 4.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดโลก
- 4.2 สถานการณ์ราคายางพาราไทยในตลาดโลก
- 4.3 สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเขตค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย
- 4.4 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านด่านการค้าชายแดน

4.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

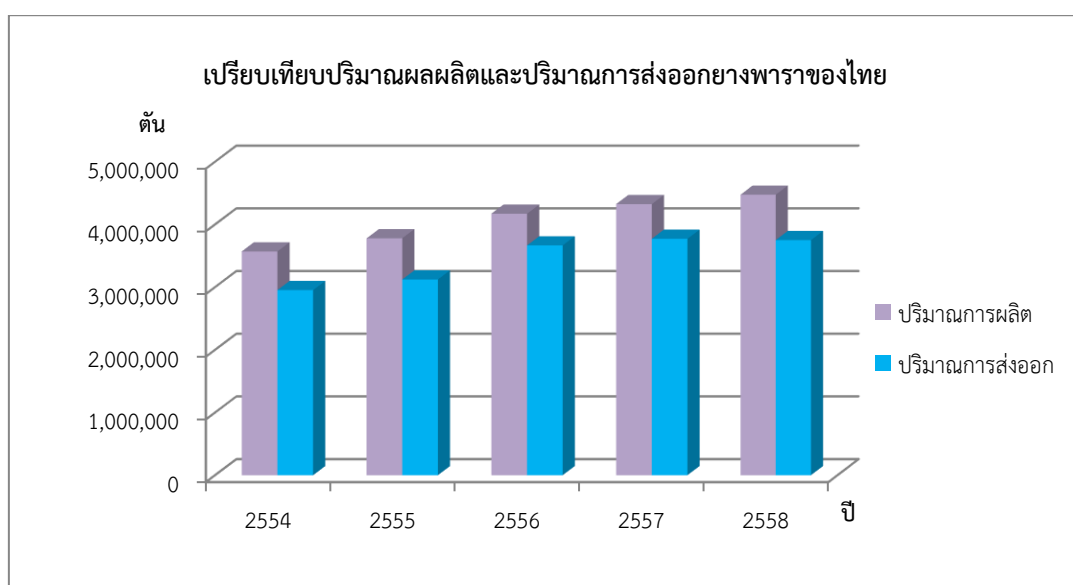
ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติ เป็นอันดับ 1 ของโลก แนวโน้มความต้องการใช้ยางพาราในตลาดโลกมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมโลก ในปัจจุบันประเทศไทยมีส่วนการผลิตสูงถึง ร้อยละ 34.4 ของโลก โดยชนิดยางที่ส่งออกของไทย ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น โดยยางธรรมชาติเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง เป็นต้น



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558

รูปที่ 4.1 เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตและปริมาณความต้องการใช้ยางพาราในตลาดโลก

ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในตลาดโลกมีอัตราความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ตรงข้ามกับปริมาณการผลิตยางพาราที่มีข้อจำกัดในพื้นที่ปลูกและปริมาณผลผลิตที่ได้ จากข้อมูลสถิติพบว่า ในปี 2557-2558 มีอัตราการเพิ่มขึ้นของตลาดโลกถึง ร้อยละ 4.43 และ 5.83 ตามลำดับ และจากการพยากรณ์ในตลาดโลกคาดว่า ในปี 2559 จะมีอัตราเพิ่มขึ้นของความต้องการยางธรรมชาติในตลาดโลกถึง ร้อยละ 0.88 ซึ่งส่งผลให้การผลิตรายธรรมชาติที่สามารถผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ โดยปัจจุบันประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตยางพาราในปี 2558 อยู่ที่ 4,473,370 ตัน (สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2558) มีปริมาณการใช้ยางพาราในประเทศไทยเพียง 582,000 ตัน คิดเป็นร้อยละ 13 จากปริมาณผลิตทั้งหมด ซึ่งจะถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมยางล้อ ยางมือ ยาง ยางยืด และอุตสาหกรรมอื่นๆ และในสัดส่วนที่เหลือคิดเป็นร้อยละ 87 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมดจะส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่น ฯลฯ (สวีนา พลพิชน์, 2558)



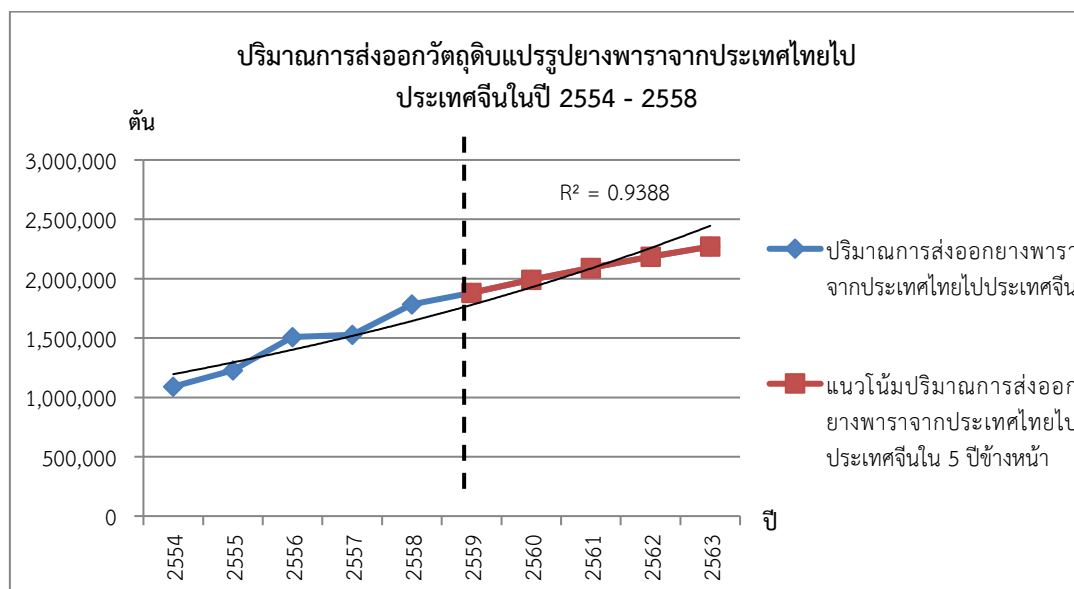
ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยโดยใช้ข้อมูลจาก สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.2 เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย

จากสถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศไทย พบว่า ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย อันดับหนึ่งได้แก่ ประเทศจีน โดยมีมูลค่ามากกว่า 80,000 ล้านบาท หรือเป็นจำนวน 1,528 ล้านตันต่อปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความต้องการยางพาราเป็นอันดับต้นๆ ของโลก รองลงมาคือมาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา อินเดีย ไต้หวัน สิงคโปร์ เวียดนาม และลาว ตามลำดับ โดยวัตถุดิบแปรรูปยางพาราที่กล่าวถึงในที่นี้ได้แก่ ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน น้ำยางพรีวัลคาไนซ์ และยางคอมปาวด์ โดยมีเลขพิกัดกรมศุลกากรการส่งออกในพิกัดที่ 4001

อัตราเฉลี่ยของการส่งออกมีการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศจีนมีอัตราการนำเข้าผลิตภัณฑ์โดยรวมของยางพาราเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เมื่อศึกษาถึงอัตราเฉลี่ยของการส่งออกวัตถุดิบแปรรูปยางพาราทั้งหมดของประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกทั้งทางด้านจำนวนและมูลค่า เฉลี่ยร้อยละ 40 ของยอดการส่งออกทั้งหมดของประเทศ

ไทยในเวลา 6 ปี นับตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2557 โดยในปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 33 ปี 2553 คิดเป็นร้อยละ 32 ปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 36 ปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 40 ปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 43 และ ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 44 ดังรูปที่ 4.3



ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global trade atlas, 2558

รูปที่ 4.3 ปริมาณการส่งออกวัตถุดิบแปรรูปยางพาราจากประเทศไทยไปประเทศจีนในปี 2554-2558

ทั้งนี้ยังมีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศทั้งนี้ยังมีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย เวียดนาม ลาว และ พม่า ซึ่งในแต่ละประเทศต่างมีความต้องการวัตถุดิบแปรรูปยางพาราของประเทศไทย เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีการผลิตสินค้าจากยางพารายางรถยนต์ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ และทำการส่งสินค้าเหล่านั้นกลับมาจำหน่ายในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ อีกด้วย ดังแสดงในตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1 สถิติโดยแสดงรายละเอียดการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราโดยภาพรวมของประเทศไทย

หน่วย: ตัน

ประเทศ/ปี	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ตลาดโลก	2,738,584	2,733,607	2,997,018	2,998,896	3,437,042	3,409,357	3,653,497
ตลาดอาเซียน + จีน							
เวียดนาม	59,881	24,736	30,001	12,720	13,744	18,079	16,088
มาเลเซีย	679,480	624,945	519,899	547,362	661,516	604,221	609,497
ลาว	1,860	2,518	2,211	4,886	6,122	9,857	9,946
จีน	929,425	809,060	1,090,554	1,227,211	1,507,157	1,528,304	1,782,241
นอกอาเซียน							
ญี่ปุ่น	250,166	323,896	326,493	273,727	287,029	251,324	231,065
เกาหลีใต้	145,844	178,817	196,591	185,242	166,842	180,275	157,652
อเมริกา	163,085	176,016	213,719	183,678	152,666	150,932	165,159
อินเดีย	62,660	61,747	69,243	73,203	83,866	110,570	121,700

ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยจากฐานข้อมูลจาก Global trade atlas, 2558

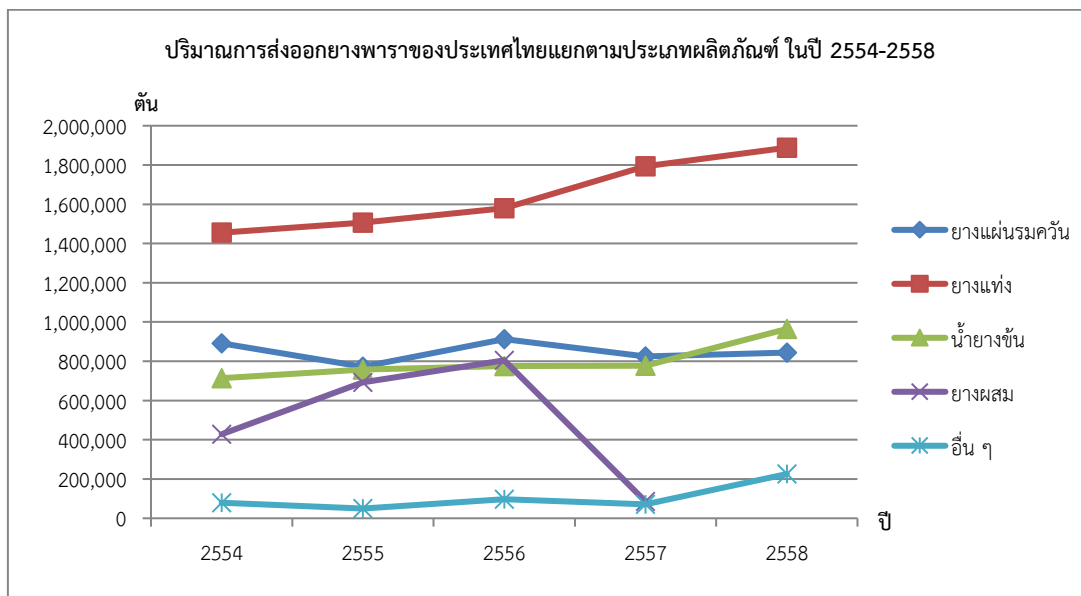
ประเภทยางพาราที่มีการส่งออกของประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางผสม และอื่นๆ ทั้งนี้ประเภทของยางพาราที่ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกมากที่สุด ในปี 2558 ได้แก่ ยางแท่ง 1,887,984 ตัน คิดเป็นร้อยละ 42.58 น้ำยางข้น 964,403 ตัน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ยางแผ่นรมควัน 844,081 ตัน คิดเป็นร้อยละ 19.03 ยางผสม 511,349 ตัน คิดเป็นร้อยละ 11.53 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.08 ตามลำดับ ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกมากที่สุดในโลก และจากสถิติการส่งออกยางพาราแต่ละประเภทของไทยตั้งแต่ ปี 2554 – 2558 แนวโน้มการส่งออกของยางพาราไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 4.2 และ รูปที่ 4.4

ตารางที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภท

หน่วย: ตัน

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางผสม	อื่น ๆ	รวม
2554	892,249	1,455,094	713,804	428,276	79,610	3,569,033
2555	771,993	1,505,651	757,364	693,210	49,792	3,778,010
2556	912,676	1,579,788	775,662	804,784	97,518	4,170,428
2557	824,030	1,793,945	776,579	85,818	70,585	3,550,957
2558	844,081	1,887,984	964,403	511,349	225,553	4,433,370

ที่มา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2558

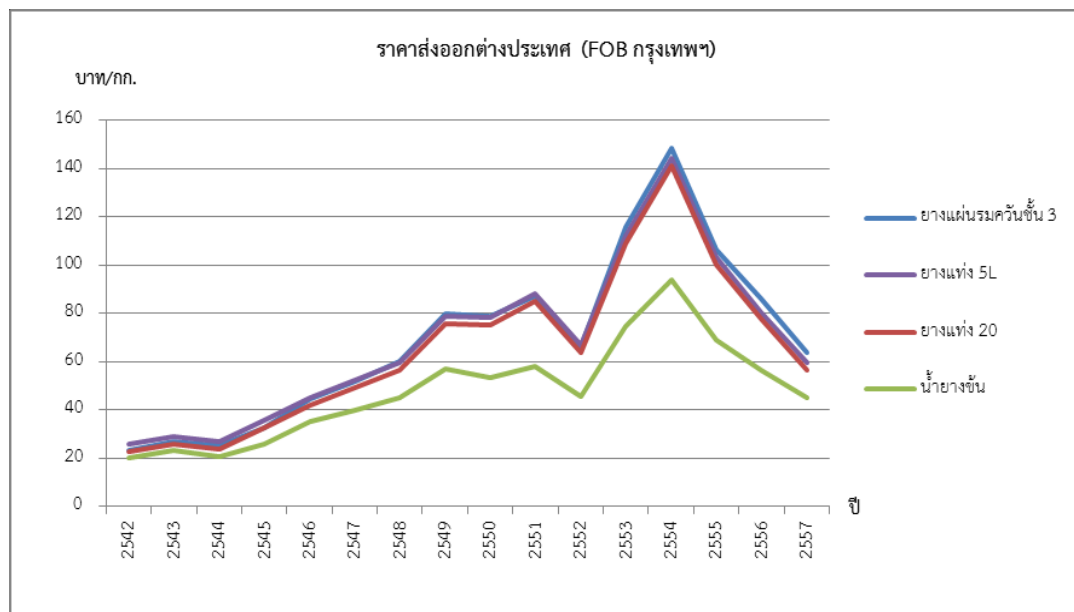


ที่มา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.4 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

4.2 สถานการณ์ราคายางพาราไทยในตลาดโลก

สถานการณ์การเคลื่อนไหวราคายางพารานั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามความต้องการ และปริมาณผลผลิต รวมถึงฤดูกาลของการปลูกยาง เนื่องจากยางพารานั้นเป็นสินค้าเกษตร ซึ่งในช่วงปี 2542-2551 นั้นราคายางพารามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในปี 2552 นั้นราคายางมีการปรับตัวลดลงเนื่องจากราคายางธรรมชาติ และสินค้าต่างๆ ก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤตปัญหาเศรษฐกิจโลก ต่อมาในปี 2553-2554 ราคาของยางพาราก็เริ่มปรับตัวสูงขึ้นเช่นเดียวกับสินค้าประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากความต้องการจากต่างประเทศสูงขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศจีนและอินเดีย รวมทั้งความผันผวนจากสภาพอากาศและปริมาณของต้นยางที่อายุมาก จึงส่งผลให้ยางพารานั้นปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตามในปี 2555-2557 ราคายางพาราเริ่มลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากราคาตลาดโลกนั้นยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องรวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงโดยเฉพาะประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศผู้ใช้อย่างพารายใหญ่ที่สุดในโลกและการนำเข้ามาในตลาดของวัตถุดิบที่สามารถทดแทนการใช้ยางพารา ดังแสดงในรูปที่ 4.5



ที่มา สถาบันวิจัยยาง, 2558

รูปที่ 4.5 ราคายางพาราส่งออกต่างประเทศ (FOB กรุงเทพฯ)

เมื่อพิจารณาและเปรียบเทียบราคาการส่งออกโดยเฉลี่ยของวัตถุดิบแปรรูปยางพาราพบว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคายางพาราไทยในตลาดโลก ในปี 2554 เพิ่มขึ้นจากเดิมกว่าร้อยละ 65 หลังจากนั้นอัตราของราคายางไทยในตลาดโลกโดยเฉลี่ยได้ลดต่ำลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 40 นับจากปี 2555 – 2557 นั้นแสดงให้เห็นว่า ราคายางพาราของไทยทุกประเภทชนิดของวัตถุดิบแปรรูปได้ลดราคายาลง แต่อย่างไรก็ตามจากราคาโดยเฉลี่ยของทุกวัตถุดิบแปรรูปยางพาราแม้จะลดลง แต่จำนวนการส่งออก และความต้องการจากนอกประเทศกลับสวนทางกันและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้จากตารางที่ 4.3 ซึ่งเป็นความเคลื่อนไหวของราคายางในช่วงเดือนสิงหาคม 2558 โดยภาพรวมแล้วราคายังคงลดลงอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นราคาในประเทศ ราคาส่งออก รวมถึงราคายางในตลาดล่วงหน้าต่างประเทศอีกด้วยทั้งนี้ น้ำยางข้นมีการลดลงมากที่สุดถึง ร้อยละ 18.55 โดยสาเหตุที่ทำให้ราคามีการปรับตัวลดลงนั้นสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีการปรับลดลง ตลาดหุ้นจีนที่มีปัญหา ค่าเงินเยนแข็งค่าขึ้น รวมถึงอุปทานของยางในประเทศไทยและประเทศผู้ผลิตรายใหญ่อื่นๆ นั้นส่งออกยางเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ราคายางนั้นมีการปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.3 ราคายางพาราในประเทศไทยตลาดล่วงหน้าตลาดโตเกียว และสิงคโปร์ในปี 2557 และ 2558
(มกราคม – สิงหาคม)

หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม

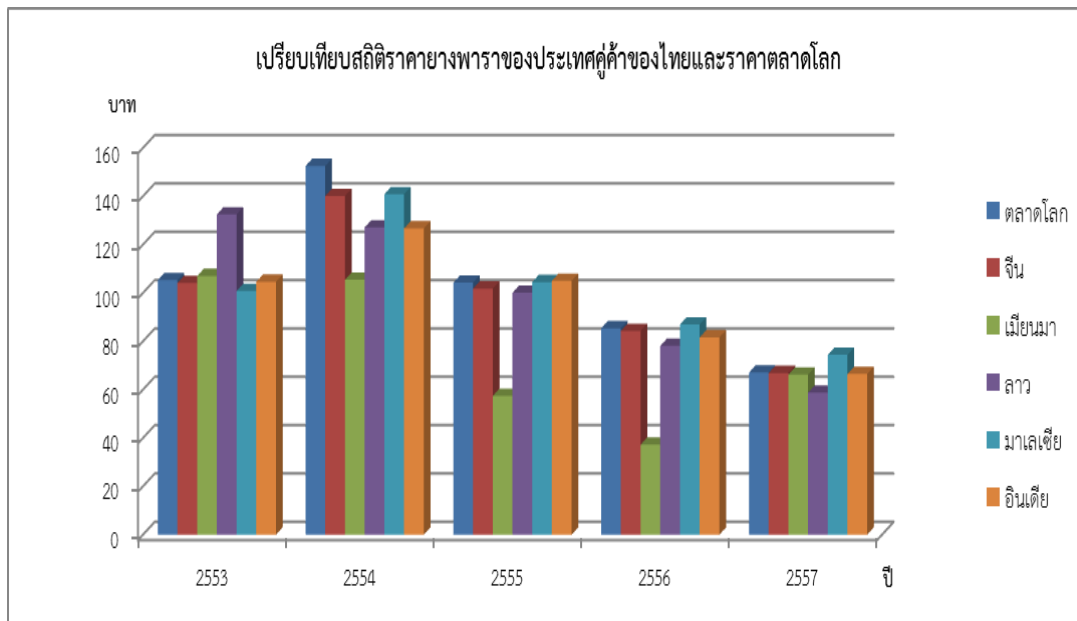
ประเภทยาง	2557 (เฉลี่ยทั้งปี)	2558 (เฉลี่ยทั้งปี)	% เปลี่ยนแปลง	
			YOY (%)	MOM (%)
ยางแผ่นดิบ ชั้น 3 หาดใหญ่	57.85	48.99	-15.31	-8.86
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 กรุงเทพฯ	63.90	54.18	-15.21	-9.72
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 โตเกียว; (C&F)	62.98	53.29	-15.46	-9.73
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 สิงคโปร์; (F.O.B)	62.55	53.16	-16.35	-10.39
ยางแท่ง กรุงเทพฯ (F.O.B)	56.14	47.56	-15.29	-8.58
น้ำยางข้น กรุงเทพฯ (F.O.B)	44.61	35.39	-18.55	-6.47

ที่มา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ประมวลผลโดยสถาบันพลาสติก และ ศูนย์วิจัยและพัฒนา
อุตสาหกรรมยางไทย ปีพ.ศ.2558

หมายเหตุ: ยางแผ่นรมควันชั้น 3 กรุงเทพฯ ส่งมอบล่วงหน้า 2 เดือน

ยางแท่ง กรุงเทพฯ (F.O.B) และน้ำยางข้น กรุงเทพฯ (F.O.B) ส่งมอบล่วงหน้า 1 เดือน

ปัจจัยหลักของการที่ราคารายพาราของไทยในตลาดโลกลดลง เป็นผลกระทบจากนโยบายของประเทศจีน ที่มีนโยบายเชิงรุกในการเข้าทำสัญญาการเพาะปลูก เพื่อหวังผลระยะยาวในการตอบสนองต่อความต้องการยางพาราในประเทศ ได้แก่ ประเทศเมียนมา ลาว เวียดนาม และกัมพูชา ด้วยปัจจัยนี้ทำให้เกิดกระแสข่าวลือถึงราคารายพาราของไทย ซึ่งปัจจุบันเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจจีนในช่วงปี 2557 -2558 มีการชะลอตัวเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศผู้นำเข้ายางพาราสำคัญของโลก อันได้แก่ประเทศจีน ที่มีสัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบแปรรูปยางพารามากเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยจากการศึกษาพบว่า ประเทศจีนเป็นฐานการผลิตล้อยางของบริษัทชั้นนำของโลก และเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย ดังนั้นเมื่อประเทศจีนมีการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลให้ความต้องการใช้วัตถุดิบยางพาราเป็นวัตถุดิบหลักในการใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการสร้างวัตถุดิบแปรรูปจากยางพาราต่างๆ อาทิ ล้อยานพาหนะ ถุงมือ และท่อยางพารา ลดลง โดยในปี 2554 -2556 จึงเป็นผลทำให้ราคารายพาราไทยในตลาดโลกและตลาดประเทศคู่ค้า เช่น ประเทศจีน เมียนมา ลาว มาเลเซีย เวียดนาม และอินเดีย ลดลงดังรูปที่ 4.6



ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยจากฐานข้อมูลจาก Global trade atlas, 2558

รูปที่ 4.6 เปรียบเทียบสถิติราคายางพาราของประเทศคู่ค้าของไทยและราคาตลาดโลก

จากสถิติราคายางพาราของไทยในตลาดโลก พบว่าราคายางอาจจะสามารถปรับตัวดีขึ้นกว่าในปัจจุบันไม่มากนัก อันเนื่องมาจากการที่ประเทศจีนเข้ามาลงทุนทำสัญญาในการเพาะปลูกและให้การสนับสนุนรัฐบาลในกลุ่มประเทศ CLMV ในการปลูกยางพาราด้วยเงินทุนจำนวนมาก ส่งผลให้ความต้องการในการนำเข้าวัตถุดิบแปรรูปยางพาราขึ้นต้นจากประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง แต่ด้วยกลไกและคุณภาพที่ประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญและมีการสั่งสมความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพยางพาราทำให้ยางพาราไทยยังคงเป็นที่ต้องการในตลาดโลก

นอกจากนี้แนวโน้มของเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวในระยะยาว โอกาสที่ราคายางพาราของไทยจะกลับขึ้นมาสูงถึงกิโลกรัมละประมาณ 140 บาท นั้นเป็นไปได้ยาก ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเพิ่มความต้องการใช้ยางในประเทศแทนการส่งออก ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทย ซึ่งจะช่วยลดการผันผวนของราคายางไทยได้ในอนาคต อย่างไรก็ตามสถานการณ์ราคายางพาราในตลาดโลกนั้นยังมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของยางพาราในตลาดโลก

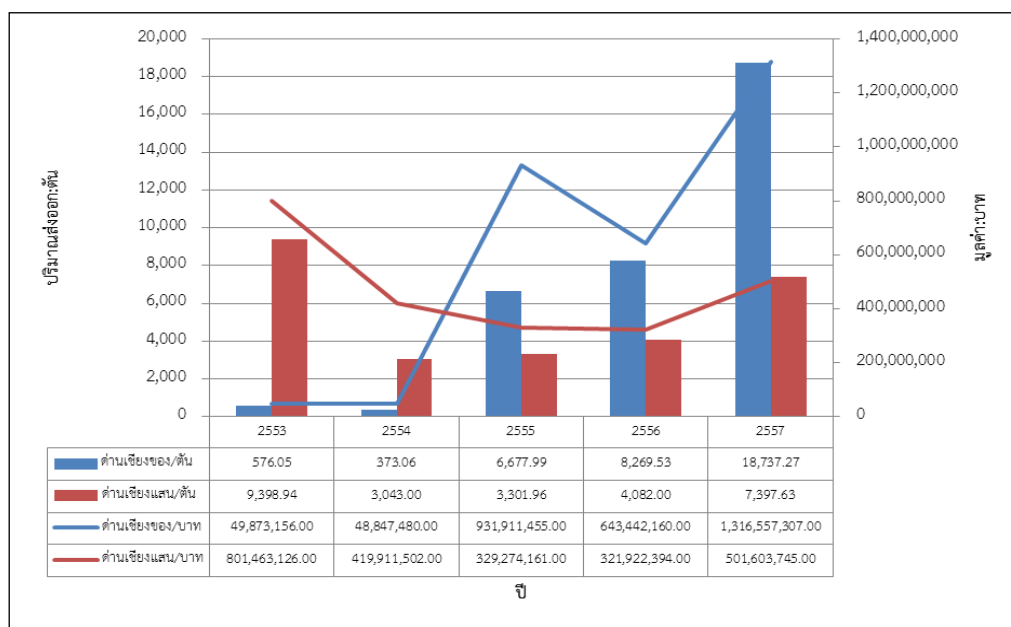
ปัจจัย	รายละเอียดปัจจัย
ด้านอุปสงค์และอุปทาน	ปัจจัยด้านนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะชี้ทิศทางของราคาของยางพาราในช่วงเวลานั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้และผู้ผลิตจากต่างประเทศนั้นจะมีผลทางด้านของอุปทานและการเคลื่อนไหวของราคาดังกล่าวมากกว่าผู้ใช้และผู้ผลิตในประเทศ ซึ่งเมื่อไหร่ก็ตามที่ความต้องการของต่างประเทศนั้นมีเพิ่มมากขึ้นก็จะส่งผลให้ราคาดังกล่าวนั้นผันแปรตามไปด้วย รวมไปถึงด้านของสภาพภูมิอากาศ ฤดูกาล ผลผลิต และจำนวนประชากรนั้นก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่นหากจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นความต้องการในการใช้ยางพาราจะเพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลต่ออุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ยานยนต์ที่ใช้ยางพาราเพื่อผลิตล้อรถ หรือ อุตสาหกรรมรองเท้า เป็นต้น
ราคาน้ำมัน	น้ำมันนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญมากซึ่งราคาของยางพารานั้นจะมีทิศทางเดียวกับราคาน้ำมัน เนื่องจากน้ำมันนั้นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตยางเทียมหรือสังเคราะห์ ซึ่งหากราคาน้ำมันในตลาดโลกมีการปรับตัวสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ต้นทุนและราคาของยางเทียมเพิ่มขึ้นตาม และยังส่งผลให้ราคาของยางธรรมชาตินั้นสูงขึ้นด้วย
อัตราแลกเปลี่ยน	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศนั้นมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งการนำเข้าหรือส่งออกของยางพารานั้นไม่ได้ใช้สกุลเงินเดียวกันเนื่องจากมีการซื้อขายกันทั่วโลกและแต่ละประเทศนั้นก็ใช้สกุลเงินที่แตกต่างกัน อีกทั้งราคายางในแต่ละประเทศนั้นไม่เท่ากันอีกด้วย ซึ่งถ้าค่าเงินอ่อนค่าจะเป็นผลดีต่อการส่งออก แต่ในทางกลับกันหากค่าเงินแข็งค่าจะเป็นผลเสียต่อการส่งออก ซึ่งในการนำเข้าและส่งออกนั้นจะเทียบค่าเงินโดยใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ
เศรษฐกิจโลก	เมื่อไหร่ที่มีการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกไปในทางที่ดีความต้องการใช้ยางก็จะเพิ่มขึ้น แต่หากเมื่อไหร่ที่เศรษฐกิจโลกนั้นมีการชะลอตัวหรือถดถอยลงก็จะทำให้มีผลต่อราคาของยางพารา ซึ่งเศรษฐกิจโลกเป็นตัวบ่งชี้สถานการณ์ของการผลิต การใช้จ่าย หรือวัตถุดิบแปรรูปยางพาราอีกด้วย
นโยบายการค้าระหว่างประเทศ	นโยบายการค้าระหว่างประเทศนั้นหากรัฐบาลต่างประเทศมีการปรับในเรื่องของภาษีสินค้าเกษตร เช่นการตั้งกำแพงภาษีสินค้า ก็จะทำให้มีผลต่อราคาของสินค้าเกษตร ซึ่งรวมถึงยางพาราด้วย ทั้งนี้ช่วงหลังประเทศจีนนั้นค่อนข้างเข้ามามีบทบาทให้การกำหนดทิศทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลต่อราคาของยางพารา
อุตสาหกรรมยานยนต์	หากอุตสาหกรรมยานยนต์ในปีนั้นๆ มีอัตราการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ที่สูง ความต้องการยางก็จะมีมากตามไปด้วย เนื่องจากในอุตสาหกรรมยานยนต์จะนำยางไปผลิตล้อซึ่งใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ จึงส่งผลต่อราคาของยางพารา
ภาวะตลาดหุ้น	แนวโน้มภาวะตลาดหุ้นนั้นจะเป็นสัญญาณบ่งบอกถึงความมั่นใจของนักลงทุนแต่ละประเทศต่อเศรษฐกิจ เมื่อหุ้นแต่ละตลาดปรับตัวขึ้นหรือสูงขึ้นจะส่งผลให้นักลงทุนกล้าที่จะลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ โดยดูจากดัชนีชี้วัดตลาดหุ้นที่เกี่ยวข้อง ตลาดหุ้นยุโรป ตลาดหุ้นลอนดอน ดัชนีดาวโจนส์ตลาดหุ้นนิวยอร์ก
ราคาตลาดล่วงหน้า โตเกียว ตลาดเซี่ยงไฮ้ และตลาดสิงคโปร์	ราคาตลาดล่วงหน้าเป็นราคาที่ขึ้นราคายางทั้งตลาดในประเทศและนอกประเทศโดยตรง ซึ่งสังเกตจากราคาปิดของวันก่อนหน้าว่าแนวโน้มราคายางจะขึ้นหรือลง หากว่าเป็นบวกราคายางมีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้น แต่หากเป็นลบมีแนวโน้มที่ราคายางจะต่ำลง
สภาพภูมิอากาศ	หากในช่วงที่สภาพภูมิอากาศที่มีฝนตกชุกหรืออาจจะมีน้ำท่วม จะทำให้ผลผลิตยางออกมาไม่เพียงพอต่อความต้องการ ถึงแม้ว่าต่างประเทศจะลดความต้องการลงแต่ราคาในประเทศอาจจะไม่ลดหรือลดไม่มาก เนื่องจากผู้ซื้อในประเทศนั้นอาจจะมีการเก็งกำไรโดยการแข่งขันซื้อยางเก็บเพื่อนำไปขายในราคาที่สูงขึ้น

แนวโน้มราคายาง ในปี 2559 ราคายางธรรมชาติคาดว่าจะยังคงผันผวนเคลื่อนไหวอยู่ในกรอบจำกัดตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่เปราะบาง โดยเฉพาะเศรษฐกิจจีนซึ่งเป็นผู้ใช้ยางรายใหญ่ของโลกยังคงชะลอตัว ส่งผลให้อุปสงค์ยางลดลง ประกอบกับภาพรวมความผันผวนของตลาดเงินและตลาดหุ้นทั่วโลก โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวม- ภายในประเทศ (GDP) โลกจะลดลงเหลือร้อยละ 3.5 ในปี 2558 และร้อยละ 3.7 ในปี 2559 เศรษฐกิจจีนจะขยายตัวลดลง เหลือร้อยละ 6.3 ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประเทศคู่ค้าของ

จีนด้วย ประกอบกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะ ทรงตัวในช่วง 5 ปีข้างหน้า เนื่องจากอุปทานน้ำมันล้นตลาด และความต้องการใช้น้ำมันดิบในระดับต่ำตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านการผลิต ความต้องการใช้ และปริมาณยางส่วนเกิน ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อราคายาง (The Rubber Economist) โดยองค์การศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ (IRSG)

4.3 สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเขตค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย

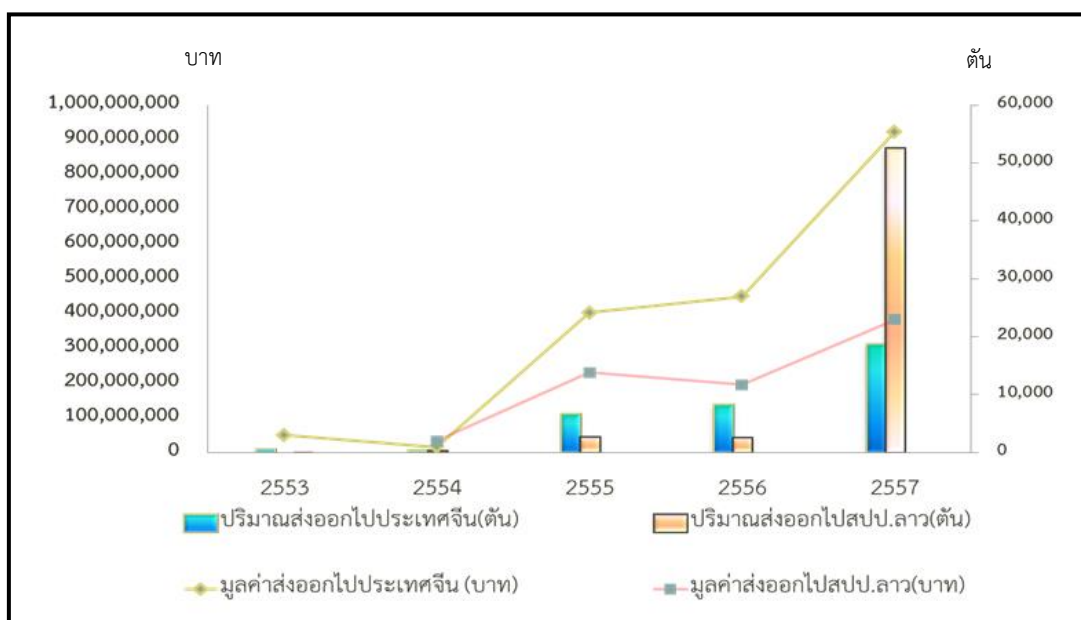
ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย และภูมิภาคอาเซียน โดยอาเซียนผลิตยางพาราในสัดส่วนสูงที่สุดในเอเชีย และมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 80 ซึ่งประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 33.1 รองลงมาได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลก สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกยางพาราปีละ 678,000 ล้านบาท (สมาคมยางพาราไทย, 2556) ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ประเทศไทยได้รับประโยชน์ไม่น้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวและรับมือกับโอกาสที่จะเกิดขึ้นกับการค้าที่จะมีการขยายตัวและมีช่องทางการขยายตลาดได้มากยิ่งขึ้นในตลาดประเทศจีน (ตอนใต้) โดยใช้เส้นทางการขนส่งสายเศรษฐกิจ R3A โดยยางพารามีการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในทุกๆ ภูมิภาคของประเทศไทย อีกทั้งยังพบว่าภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยได้กลายเป็นเป็นเส้นทางเลือกเส้นทางใหม่สำหรับการส่งออกยางพาราไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีความต้องการยางพาราเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยด่านการค้าชายแดนที่สำคัญของ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ด่านศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของ จังหวัดเชียงราย เป็นอำเภอที่มีพรมแดนที่มีพื้นที่ตั้งอยู่ ณ ชายแดนของประเทศ มีเส้นทางน้ำและสะพานมิตรภาพเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ด่านศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของจึงถือได้ว่าเป็นประตูสู่เส้นทางการค้าที่สำคัญของประเทศไทย ในการส่งออกผลผลิตต่างๆ ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ ผลไม้ เนื้อสัตว์ เพื่อบริโภค และยางพารา เป็นต้น



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมศุลกากรเชียงแสนและเชียงของ จ.เชียงราย, 2557

รูปที่ 4.7 การออกยางพาราผ่านด่านศุลกากร อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ

อัตราการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 4.7) โดยด่านศุลกากรเชียงแสนมีอัตราการส่งออกยางพาราที่สูงในปี 2553 และลดลงในช่วงระหว่างปี 2554-2556 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2557 เนื่องจาก ในปี 2553 ผู้ประกอบการขนส่งเริ่มมีการใช้เส้นทางการขนส่งเส้นทางใหม่ในอำเภอเชียงของ ประจวบในระหว่างนี้ได้มีการขยายด่านศุลกากรอำเภอเชียงแสนเพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจอาเซียน โดยเส้นทางศุลกากรเชียงแสนขาดความสะดวกในการขนส่ง จึงส่งผลให้มูลค่าการส่งออกในระหว่างปี 2554-2556 ของอำเภอเชียงแสนลดลง โดยเมื่อเทียบสัดส่วนการขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันเส้นทางการส่งออกของพาราผ่านเส้นทางด่านศุลกากรเชียงของเป็นที่นิยมมากกว่า ด่านศุลกากรเชียงแสนเมื่อเทียบเป็นมูลค่าแล้ว ในปี 2557 มีอัตราการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของมากกว่าด่านศุลกากรเชียงแสนสูงถึง ร้อยละ 65 และในอนาคตคาดว่าจะมีการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะเพิ่มมากขึ้น โดยเส้นทางขนส่งผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะขนส่งสินค้าไปยังประเทศหลัก 2 ประเทศ ได้แก่ สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งสัดส่วนการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 4.8)

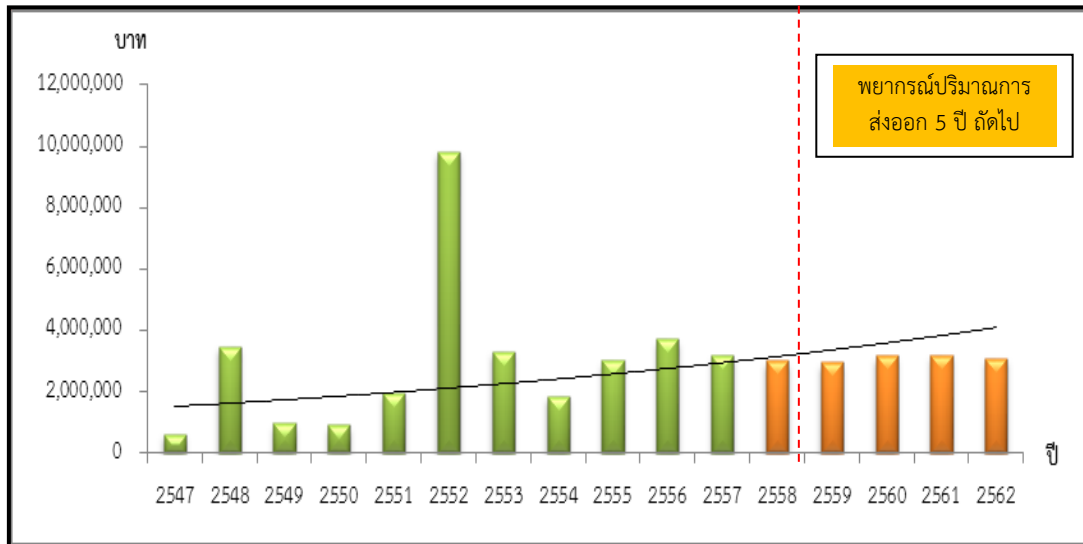


ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมศุลกากรอำเภอเชียงแสนและ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย, 2557

รูปที่ 4.8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรอำเภอเชียงของไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

จากสถานการณ์ยางพาราประเทศคู่ค้าของไทยในสหภาพเมียนมา (Myanmar) โดยการใช้เส้นทางการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรในจังหวัดเชียงราย จากการสำรวจพบว่าด่านศุลกากรแม่สายมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางแปรรูป ชนิดยางรถยนต์ไปยังสหภาพเมียนมากว่า 3 ร้อยล้านตันต่อปี โดยผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์เหล่านี้มีมูลค่าการส่งออกสูงถึงหลักร้อยล้านบาทต่อปี ซึ่งในปัจจุบันพบว่ายางรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ส่งออก 10 อันดับแรก ของไทยในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และจากการพยากรณ์พบว่าผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์เพื่อการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันสหภาพเมียนมามีความร่วมมือกับ สปป.ลาว ในการสร้างเส้นทางเชื่อมระหว่างประเทศและได้ทำการเปิดใช้ ส่งผลให้เส้นทางสายเศรษฐกิจ R3B ผ่านสหภาพเมียนมาเข้าสู่ สปป.ลาว และเข้าไปยังประเทศจีน จึงกลายเป็นอีกทางเลือกของผู้ประกอบการในการเลือกใช้เส้นทางนี้สำหรับการ

ขนส่งสินค้าไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ โดยในปี พ.ศ. 2558 – 2562 ได้ทำการพยากรณ์ล่วงหน้าเพื่อดูแนวโน้มของการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (รูปที่ 4.9)



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูลกรมศุลกากรแม่สาย จังหวัดเชียงราย, 2557

รูปที่ 4.9 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (ชนิดยางรถยนต์) ผ่านด่านศุลกากร
อำเภอแม่สายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

4.4 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านด้านการค้าชายแดน

จังหวัดเชียงรายถือเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของไทยของการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือโดยมีพรมแดนติดประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ คือ เมียนมา และสปป.ลาว อีกทั้งยังมีเส้นทางที่สามารถเชื่อมโยงกับจีน (ตอนใต้) โดยมีเส้นทางทั้งทางบกและทางน้ำ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.4.1 เส้นทางขนส่งยางพาราในเส้นทาง R3A (เชียงของ – ห้วยทราย – หลวงน้ำทา – บ่อหาน/บ่อเต็น – สิบสองปันนา – Kunming)



รูปที่ 4.10 เส้นทาง R3A ด่านเชียงของ และด่านห้วยทราย

เส้นทางสายเศรษฐกิจ R3A เป็นเส้นทางการขนส่งโดยใช้รถเป็นพาหนะในการขนส่งสินค้า โดยมีจุดเริ่มต้นจากด่านห้วยทราย (อ.เชียงของ จ.เชียงราย) ผ่านสปป.ลาว ไปยังบ่อเต็น (ด่านเชื่อมต่อ สปป.ลาว ไปยังประเทศจีน) สิ้นสุดที่มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน มีระยะทางโดยประมาณ 1,205 กิโลเมตร เส้นทางนี้ใช้เป็นเส้นทางในการขนส่งยางพาราของไทยมายังอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เพื่อส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนลาว และประเทศจีน (ตอนใต้)



รูปที่ 4.11 การขนส่งโดยใช้รถบรรทุกบรรจุยางพารา

ในการขนส่งทำได้โดยใช้รถบรรทุกบรรจุยางพาราของประเทศไทย จากอำเภอเชียงของ ข้ามสะพานสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ณ อำเภอเชียงของ (ห้วยทราย) จากนั้นทำการขนส่งไปยังชายแดน สปป.ลาว ที่เมืองบ่อเต็น/บ่อหาน จากนั้นผู้ค้าชาวจีนจะนำรถมารับสินค้าบริเวณหน้าด่าน หลังจากนั้นทำการขนส่งไปยังเมืองจิ่งหง หรือเชียงรุ่ง ก่อนจะเข้าสู่ตลาดการค้าที่เมืองคุนหมิง และกระจายสินค้ายังผู้ประกอบการของประเทศจีน โดยค่าใช้จ่ายในการขนส่งผ่านเส้นทาง R3A ต่อเที่ยวของการขนส่งสินค้าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 98,000 – 105,000 บาท (ตารางที่ 4.5) ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งจะมีการเปลี่ยนแปลงตามปริมาณของสินค้าต่อเที่ยว

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนการขนส่งยางพาราโดยเฉลี่ยผ่านเส้นทางการขนส่งผ่านเส้นทางบก (R3A)

เส้นทางการขนส่ง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	ค่าใช้จ่าย
เชียงใหม่ (หัวทราย) 235 กม. ↓ บ่อเต็น/บ่อหาน (สปป.ลาว) 320 กม. ↓ จิ่งหง (ประเทศจีน) 158 กม. ↓ ซือเหมา (ประเทศจีน) 492 กม. ↓ คุนหมิง (ประเทศจีน)	1,205 กิโลเมตร	22 ชั่วโมง	ปริมาณการขนส่งต่อเที่ยวสามารถบรรทุกได้ 30 ตัน โดยใช้รถบรรทุกพ่วง อัตรานี้ไม่รวมการจัดเก็บภาษีระหว่างการเดินทาง ต้นทุนการขนส่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงโดยแปรผันต่อปริมาณอย่างต่อเนื่อง
ค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ย / ตัน	3,266 – 3,500 บาท/ตัน		98,000 – 105,000 บาท/เที่ยว

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากการสำรวจและสัมภาษณ์

หมายเหตุ: - ระยะทาง ระยะเวลาและต้นทุนเป็นการประมาณการโดยเฉลี่ย จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย
- ระยะเวลาของการขนส่งไม่รวมเวลาพักรถ และเวลาการดำเนินการพิธีการศุลกากร

4.4.1.1 โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางเดินรถ (R3A)

หลังจากที่ประเทศไทยได้เปิดประตูการค้าในเส้นทางสายเศรษฐกิจ R3A ไปยังประเทศเพื่อนบ้านโดยผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งเปิดใช้งานอย่างเป็นทางการเมื่อปลายปี 2556 ที่ผ่านมามีผลให้มูลค่าทางการค้าชายแดนของประเทศไทยโดยผ่านเส้นทาง R3A ไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้ทำการศึกษาศักยภาพด้านเศรษฐกิจการค้า และเส้นทางการขนส่ง R3A พบว่า การขนส่งสินค้าผ่านเส้นทาง R3A มีทั้งโอกาสและอุปสรรค ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ตารางเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคของการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางการขนส่งทาง (R3A)

โอกาส	อุปสรรค
1. เส้นทางการขนส่ง R3A เป็นเส้นทางที่มีระบบคมนาคมที่ดีขึ้นจากเดิม อีกทั้งยังสะดวกต่อการขนส่งยางพาราไปยังประเทศเพื่อนบ้าน	1. เนื่องด้วยการขนส่งสินค้าเป็นการค้าระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยไม่ได้รวมถึง สปป.ลาว ในฐานะประเทศทางผ่านของเส้นทาง R3A สปป.ลาว จึงไม่อนุญาตให้รถขนส่งสินค้าไทยหรือจีนผ่านลาวเข้าสู่อีกประเทศได้โดยตรง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องขนถ่ายสินค้าจากรถอีกฝ่ายหนึ่งไปยังรถของอีกฝ่ายหนึ่งที่มารอรับอยู่ ณ บริเวณจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้า
2. เส้นทางการขนส่งผ่านเส้นทาง R3A เป็นเส้นทางที่มีความสะดวกมากกว่าเส้นทางน้ำ จึงเป็นโอกาสทางการค้าที่สามารถขนส่งสินค้าไปยังปลายทางได้อย่างรวดเร็ว และทำการค้าได้มากขึ้น	2. รถบรรทุกจากประเทศไทยไม่สามารถขนส่งยางพาราไปยังประเทศจุดหมายได้ภายในรถคันเดียว ระหว่างการขนส่งข้ามแดน ณ บ่อเต็น เข้าสู่ประเทศจีนต้องมีการลัดเปลี่ยนรถบรรทุกสินค้าของประเทศจีนเพื่อขนส่งไปยังปลายทาง โดยระหว่างการขนถ่ายสินค้าอาจเกิดการจุกติดสินค้าที่ผิดลักษณะ ส่งผลให้เกิดความเสียหายกับตัวสินค้าหรือบรรทุกหนัก ทำให้ต้นทุนการขนส่งเพิ่มสูงขึ้นอีกทั้งยังก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการขนส่งเที่ยวละประมาณ 10,000-15,000 บาท และต้นทุนด้านเวลาเพิ่มขึ้น 2-3 ชั่วโมง
3. เส้นทาง R3A เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อกับกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ลาว พม่า และจีน (ตอนใต้) จึง ส่งผลทำให้มูลค่าทางการค้าระหว่างภูมิภาคเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าของธุรกิจยางพาราได้มากขึ้นตลอดเส้นทางการขนส่งจากประเทศไปยังประเทศจีน (ตอนใต้)	3. เนื่องด้วยพิธีการศุลกากรของแต่ละประเทศไม่เป็นหนึ่งเดียวกัน ส่งผลให้ระยะเวลาในการดำเนินการเอกสารและตรวจเช็คสินค้าค่อนข้างนาน อีกทั้งช่วงเวลาของแต่ละประเทศไม่เท่ากัน ส่งผลให้ระยะเวลาในการเปิดปิดด่านที่ไม่พร้อมกัน อาจก่อให้เกิดข้อผิดพลาดทางด้านเวลาระหว่างการขนส่งสินค้า
4. ในการดำเนินการเกี่ยวกับเอกสารเพื่อทำการส่งออกสินค้าผ่านเส้นทาง R3A ไม่มีความยุ่งยาก จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการสามารถทำการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น	4. ปริมาณการนำเข้าและส่งออกยางพาราของประเทศต้นทางและประเทศปลายทางที่ไม่สมดุลกัน ก่อให้เกิดต้นทุนโลจิสติกส์ที่เพิ่มมากขึ้นระหว่างการวิ่งรถเปล่าเพื่อกลับมารับยางพาราในรอบถัดไป
5. ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสที่จะส่งออกยางพาราไปขายให้กับโรงงานแปรรูปยางพาราของนักลงทุนจีน ที่มาลงทุนทำโรงงานแปรรูปอยู่ที่ สปป.ลาว โดยเฉพาะโรงงานในเขตหลวงน้ำทา ซึ่งใกล้และทำให้เสียต้นทุนการขนส่งต่ำกว่าการขนส่งไปยังจีน (ตอนใต้) ซึ่งตอนนี้เมืองหลวงน้ำทามีโรงงานแปรรูปหลายโรงงาน และมีแนวโน้มที่จะขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้น โดยโรงงานจะมีการรับซื้อยางเครพ หรือยางก้อนถ้วยไปทำยางอัดแท่ง และส่งกลับไปยังประเทศจีนต่อไป	5. สิ่งอำนวยความสะดวกกระหว่างการขนส่งสินค้าผ่านเส้นทาง สปป.ลาว ไปยังประเทศจีนตอนใต้ยังไม่มีความสะดวกไม่มากนัก อาทิ เส้นทางที่คดเคี้ยว สถานีบริการน้ำมัน สุขา และจุดพักรถ เป็นต้น

4.4.2 เส้นทางการขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางศุลกากรแม่สายไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) (R3B)

เส้นทาง R3B เป็นเส้นทางเชื่อมระหว่างอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผ่านไปยังเชียงตุง (สหภาพเมียนมา) เชียงรุ่งในเขตปกครองตนเองสิบสองปันนา เข้าสู่เมืองจิ่งหงและคุนหมิงในประเทศจีนตอนใต้ เส้นทางนี้เป็นอีกเส้นทางเลือกหนึ่งของการขนส่งยางพารา ระยะทางในการขนส่งใกล้เคียงกับเส้นทาง R3A แต่มูลค่าขนส่งผ่านเส้นทาง R3B มีอัตราที่สูงกว่า เนื่องด้วยเส้นทางนี้มีด่านตรวจสินค้าจำนวนมากในสหภาพเมียนมา อีกทั้งสภาพถนนในการสัญจรยังไม่สมบูรณ์มากนัก จากการลงสำรวจของทีมีวิจัย พบว่าเส้นทางนี้ไม่มีผู้ประกอบการคนจีนใช้เลย และสหภาพเมียนมามีการเปิดปิดด่านที่ไม่แน่นอน รวมถึงการเรียกเก็บค่าผ่านทางและ

การใช้เวลาในการเดินทางที่ยาวนาน เส้นทางขนส่ง R3B เริ่มต้นการขนส่งจากอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย บรรทุกสินค้าผ่านด่านพรมแดนท่าขี้เหล็กของสหภาพเมียนมา จากนั้นมีการเปลี่ยนถ่ายสินค้าไปยังพาหนะที่ใหญ่กว่า เพื่อรวบรวมสินค้าให้มีจำนวนมากก่อนการขนส่งไปยังชายแดนซึ่งเชื่อมต่อกับประเทศจีน ณ เมืองลา-ต้าลั่ว โดยรถบรรทุกของชาวจีนจะข้ามารับสินค้า เนื่องจากรถบรรทุกของสหภาพเมียนมาไม่สามารถเข้าสู่ประเทศจีนได้ หลังจากมีการนำสินค้าข้ามด่านพรมแดนเรียบร้อยแล้วประเทศจีนจะทำการขนส่งสินค้าไปยังเชียงรายและคุ้มหมิงในลำดับต่อไป

อัตราค่าขนส่งผ่านเส้นทางขนส่งทางบกบนเส้นทาง R3B ผ่าน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีมูลค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางโดยเฉลี่ย 100,000-150,000 บาท ต่อเที่ยว อาจมีการแปรผันตามปริมาณการขนส่งต่อเที่ยว ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 อัตราค่าขนส่งทางพาราโดยเฉลี่ยผ่านเส้นทางขนส่งทางบก (R3B)

เส้นทางขนส่ง	ระยะทาง (กิโลเมตร)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	ค่าใช้จ่าย
ด่านศุลกากรแม่สาย เชียงราย 248 กม. ↓ เมืองลา (ต้าลั่ว) (ประเทศจีน) 134 กม. ↓ เชียงรุ่ง (ประเทศจีน) 522 กม. ↓ คุ้มหมิง (ประเทศจีน)	904 กิโลเมตร	26 ชั่วโมง	ปริมาณการขนส่งต่อเที่ยวสามารถบรรทุกได้ 30 ตัน โดยใช้รถบรรทุกพ่วง อัตรานี้ไม่รวมการจัดเก็บภาษีระหว่างการเดินทาง ต้นทุนการขนส่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงโดยแปรผันต่อปริมาณอย่างต่อเนื่อง
ค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ย / ตัน	3,333 – 5,000 บาท/ตัน		100,000 – 150,000 บาท/เที่ยว

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากการสำรวจและสัมภาษณ์

หมายเหตุ: - ระยะทาง ระยะเวลาและต้นทุนเป็นการประมาณการโดยเฉลี่ย จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย

- ระยะเวลาของการขนส่งไม่รวมเวลาพักรถ และเวลาการดำเนินการพิธีการศุลกากร

4.4.2.1 ข้อได้เปรียบในการขนส่งทางพาราผ่านเส้นทางด่านศุลกากรอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย (เส้นทาง R3B)

1. ระยะทางระหว่างการขนส่งมีระยะสั้นกว่าเส้นทาง R3A กว่า 200 กิโลเมตร และใช้ระยะเวลาในการเดินทางสั้นกว่าถึง 4 ชั่วโมง

2. เส้นทางนี้ได้รับการสนับสนุนการเก็บค่าผ่านทางจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเส้นทางจากเชียงตุง-เมืองลา มีการจัดเก็บภาษีเพียงแค่ 3 ด่านเท่านั้น ได้แก่ ด่านก่อนออกเชียงตุง ตะปิง และด่านเมืองลา

4.4.2.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางด่านศุลกากรอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย (เส้นทาง R3B)

1. เส้นทางค่อนข้างคดเคี้ยวและเป็นเทือกเขาสูงชัน ถนนบางช่วงมีสภาพเสียหาย ส่งผลให้ของที่บรรทุกมากับรถบรรทุกได้รับความเสียหายจากการกระแทก
2. ต้นทุนในการขนส่งผ่านเส้นทาง R3B มีมูลค่าสูงเป็นเท่าตัวเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนการขนส่งผ่านเส้นทาง R3A
3. ปัญหาการขัดแย้งระหว่างสหภาพเมียนมา กับ สาธารณรัฐประชาชนจีน ส่งผลให้การขนส่งสินค้าผ่านเส้นทาง R3B ได้รับผลกระทบจากการปิดด่านพรมแดนในหลายๆ ครั้ง

จากการประเมินโอกาสและอุปสรรคในระหว่างขนส่งสินค้าผ่านเส้นทางการค้า R3B เริ่มตั้งแต่ด่านศุลกากรอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เข้าสู่สหภาพเมียนมา ด่านพรมแดนจีน (เมืองลา) เข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้) พบว่า ผู้ประกอบการที่ขนส่งสินค้าไปยังประเทศจีนมีการใช้เส้นทาง R3B น้อยมาก เนื่องจากสภาพการคมนาคมทางถนนที่ไม่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง อีกทั้งต้นทุนในระหว่างขนส่งสูงกว่าการใช้เส้นทาง R3A ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่เลือกใช้เส้นทางขนส่ง R3B ผู้ที่ใช้เส้นทางนี้โดยส่วนใหญ่จะมีการขนส่งเพื่อใช้เป็นเส้นทางกระจายสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคจากประเทศไทยไปยังภายในสหภาพเมียนมาเท่านั้น

4.4.3 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ

การขนส่งทางน้ำเป็นเส้นทางคมนาคมเพื่อการขนส่งทางโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการการค้ามาแต่ยาวนาน โดยเส้นทางนี้เป็นการเชื่อมระหว่างประเทศไทย-ลาว-พม่า-จีน หรืออาจเรียกเส้นทางขนส่งเส้นทางแม่น้ำโขง ได้ว่า “เส้นทางสายไหม” โดยในประเทศไทยจะมีอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางการค้า ดังรูปที่ 4.12



รูปที่ 4.12 การขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางเดินเรือ

การขนส่งผ่านเส้นทางแม่น้ำจากท่าเรือเชียงแสนของประเทศไทยไปยังประเทศจีน มี 3 เส้นทาง คือ

1. ท่าเรือเชียงแสน ไปยัง ท่าเรือกวานเหล่ย์
2. ท่าเรือเชียงแสน ไปยัง ท่าเรือเชียงรุ่ง/จิ่งหง
3. ท่าเรือเชียงแสน ไปยัง ท่าเรือซือเหมา



รูปที่ 4.13 ท่าเรือกวานเหล่ย์

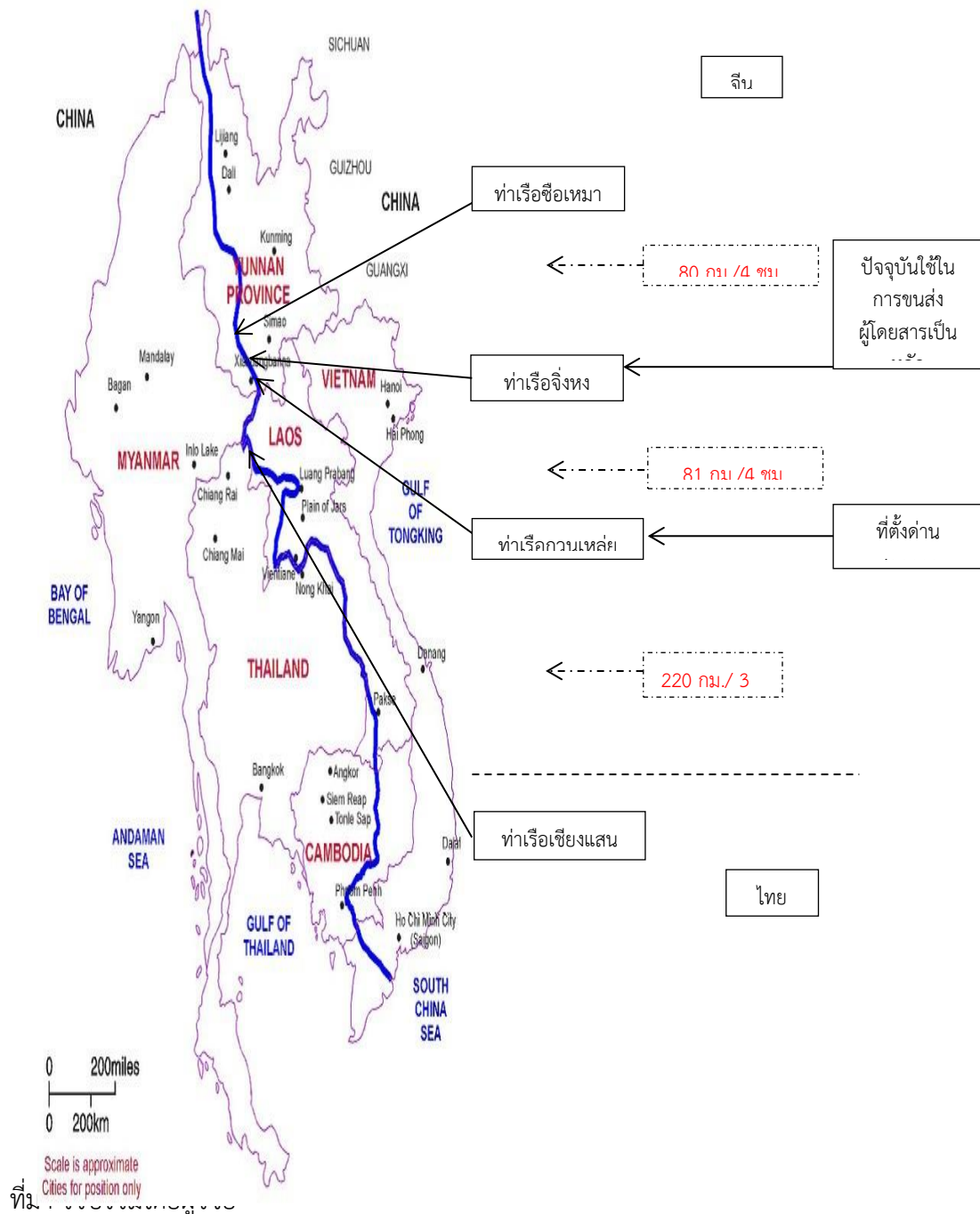
ท่าเรือกวานเหล่ย์ เป็นท่าเรือย่อยรับส่งสินค้าที่สำคัญของท่าเรือจิ่งหง ซึ่งอยู่ห่างจากท่าเรือย่อยเขตพื้นที่จิ่งหงตามเส้นทางน้ำ 81 ก.ม. หรือเส้นทางบก 157 ก.ม. ท่าเรือกวานเหล่ย์ได้ถูกออกแบบให้สามารถรองรับการขนส่งสินค้าได้ปีละสองแสนตัน และสามารถรองรับผู้โดยสารได้ประมาณปีละหนึ่งแสนคน



รูปที่ 4.14 ท่าเรือเชียงรุ่ง/จิ่งหง

ท่าเรือจิ่งหง เป็นท่าเรือสำคัญบนเส้นทางเดินเรือนานาชาติล่านซังเจียง – แม่น้ำโขง ตั้งอยู่ทางฝั่งเหนือของแม่น้ำล่านซังเจียง (แม่น้ำโขงในประเทศจีน) ในเขตปกครองตนเองชนชาติไตสิบสองปันนา โดย

ท่าเรือเขตพื้นที่จังหวัด มีพื้นที่กว้างทั้งสิ้น 61.11 ไร่ แบ่งเป็นท่าเทียบจอดเรือ 6 ท่า (ท่ารับส่งผู้โดยสาร 2 ท่า และท่ารับส่งสินค้า 4 ท่า) ซึ่งได้ถูกออกแบบให้สามารถรองรับการขนส่งสินค้าได้มากถึงปีละ 4 แสนตัน และสามารถรองรับผู้โดยสารได้ปีละ 1.5 ล้านคน ทั้งนี้ท่าเรือจังหวัด อยู่ห่างจากจุดตัดระหว่างประเทศจีน – สหภาพเมียนมา – สปป.ลาว ตามเส้นทางน้ำ 101 ก.ม. อยู่ห่างจากพื้นที่ 3 เหลี่ยมทองคำ 334.6 ก.ม. และอยู่ห่างจาก อ. เชียงของ จังหวัดเชียงราย 402.1 ก.ม. หากล่องเรือในแม่น้ำโขงจากเมืองจังหวัดไปทางทิศใต้ 30 ก.ม. ก็จะถึงพื้นที่เขตกำนล่าน้ำ และล่องเรือไปอีก 23 ก.ม. ก็จะถึงพื้นที่เขตกวนเหล่ย์



รูปที่ 4.15 ระยะทางและเวลาการขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางน้ำจากท่าเรือเชียงแสนไปยังประเทศจีน

ตารางที่ 4.8 อัตราค่าขนส่งทางน้ำ

เส้นทางน้ำ	ระยะทางและระยะเวลาในการขนส่ง			ค่าใช้จ่าย
	ระยะทาง (กิโลเมตร)	เวลาขาขึ้น (ชั่วโมง)	เวลาขาล่อง (ชั่วโมง)	
เส้นทางที่ 1 ท่าเรือเชียงแสน (เชียงราย) 220 กม. ↓ ท่าเรือกว๋านเหล่ย (ประเทศจีน)	220 กิโลเมตร	72 ชั่วโมง ประมาณ 3 วัน	48 ชั่วโมง ประมาณ 2 วัน	ปริมาณน้ำหนักในการขนส่ง ยางพาราขึ้นอยู่กับขนาดของเรือ ขนส่งและช่วงฤดูกาล ซึ่งเรือขนส่ง มี 2 ขนาด คือ ขนาด 80 ตัน และ ขนาด 120-150 ตัน ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งในช่วง เดือนธันวาคม – เมษายน จะสูง เนื่องจากเป็นช่วงฤดูแล้ง
เส้นทางที่ 2 ท่าเรือเชียงแสน (เชียงราย) 300 กม. ↓ ท่าเรือจิ่งหง (ประเทศจีน)	300 กิโลเมตร	96 ชั่วโมง ประมาณ 4 วัน	72 ชั่วโมง ประมาณ 3 วัน	อัตรานี้ไม่รวมการจัดเก็บภาษี ระหว่างการเดินทาง ต้นทุนการขนส่งอาจมีการ เปลี่ยนแปลงโดยแปรผันต่อ ปริมาณยางต่อเที่ยว
ค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ย / ตัน	15,00-2,500 บาท/ตัน			150,000 – 250,000 บาท /เที่ยว

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากการสำรวจและสัมภาษณ์

หมายเหตุ: - ระยะทาง ระยะเวลาและต้นทุนเป็นการประมาณการโดยเฉลี่ย จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย
 - ระยะเวลาของการขนส่งไม่รวมเวลาพักรถ และเวลาการดำเนินการพิธีการศุลกากร
 - การขนส่งยางพาราไปยังคุนหมิงของเส้นทางที่ 2 และ 3 เมื่อถึงท่าเรือท่าเรือจิ่งหงจะต้องเปลี่ยนการเป็นเส้นทางเดินรถไปยังคุนหมิง

4.4.3.1 โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ

โอกาส	อุปสรรค
1. การขนส่งเส้นทางน้ำ หรือการขนส่งทางเรือเป็นรูปแบบการขนส่งที่ค่อนข้างนิยมมากสำหรับการขนส่งสินค้าในปริมาณมาก ซึ่งการขนส่งทางน้ำสามารถช่วยลดต้นทุนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ถือเป็นอีกหนึ่งเส้นทางที่ได้รับความนิยม เนื่องจากต้นทุนการขนส่งต่ำและสามารถขนส่งได้ปริมาณมาก	1. การขนส่งทางน้ำสิ่งสำคัญที่สุดคือ ระดับน้ำที่จะส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการขนส่งทางเรือ เนื่องจากในบางฤดูกาลที่ระดับน้ำลดลงไป จะไม่สามารถขนส่งสินค้าได้
2. การขนส่งทางน้ำ สินค้าจะไม่ถูกตรวจสอบจนกว่าจะถึงปลายทางฉะนั้นสินค้าที่ถูกส่งผ่านทางน้ำ จะไม่มีความเสียหาย ยังคงสภาพเดิมจนกว่าจะถึงมือลูกค้า ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้าเมื่อได้รับสินค้า	2. การขนส่งทางน้ำมีความล่าช้า เนื่องจากการขนส่งทางน้ำมีการขนส่งสินค้าปริมาณมากต่อเที่ยว จึงทำให้อัตราวิ่งของเรือขนส่งต่ำระยะเวลาในการขนส่งจึงต้องใช้เวลาานกว่าการขนส่งทางบก
3. การขนส่งทางเรือมีความปลอดภัยต่อสินค้าที่ส่งไปยังปลายทางเนื่องจากความเร็วในการขนส่งช้า และไม่มี การเปลี่ยนถ่ายสินค้านะหว่างเดินทาง ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจต่อสินค้าที่ได้รับ	3. การขนส่งทางน้ำไม่มีความแน่นอนในเรื่องของเวลาเนื่องจากการเดินทางทางน้ำจะต้องขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศ ในแต่ละช่วงเวลาที่มีความแตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพการขนส่งบนเส้นทาง R3A และแม่น้ำโขงแล้ว พบว่าแต่ละเส้นทางก็มีข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบที่แตกต่างกัน แต่เมื่อมองในภาพรวมแล้ว ศักยภาพการขนส่งผ่านเส้นทางเดินเรือ R3A มีข้อได้เปรียบอยู่เล็กน้อย อาทิ สามารถขนส่งไปยังประเทศจีนได้ตลอดทั้งปี และใช้ระยะเวลาเดินทางได้สั้นกว่าการใช้เส้นทางเดินเรือ เนื่องจากการใช้เส้นทางเดินเรือเป็นการเดินทางแบบทวนน้ำ ดังนั้นเส้นทางเดินเรือจึงใช้ระยะเวลาเดินทางที่ยาวนานกว่า ถึงแม้ว่าเส้นทางเดินเรือจะเป็นเส้นทางที่มีความสะดวกสบายในการขนส่ง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในการขนส่ง เนื่องจากการขนส่งผ่านเส้นทางเดินเรือมีข้อจำกัดในการบรรจุสินค้าลงตู้คอนเทนเนอร์ ฉะนั้นหากผู้ประกอบการมีการขนส่งสินค้าในปริมาณมาก และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ผู้ประกอบการสามารถเลือกเส้นทางขนส่งทางน้ำเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการขนส่งในปริมาณมาก อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนการขนส่งได้อีกด้วย

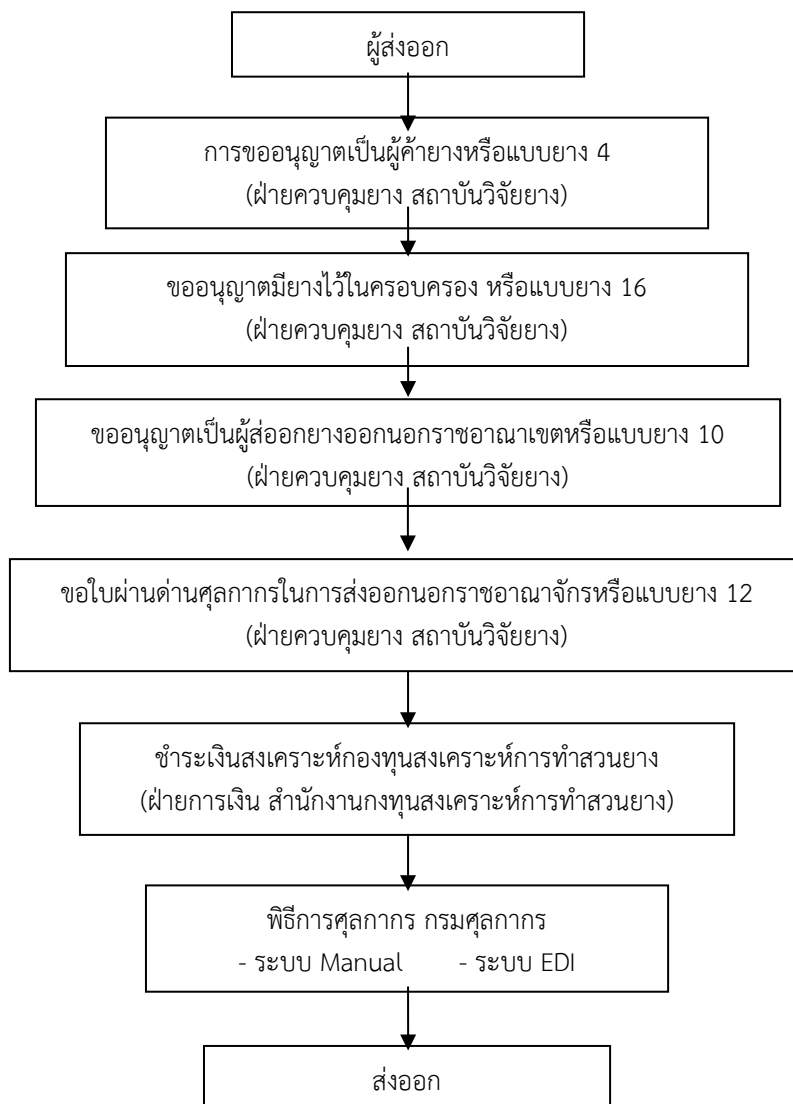
ขั้นตอนการส่งออกยางพาราจากไทยไปจีน (ตอนใต้) โดยเส้นทางน้ำผ่านท่าเรือเชียงแสน

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประจำด่านศุลกากรเชียงแสน พบว่าการจะส่งออกยางพาราได้นั้นผู้ประกอบการส่งออกจะต้องเป็นผู้ได้รับการอนุญาตจากสถาบันวิจัยยางให้เป็นผู้ค้ายางพารา มีใบอนุญาตมีयाไว้ในครอบครอง และใบอนุญาตเป็นผู้ส่งยางออกนอกราชอาณาจักร โดยสินค้ายางพาราที่จะส่งออกจะต้องผ่านการตรวจสอบจากด่านตรวจพืชโดยเสียค่าใช้จ่ายในการตรวจพืชในอัตรา 0.002 บาท และใช้ระยะเวลาในการตรวจพืชประมาณ 2 วัน พร้อมทั้งผ่านการชำระเงินสงเคราะห์กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางในอัตรา 1.40 บาท ตามปริมาณยางพาราที่ได้รับใบในแบบยาง 12 หรือ ใบผ่านด่านศุลกากรในการส่งยางออกนอกราชอาณาจักร ก่อนจะเข้าสู่กระบวนการพิธีศุลกากร ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องยื่นใบขนส่งสินค้าขาออก (กศก. 101/1) ต่อด่านศุลกากรเชียงแสน โดยมีเอกสารประกอบดังต่อไปนี้

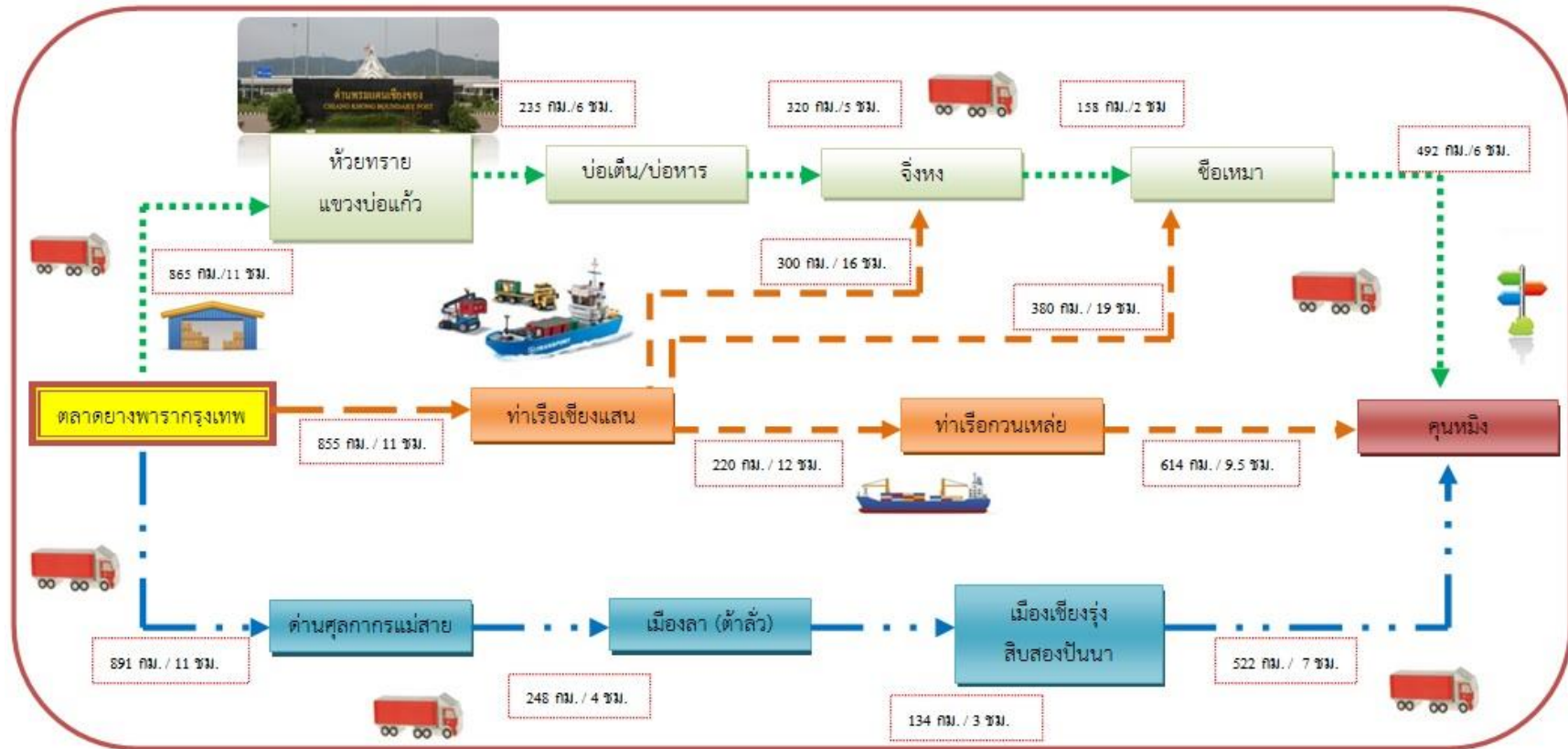
1. ใบกำกับสินค้า (Invoice)

2. ใบอนุญาตให้เป็นผู้ส่งยางออกนอกราชอาณาจักร ตามพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2481 ซึ่งออกโดยสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร
3. ใบอนุญาตเป็นผู้ค้ายาง
4. ใบผ่านด่านศุลกากรในการส่งออกนอกราชอาณาจักร (แบบยาง 12) ตามพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542
5. ใบรับเงินสงเคราะห์ สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

ทั้งนี้ในขั้นตอนของพิธีการศุลกากรใบขนส่งสินค้าขาออกจะใช้ระยะเวลาไม่เกิน 15 นาที เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนดังกล่าวแล้ว ผู้ประกอบการส่งออกสามารถขนถ่ายสินค้าลงยังเรือสินค้าได้ ซึ่งภาพรวมของการส่งออกสินค้ายางพาราผ่านทางท่าเรือเชียงแสนสามารถสรุปได้ดังรูปที่ 4.16



ที่มา ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าการส่งออก (2557)
รูปที่ 4.16 ขั้นตอนการส่งออกยางพารา



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย

หมายเหตุ: ระยะทางและระยะเวลาเป็นการประมาณการโดยเฉลี่ย จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย

รูปที่ 4.17 เส้นทางขนส่งผ่านเส้นทางคมนาคมทางบกและทางน้ำ จากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

จากการศึกษาเส้นทางการขนส่งยางพาราผ่านด้านการค้าชายแดนในเส้นทางบก และทางน้ำ โดยผ่านเส้นทางสายเศรษฐกิจ R3A และ R3B รวมถึงการขนส่งทางน้ำ โดยผ่านท่าเรือเชียงแสน ซึ่งเป็นเส้นทางการขนส่งสินค้าที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะการขนส่งผัก ผลไม้ และสินค้าอื่นๆ จากไทยไปสู่คุนหมิง และกวางโจวของ ประเทศจีน รวมถึงการขนส่งยางพาราของไทยไปยังคุนหมิงประเทศจีน (ตอนใต้) เมื่อเปรียบเทียบการขนส่งของทั้ง 2 รูปแบบ คือเส้นทางบก และเส้นทางน้ำ พบว่าแต่ละเส้นทางการขนส่งมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของ ระยะเวลา ระยะทาง ค่าใช้จ่าย รวมถึงปริมาณของสินค้าที่สามารถขนส่งได้ต่อเนื่อง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เส้นทางบก

เส้นทาง R3A เป็นการขนส่งโดยเส้นทางรถ สามารถบรรทุกสินค้าได้โดยประมาณ 30 ตัน ต่อเที่ยว และมีต้นทุนการขนส่งโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 98,000 -105,000 บาทต่อเที่ยว ในระยะทาง 1,205 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 22 ชั่วโมง ซึ่งในการขนส่งผ่านเส้นทางเดินรถไม่สามารถบรรทุกได้ในปริมาณมากเท่ากับการขนส่งผ่านทางเรือ และมีความยากลำบากต่อการขนส่งในช่วง ฤดูฝน เนื่องจากสภาพของถนนเป็นภูเขาสูงและมีเส้นทางคดเคี้ยว แต่ในช่วงฤดูแล้งอาจจะเป็นเส้นทางที่เหมาะสมในการขนส่งได้ดีกว่าการขนส่งทางเรือเนื่องจากในฤดูแล้งปริมาณน้ำจะลดลงทำให้ยากต่อการขนส่งทางเรือ

เส้นทาง R3B เป็นเส้นทางการขนส่งทางบก ผ่านด่านศุลกากรแม่สาย เริ่มต้นจากอำเภอแม่สาย จังหวัด เชียงราย บรรทุกสินค้าผ่านด่านพรมแดนท่าขี้เหล็กของสหภาพเมียนมา จากนั้นมีการเปลี่ยนถ่ายสินค้าไปยัง พาหนะที่ใหญ่กว่า เพื่อรวบรวมสินค้าให้มีจำนวนมากก่อนทำการขนส่งไปยังชายแดน ซึ่งเชื่อมต่อกับประเทศจีน ณ เมืองลา-ต้าลั่ว โดยการขนส่งสามารถบรรทุกสินค้าได้ 30 ตันต่อเที่ยว และมีต้นทุนการขนส่งโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 100,000 – 150,000 บาทต่อเที่ยว ในระยะทาง 904 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 26 ชั่วโมง ซึ่งในการขนส่งผ่านเส้นทางนี้ลักษณะเส้นทางค่อนข้างคดเคี้ยว มีเทือกเขาสูง ถนนบางช่วงมีสภาพเสียหาย และค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงกว่าเส้นทาง R3A แต่มีระยะทาง และระยะเวลาในการขนส่งที่น้อยกว่าการขนส่งผ่านเส้นทาง R3A อย่างไรก็ตามปัจจุบันเส้นทาง R3B ไม่เป็นที่นิยมในการขนส่งสินค้าไปยังประเทศจีน เนื่องจากสภาพเส้นทางที่ไม่มีความสะดวก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเลือกใช้เส้นทางอื่นแทน

เส้นทางน้ำ

เส้นทางการขนส่งทางน้ำ สามารถบรรทุกสินค้าได้ 80-150 ตันต่อเที่ยว ตามขนาดเรือขนส่ง และมีต้นทุนการขนส่งโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 100,000 -200,000 บาท ต่อเที่ยว ในระยะทาง 220 กิโลเมตร ซึ่งเป็นระยะทางการขนส่ง โดยผ่านท่าเรือเชียงแสน-ท่าเรือกวานเหล่ย ใช้ระยะเวลาในการขนส่งโดยประมาณ 3 วัน นอกจากนี้ในการขนส่งทางน้ำไปยังประเทศจีนยังสามารถขนส่งผ่านท่าเรือเชียงแสน-จิ่งหง ในระยะทาง 300 กิโลเมตร และมีระยะเวลาในการขนส่งประมาณ 4 วัน และ ซึ่งในการขนส่งทางเรือสามารถบรรทุกยางพาราได้ในปริมาณมากกว่าการขนส่งทางรถ แต่อาจจะมีควมยากลำบากในการขนส่งผ่านเส้นทางเดินเรือในช่วงฤดูแล้งที่ปริมาณน้ำลดลงอาจจะทำให้ไม่สามารถขนส่งสินค้าได้ ทั้งนี้ในการเลือกเส้นทางการขนส่งของผู้ประกอบการอาจจะต้องเลือกใช้เส้นทางตามความเหมาะสมของปริมาณสินค้าที่ต้องการส่งในช่วงนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกเส้นทางที่เหมาะสมของการขนส่งสินค้า ซึ่งมีปัจจัยหลายด้านมาเกี่ยวข้องดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปเส้นทางที่เหมาะสมให้โดยการให้คะแนน ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยในการคัดเลือกเส้นทางในการขนส่งสินค้าในเส้นทาง R3A และ แม่น้ำโขง

ปัจจัย	เส้นทางเดินบก (R3A)	เส้นทางน้ำ (แม่น้ำโขง)
ต้นทุนการขนส่ง	★★★	★★★★
ปริมาณการขนส่ง	★★★	★★★★
ระยะทาง	★★★★	★★★
ระยะเวลา	★★★★★	★★★
ฤดูฝน	★★	★★★★
ฤดูแล้ง	★★★★	★

หมายเหตุ : ★★★★★ หมายถึง ดีมาก
★★★★★ ดี
★★★★ ปานกลาง
★★★ น้อย
★★ น้อยมาก
★

จะเห็นว่าเส้นทาง R3A และเส้นทางขนส่งผ่านแม่น้ำโขงถือเป็นเส้นทางที่มีศักยภาพในการส่งออก ยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) เส้นทางหลักสองเส้นทางนี้จะเป็นจุดที่สร้างความได้เปรียบและ ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามทั้งสองเส้นทางก็ยังมี ข้อจำกัดบางประการ อาทิ เส้นทางน้ำ (แม่น้ำโขง) ซึ่งจะมีปัญหาในช่วงฤดูแล้งที่ปริมาณน้ำน้อย ประกอบการ ทางการเงินไม่เปิดระบายน้ำจากเขื่อนของจีน ซึ่งถือเป็นต้นน้ำของแม่น้ำโขง ทำให้ไม่สามารถขนส่งสินค้าได้ ตามปกติ ซึ่งประเด็นนี้ภาครัฐอาจจะต้องมีการหาข้อตกลงและทำความร่วมมือกับรัฐบาลจีนและประเทศเพื่อน บ้านในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงเพื่อแก้ไขปัญหา หรือข้อจำกัดในส่วนของการขนส่งทางบก R3A ที่ยังมีข้อจำกัดด้าน กฎระเบียบและค่าใช้จ่ายที่ทางการ สปป.ลาว เรียกเก็บที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ซึ่งจะกระทบกับต้นทุนค่า ขนส่ง ภาครัฐอาจจะต้องหาข้อตกลงร่วมกันระหว่างภาคี ไทย สปป.ลาว และจีน ในเรื่องของการพัฒนา Trade Facilitation ต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราในตลาดโลก ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในปัจจุบัน ราคายางพารามีแนวโน้มลดลงจากเดิมเป็นอย่างมาก อันมีสาเหตุหลักมาจากการผันผวนของราคารายพาราในตลาดโลกและปริมาณผลผลิตยางพาราที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของตลาดผู้ใช้อย่างพาราที่สำคัญ เช่น การลงทุนของนักลงทุนจีน ในเขตพื้นที่ทำการผลิตและตัวโรงงานแปรรูปยางพาราในประเทศ สปป.ลาว และ สหภาพเมียนมา เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวถือเป็นโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทยที่มีอาณาเขตเชื่อมต่อไปยังประเทศ สปป.ลาว และจีน (ตอนใต้)

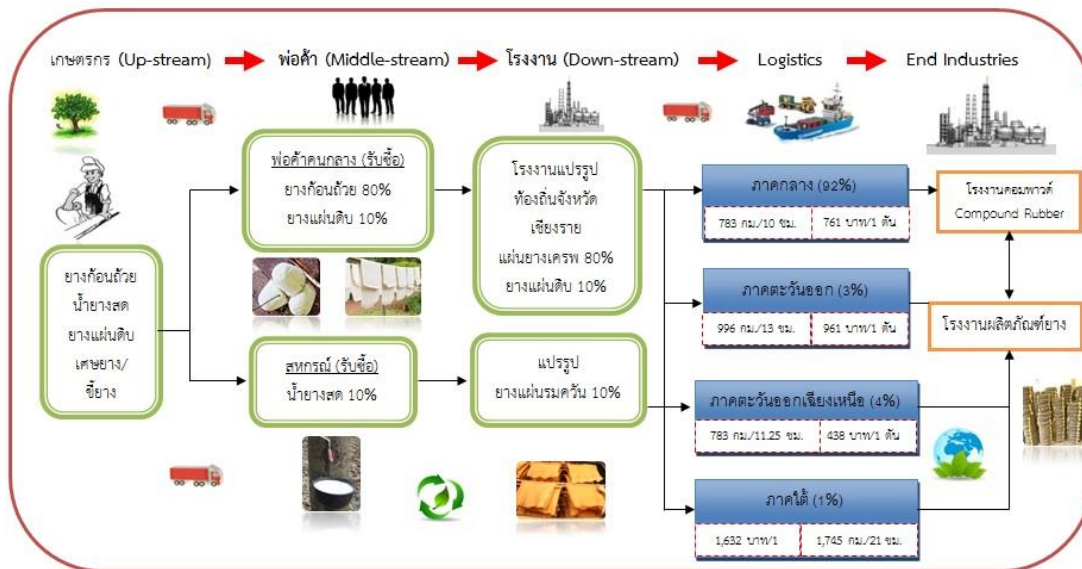
5.1 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

จากการศึกษาโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (เน้นกรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย ซึ่งถือเป็นแหล่งผลิตรายพาราที่มีพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตสูงสุดในเขตภาคเหนือตอนบน) พบว่า เกษตรกรสวนยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีพื้นที่ปลูกยางเฉลี่ยครัวเรือนละประมาณ 20 ไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมขายผลผลิตในรูปแบบยางก้อนถ้วย (คิดเป็นประมาณร้อยละ 80 ของผลผลิตยางพาราที่จำหน่ายในตลาด) รองลงมาเป็นน้ำยางดิบ (ประมาณร้อยละ 10) และยางแผ่นดิบ (ประมาณร้อยละ 10) เนื่องจากยางก้อนถ้วยเป็นที่ต้องการของตลาดพ่อค้าคนกลาง ที่เข้ามาส่งเสริมและรับซื้อโดยตรงกับเกษตรกร ถือได้ว่ากลไกตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีลักษณะกึ่งผูกขาด พ่อค้าคนกลางท้องถิ่นมีอิทธิพลอย่างมากต่อกลไกตลาดในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งผลการศึกษาที่มีลักษณะที่สอดคล้องกับการศึกษาของ ธนิตา ไชยงนุช และคณะ (2556) และ สมมาตร แสงประดับและคณะ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาท่วงโซ่อุปทานยางพาราในภาคเหนือ (จังหวัดพิษณุโลก)

สหกรณ์การเกษตรเริ่มเข้ามาบทบาทมากขึ้นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน สหกรณ์หลายแห่งมีการส่งเสริมและรับซื้อน้ำยางสดจากเกษตรกรเพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการนำเข้าสู่โรงงานแปรรูปในภูมิภาคอื่นต่อไป

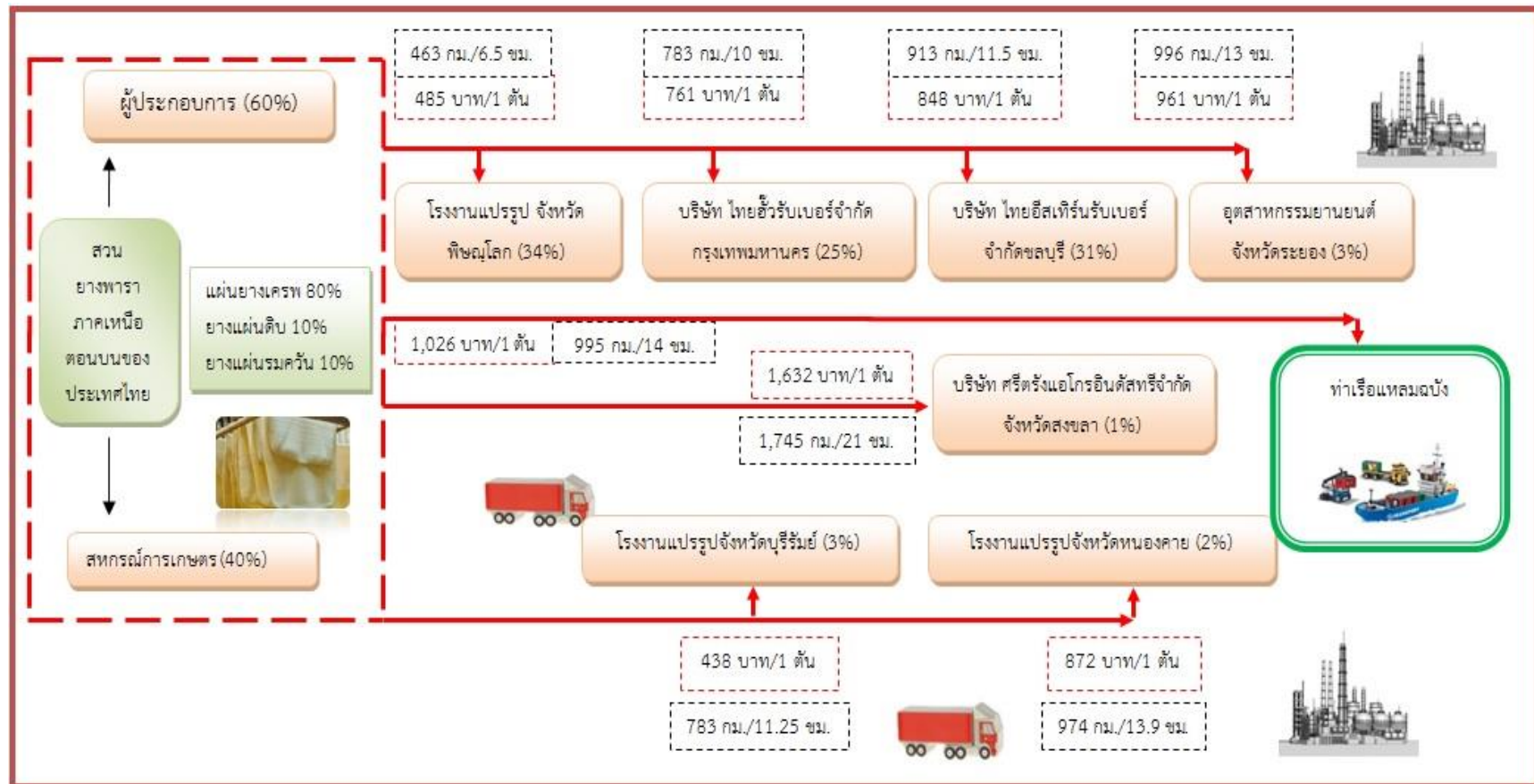
โรงงานแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนยังมีจำนวนไม่มาก และส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กถึงขนาดกลางซึ่งมีการแปรรูปผลผลิตในขั้นต้นเท่านั้น โรงงานแปรรูปท้องถิ่นทำการแปรรูปยางก้อนถ้วย เป็นแผ่นยางเครพประมาณร้อยละ 80 แปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นดิบประมาณร้อยละ 10 และแปรรูปยางแผ่นดิบเป็นยางแผ่นรมควันประมาณร้อยละ 10 แล้วส่งผลผลิตที่ได้ไปยังโรงงานแปรรูปขั้นกลางและขั้นสูงในภูมิภาคอื่นๆต่อไป โดยตลาดที่ผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือตอนบนและสหกรณ์ส่งผลผลิตไปจำหน่ายจะอยู่เป็นโรงงานแปรร

รูปขนาดใหญ๋ในเขตในภาคกลาง (คิดเป็นร้อยละ 92) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 4) ภาคตะวันออก (คิดเป็นร้อยละ 3) และภาคใต้ (คิดเป็นร้อยละ 1) รายละเอียดรูปที่ 5.1



รูปที่ 5.1 โซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย)

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเส้นทางโลจิสติกส์ และสัดส่วนการขนส่งยางพาราจากจังหวัดเชียงรายไปยังผู้ประกอบการแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย โดยใช้กรณีศึกษาบริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด ซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ในจังหวัดเชียงราย และเขตภาคเหนือตอนบนของไทย เพื่อให้เห็นภาพรวมของโครงสร้างตลาดและต้นทุนการขนส่งยางพาราจากจังหวัดเชียงรายไปยังภูมิภาคต่างๆ ดังรูป 5.2



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

รูปที่ 5.2 โครงสร้างตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย (บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด)

5.2 ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

อุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีความยากลำบากในการผลิตอยู่ในเกณฑ์ที่สูง แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ปัญหาด้านราคายางซึ่งผันผวนอย่างต่อเนื่อง ปัญหาด้านความไม่เป็นธรรมในระบบการตลาด ปัญหาการขาดแหล่งรับซื้อหรือตลาดกลางในการรับซื้อและรวบรวมผลผลิตยาง ปัญหาการขาดแหล่งผลิตหรือโรงงานพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือแปรรูปยางโดยใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยตามความต้องการของการแข่งขันในตลาดโลก ปัญหาด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นต้น ซึ่งทำให้เกษตรกร รวมถึงผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมในธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนต้องเร่งหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปประเด็นปัญหาต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ (ตาราง 5.1)

ตารางที่ 5.1 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน

ประเด็นปัญหา	เกษตรกรชาวสวนยาง
การผลิต	- เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและความชำนาญในการเลือกพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม เกษตรกรมีการปลูกยางทั้งในเขตพื้นที่ราบสูงและพื้นที่นา รวมถึงการขาดความรู้ในการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา - มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกยางพาราซึ่งพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เนินเขา และเกษตรกรบางส่วนมีการปลูกยางพาราในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ - ขาดความรู้และทักษะในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และมีความรู้ในการผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิตรวมถึงปัญหาค่าแรงขั้นต่ำที่สูงขึ้นส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตยางพารา - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพสภาพอากาศ หรือฤดูกาลในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทำให้เก็บผลผลิตได้ไม่สม่ำเสมอ - ประสิทธิภาพผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลผลิตในภาคอื่น รวมถึงผลผลิตในภาพรวมยังมีคุณภาพไม่สูงมากนัก เนื่องจากชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพในการเก็บเกี่ยว ส่งผลทำให้ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำแต่อย่างไรก็ตามผลผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของเกษตรกรบางส่วนที่มีระบบการผลิตและการจัดการที่ดี ซึ่งสามารถผลิตยางพาราที่มีคุณภาพสูงได้ - ขาดความรู้ด้านการรักษาคุณภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการเก็บเกี่ยว (กรีดยาง) รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาขายยางไม่สูง - การผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ประกอบกับราคาวัสดุ เครื่องมือ อุปกรณ์การเกษตร มีราคาสูงขึ้น
การตลาด	- การเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง สาเหตุจากการที่เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรอง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ไม่นิยมรวมกลุ่มกัน เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้โดยง่ายอีกทั้งจำนวนพ่อค้าหรือผู้ประกอบการที่เข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมีจำนวนไม่มาก หรือกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะตลาดแบบกึ่งผูกขาด

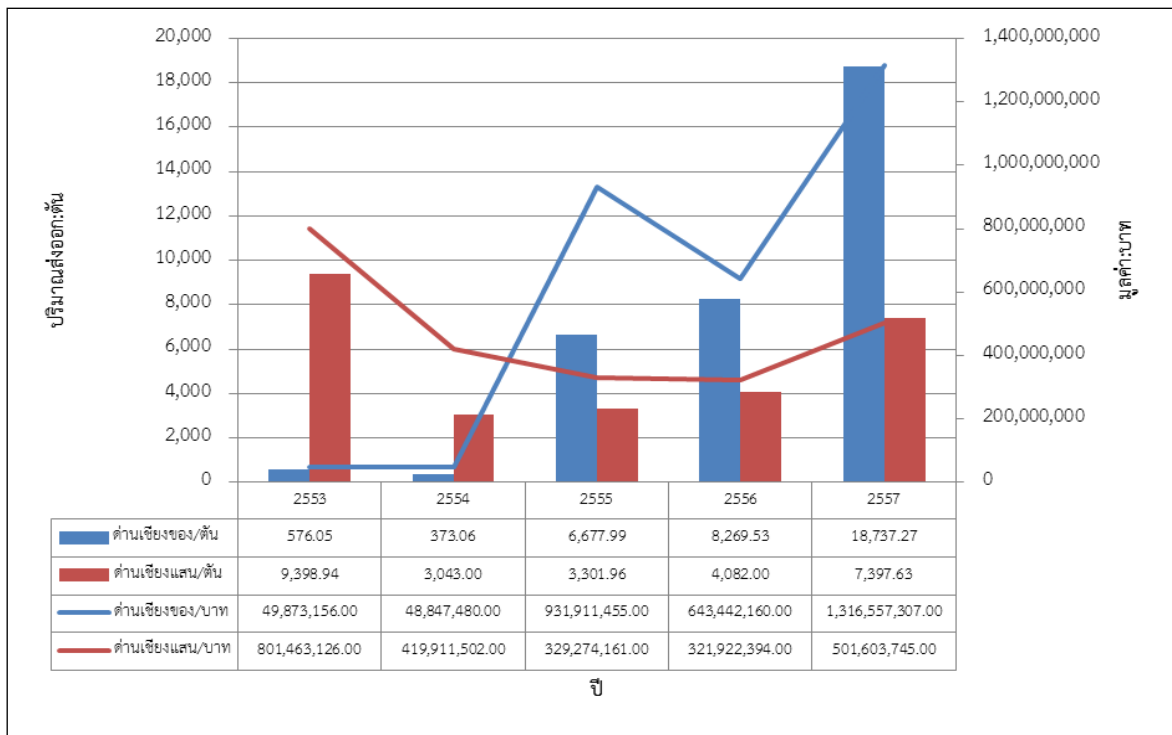
	- ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเกษตรกร - ขาดระบบการบริหารข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - ปัจจุบันชาวสวนยางพาราจะพึ่งตัวพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก โดยหลังจากที่ชาวสวนยางกรีดยางเสร็จก็จะไปขายให้กับ ตลาดรับซื้อยางท้องถิ่น จากนั้นตลาดในท้องถิ่นก็ส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง เพื่อส่งต่อไปโรงงานเอกชนอีกทอดหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ชัดว่าวงจรการรับซื้อยางพาราจะเป็นไปหลายทอด ส่งผลให้ชาวบ้านเสียผลประโยชน์จากการหักหัวคิวของพ่อค้าคนกลางในแต่ละทอด
พ่อค้าคนกลาง/สหกรณ์	
กลุ่ม/สมาชิก	- สหกรณ์ยังขาดระบบการจัดการเก็บข้อมูลของสมาชิก รวมถึงระบบการจัดตั้งกองทุนยาง เพื่อเป็นกองทุนสำหรับการพัฒนาการเพาะปลูกยางพาราในแต่ละพื้นที่ - การแย่งลูกค้าระหว่างพ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สมาชิกหันไปใช้บริการจากพ่อค้าคนกลางแทนการใช้บริการของสหกรณ์ - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร
การผลิต/การแปรรูป	- ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเกษตรกร เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ยังขาดความชัดเจน รวมถึงนโยบายและระเบียบว่าด้วยการตั้งโรงงานเพื่อแปรรูปผลผลิตยางพาราที่ทำให้สหกรณ์ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - การรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรบางช่วงยังไม่ได้ปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต จึงส่งผลให้ชะลอการผลิต และการส่งสินค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย - สหกรณ์เน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่เน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ
การตลาด	- ปัญหาการขาดแคลนผู้รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ และยังไม่มียางโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราขนาดใหญ่ในพื้นที่ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราชั้นสูงเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา - ปัญหาการตลาดหรือเครือข่ายที่เชื่อมโยงยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ สหกรณ์ยังไม่สามารถเชื่อมโยงระบบเครือข่ายทางการตลาดได้ดีเท่าที่ควร จึงเกิดการแตกแยกของกลุ่มสมาชิก การแย่งการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เชื่อมโยงกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์ - ขาดบริหารจัดการด้านข้อมูลทางการค้า อาทิ ข้อมูลด้านราคา และข้อมูลสถานการณ์ซื้อขายที่ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น
การขนส่ง	- ขาดบุคลากรที่ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ในการขนส่งยางพาราไปจำหน่ายยังตลาดเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เนื่องจากต้นทุนโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน - พื้นที่และเส้นทางในการรวบรวมยางพาราจากเกษตรกรเข้าถึงยาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ราบสูงเนินเขา
ผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	

การรับซื้อ	- ขาดการวิเคราะห์จุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสม อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราส่วนใหญ่ในปัจจุบันอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางที่รับซื้อส่วนใหญ่ยังมีคุณภาพไม่สูงมาก และมีความผันผวนในด้านคุณภาพอย่างมาก
การตลาด	- ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ขาดทักษะและข้อมูลด้านการจัดการการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย รวมถึงโอกาสในการเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ผู้ประกอบการจีน - มีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การกว้านซื้อยางเคพรของพ่อค้าต่างถิ่นแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)
การแปรรูปยาง	- เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต
การขนส่ง	- จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากเนื่องจากเป็นพื้นที่เนินเขาและอยู่ห่างไกล - โครงสร้างพื้นฐานด้านเส้นทางการขนส่งทางบก ในบางพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่สามารถบรรทุกได้เต็มลำรถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง

5.4 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมขนส่งซึ่งสร้างความเชื่อมโยงระหว่าง จีน(ตอนใต้) พม่า ลาว และไทย ตามโครงการ “ระเบียงเศรษฐกิจอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง” (GMS Economic Corridors) ทำให้โอกาสในการค้าขายระหว่างภาคเหนือตอนบนของไทยกับจีน(ตอนใต้) ดีกว่าภาคอื่นๆของไทย ด้วยมีต้นทุนค่าขนส่งสินค้าที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเส้นทางเศรษฐกิจสาย R3A ที่เชื่อมโยงจากเชียงรายถึงนครคุนหมิงได้อย่างสมบูรณ์ แต่สภาพถนนในช่วงของลาวยังมีสภาพแคบพอใช้ได้ แต่โดยรวมแล้วสามารถใช้ในการวิ่งรถขนส่งสินค้าสินค้าจากเชียงใหม่-เชียงใหม่ได้ภายใน 1 วัน (ไม่รวมเวลาดำเนินการทางศุลกากร) เป็นการขนส่งที่เร็วที่สุด สะดวกกว่าการขนส่งทางเรือจากเชียงแสน-เชียงใหม่ (แม้จะมีต้นทุนค่าขนส่งแพงกว่า) และยิ่งใช้เวลาน้อยกว่าการขนส่งทางทะเลไปที่ท่าเรือในมณฑลกว่างตุง ที่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า 7 วัน และยังต้องเปลี่ยนถ่ายสินค้า ขนส่งเข้ามาในเขตตอนใต้ของจีนอีกด้วย ในส่วนของเสถียรภาพและความปลอดภัยระหว่างเส้นทางขนส่งนั้น ถือได้ว่ามีสถานะดีกว่าเส้นทางเศรษฐกิจสาย R3B และเส้นทางน้ำในแม่น้ำโขงเป็นอย่างมาก

จากการวิเคราะห์สถิติการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้านผ่านด่านชายแดนในเขตภาคเหนือตอนบนพบว่า มีการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของ จังหวัดเชียงรายเพื่อส่งออกไปยังประเทศสปป.ลาว และจีน (ตอนใต้) ซึ่งแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเทียบสัดส่วนการขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันเส้นทางส่งออกของยางพาราผ่านเส้นทางด่านศุลกากรเชียงของเป็นที่นิยมมากกว่า ด่านศุลกากรเชียงแสนเมื่อเทียบเป็นมูลค่าแล้ว ในปี 2557 มีอัตราการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของมากกว่าด่านศุลกากรเชียงแสนสูงถึง ร้อยละ 65 และในอนาคตคาดว่าจะมีการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะเพิ่มมากขึ้น โดยเส้นทางขนส่งผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะขนส่งสินค้าไปยังประเทศหลัก 2 ประเทศ ได้แก่ สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งสัดส่วนการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (รูปที่ 5.5)



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมศุลกากร เชียงแสนและเชียงของ จ.เชียงราย, 2557

รูปที่ 5.5 สถิติการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากร อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ จ.เชียงราย

ในส่วนของการส่งออกยางพารานั้นยังมีความต้องการจากโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ยางของจีนและมีความเป็นไปได้ในการจำหน่ายตรงให้กับโรงงานในมณฑลยูนนาน (ไม่ต้องผ่านตัวแทนนำเข้าสินค้าไปจำหน่าย) โดยผู้ค้ายางพาราของไทยต้องทำการผลิต และควบคุมคุณภาพสินค้าที่จะจำหน่ายให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน รวมทั้งต้องสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร ให้ผู้ซื้อจากจีนสามารถเข้าถึงสินค้าและผู้ค้าได้โดยง่ายแต่ด้วยเหตุที่เส้นทางเศรษฐกิจนี้เป็นเส้นทางใหม่ที่เปิดใช้งานมาไม่นาน จึงมีอุปสรรคในการขนส่งสินค้าอยู่ เช่น ปริมาณสินค้าที่เกี่ยวโยงกับเที่ยวกลับไม่สมดุลกันเป็นอย่างมาก สัดส่วนการวิ่งรถเปล่ากลับจีนค่อนข้างสูง(น่าจะเป็นประโยชน์ในการส่งสินค้าจากไทยไปจีน) ระบบของด่านศุลกากรไทย-ลาว-จีน รวมถึงค่าธรรมเนียมขั้นตอนและพิธีการทางศุลกากรที่ยังไม่สอดคล้องกัน ทำให้ต้นทุนและเวลาขนส่งเพิ่มขึ้น

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีโอกาสนในการส่งออกยางพาราไปยังตลาดจีนตอนใต้ แต่ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐควรต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเชิงยุทธศาสตร์มาใช้ในการเสริมสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปประเทศจีน (ตอนใต้) จากการศึกษาพบว่าผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยตั้งเกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูปยางพารา และผู้ส่งออก รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ต้องเผชิญกับโอกาสและความท้าทายหลายประการทั้งในด้าน การผลิต การตลาด และการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถสรุปได้ดัง ตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 โอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดอาเซียน-จีน
(ตอนใต้)

ศักยภาพและความสามารถ	โอกาส		อุปสรรค	
	ปัจจัยทางการผลิต			
	การผลิต	- เกษตรกรมีศักยภาพและความสามารถในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพดีได้ - มีการพัฒนาการแปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง - มีวัตถุดิบมีความหลากหลายสามารถแปรรูปยางส่งเข้าตลาดได้หลายพื้นที่ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางเครฟ เป็นต้น - มีกลุ่มส่งเสริมการพัฒนาการผลิตเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร หรือสหกรณ์ผู้ผลิตยางที่มีศักยภาพ และเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายย่อยได้		- เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในรูปแบบการกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูก รวมถึงความต้องการของตลาด (ความต้องการในประเทศและตลาดส่งออก) - ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและใช้ระยะเวลานานในการปลูกจนเก็บเกี่ยวผลผลิต ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่หันไปทำอาชีพอื่นหรือปลูกพืชชนิดอื่นเพื่อสร้างรายได้เพิ่มอาจส่งผลให้อนาคตพื้นที่ปลูกยางจะลดลง - ต้นทุนการปลูกยางของเกษตรกรค่อนข้างสูง
นโยบายและการส่งเสริม	- ภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตยางพารา เพื่อป้องกันตลาดเพื่อบริโภคในประเทศและส่งออกไปยังเพื่อนบ้านทั้งในส่วนของการแปรรูปยางพาราอย่างต่อเนื่อง - หน่วยงานรัฐและเอกชนบางแห่งมีความเข้มแข็ง และสามารถสร้างเครือข่ายในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการตลาดได้ดี		- นโยบายการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐยังขาดกลยุทธ์ในเชิงรุกแบบบูรณาการตลอดโซ่อุปทาน นโยบายส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมการปลูกยางและการพัฒนาพันธุ์ - ขาดนโยบายที่ชัดเจนในการวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด - ขาดนโยบายในการจัดสรรพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม (Zoning) เพื่อรักษาระดับผลผลิต (Supply) ที่จะออกสู่ตลาดอย่างเหมาะสม - นโยบายส่วนใหญ่ขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือแม้หน่วยงานรัฐด้วยกัน	

ปัจจัยดึงดูด/ผลักดัน	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยทางการตลาด		
	การตลาด	● ความต้องการยางพาราในตลาดอาเซียน-จีน ยังสูงและยังมีโอกาสทางการตลาดอีกมาก ● โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราในตลาดที่สำคัญ เช่น จีน ซึ่งยังมีความต้องการสูงและสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าตลาดได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งถือเป็นโอกาสในการเพิ่มมูลค่ายางพาราของไทย	● ความต้องการของตลาดมีความผันผวนสูง ประกอบกับการแข่งขันจากคู่แข่งที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะ สปป.ลาว สหภาพเมียนมา เป็นต้น ● ขั้นตอนการส่งยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน นั้นยังมีข้อจำกัดด้านปริมาณ หรือต้องมีโควตาการนำเข้ายางพาราจากไทยไปจีน ● ผลกระทบจากการนำยางพาราจาก สปป.ลาว ราคาถูกของผู้ประกอบการจีน ส่งผลต่อการนำเข้ายางพาราของไทย ● การขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราใน สปป.ลาว สหภาพเมียนมา ของนักลงทุนจีนที่เข้ามาลงทุนในลักษณะครบวงจร ตั้งแต่ผลิต แปรรูปยาง ส่งออกยางพารากลับไปจีนด้วยตนเองสูง
	ปัจจัยด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศและโลจิสติกส์		
	นโยบายและข้อตกลงทางการค้า	● นโยบายและข้อตกลงทางการค้าด้านการแปรรูปยางพารา อาจถือเป็นโอกาสที่สำคัญของไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งออกไปยังตลาดในประเทศเพื่อนบ้านได้เพิ่มมากขึ้น	● ผลกระทบจากนโยบายของประเทศเพื่อนบ้านในการเปิดให้สัมปทานพื้นที่ และอนุญาตให้ตั้งโรงงานแปรรูปของนักลงทุนของจีนส่งผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราของไทย ● ผลกระทบของนโยบายการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ การไม่เก็บภาษีการนำเข้าเครื่องจักร เป็นต้น ● ข้อจำกัดด้านนโยบายโควตาการนำเข้ายางพาราจากไทยไปจีน

ปัจจัยเชิงจุด/ผลักดัน	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศและโลจิสติกส์		
	ระบบโลจิสติกส์ (การค้าชายแดน)	- ประเทศไทยมีจุดเคลื่อนย้ายหรือการขนส่งทางพาราที่มีศักยภาพหลายจุด รวมถึงมีด่านชายแดนในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้หลายประเทศ ประกอบกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ของไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดี สามารถส่งออกได้ครั้งละจำนวนมาก - โอกาสทางการค้าในเส้นทาง R3Aและแม่น้ำโขงซึ่งถือเป็นเส้นทางสายเศรษฐกิจที่สำคัญ และเป็นเส้นทางขนส่งที่มีศักยภาพในการส่งออกยางพาราของไทยไปตลาดจีนตอนใต้ในอนาคต	- การค้าส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการค้าชายแดน ซึ่งเป็นการค้าแบบไม่เป็นทางการ จึงทำให้มีข้อจำกัดค่อนข้างมากและมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าไปยังตลาดจีน (ตอนใต้) - ประเทศเพื่อนบ้านมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการค้าชายแดนและโลจิสติกส์ ส่งผลต่อระบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการส่งออกยางพาราของไทย

จากข้อมูลศักยภาพและความสามารถ รวมถึงโอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย จะเห็นได้ว่า ถึงแม้อุตสาหกรรมยางพาราไทยจะมีความท้าทาย แต่ถือได้ว่ายังมีโอกาสทางการค้าที่สูงมาก เนื่องจากความต้องการของลูกค้านั้นเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องตระหนักถึงข้อจำกัดด้านนโยบายและการค้าระหว่างประเทศ ควรได้รับการส่งเสริมการส่งออกยางพารามากยิ่งขึ้นหน่วยงานภาครัฐของไทยจึงจำเป็นต้องเร่งหาทางเจรจาหรือเพื่อทำข้อตกลงทางการค้าหรือเพิ่มความอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation) ในอุตสาหกรรมยางพารา โดยเฉพาะการค้าระหว่างไทยและจีน อีกทั้งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงโอกาสในการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและเพิ่มช่องทางในการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคต และเป็นการลดความเสี่ยงในอุตสาหกรรมยางพาราอีกด้วย

5.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

จากข้อมูลโอกาสและอุปสรรคของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียน-จีน ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีโอกาสด้านการตลาดที่ดี แต่ยังคงมีความท้าทายในหลายมิติ ดังนั้นผู้เล่นในโซ่อุปทานตั้งแต่เกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูป/ผู้ส่งออก จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนและหาแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยแนวทางการปรับตัวดังกล่าวควรเป็นการบริหารจัดการเชิงระบบที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต การตลาดและการค้าระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานแต่ละส่วนจากปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดการโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไข ปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
เกษตรกรสวนยางพารา	ด้านการผลิต - ภาคเหนือเป็นเขตพื้นที่เริ่มทำการปลูกยางพาราซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการปลูกยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการจำกัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ หรือฤดูกาลทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตยางไม่สม่ำเสมอ - ชาวสวนยางเป็นเกษตรกรรายย่อยทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์การผลิตยังไม่มีคุณภาพทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำ - ขาดความรู้การรักษาคูณภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการกรีดยาง รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นเหตุทำให้ราคาขายยางได้น้อย	- จัดตั้งกลุ่มหรือการรวมตัวของเกษตรกรในพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาความรู้และเสริมสร้างทักษะในกลุ่มด้วยตนเอง ทำให้กลุ่มเกษตรกรเกิดความเข้มแข็ง - ฤดูกาลขึ้นอยู่กับสภาพอากาศของแต่ละพื้นที่จึงไม่สามารถควบคุมได้ แต่เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ - เสริมสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกร และเตรียมความพร้อมในด้านพัฒนาผลผลิตยางพาราให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดและมีมาตรฐานมากขึ้น รวมถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่ายางพาราเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนยางจะช่วยให้มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น	- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม - นโยบายส่งเสริมการผลิตที่สอดคล้องกับรูปแบบการเพิ่มมูลค่าของยางพาราให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาด - นโยบายผลักดันการจัด Cluster ของเกษตรกร เช่น กลุ่มที่เน้นการผลิตน้ำยาง และกลุ่มที่เน้นผลิตรายกอื่นด้วย เป็นต้น
	ด้านการตลาด - ขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคา และสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาขายผลผลิตยางพาราได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่นิยมทำสวนยางแบบเกษตรกรเชิงเดี่ยว (ไม่นิยมรวมกลุ่มกันเพื่อการตั้งอำนาจต่อรอง) เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้ง่าย	- ปัจจุบันราคายางมีความผันผวนจึงไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรรวมกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคา อีกทั้งควรตั้งศูนย์กระจายข่าวประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่สำคัญให้กับเกษตรกรเพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเกษตรกรกับภาครัฐและเอกชน ซึ่งถือเป็นการพัฒนาด้าน Information Flow ของเกษตรกรและภาคี - นโยบายการสร้างข้อตกลง หรือมาตรฐานทางการค้าร่วมกันในพื้นที่ เพื่อเป็นการป้องกันการถูกเอาเปรียบทางการค้า

สหกรณ์การเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
	ด้านการผลิต - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้ จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร - วัสดุอุปกรณ์การผลิตยางแผ่นของสหกรณ์ยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร - สหกรณ์จะเน้นการผลิตยางแผ่นดิบแล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่เน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ	- หาแนวทางในการเข้าร่วมกลุ่มเกษตรกรในการส่งผลผลิตให้สหกรณ์เป็นน้ำยางสด - ก่อตั้งศูนย์รวบรวมข้อมูลสมาชิกเกษตรกรผู้ผลิตยางภายในเขตที่รับผิดชอบ - พัฒนาบุคลากรในองค์กร จัดตั้งระบบการจัดการในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ - นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ที่มุ่งพัฒนาการผลิตยางแผ่น - นโยบายส่งเสริมการผลิตน้ำยางสดและยางแผ่นดิบของสหกรณ์การเกษตร
	ด้านการตลาด - ขาดการบริการด้านข้อมูล อาทิ ข้อมูลด้านราคา สถานการณ์ซื้อขายยางแต่ละชนิด ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความถูกต้องสามารถเชื่อมโยงราคาระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นได้ - ขาดความรู้และช่องทางการจัดจำหน่าย	- เชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายของอุตสาหกรรมการผลิตปลายน้ำหรือกลุ่มผู้รับซื้อยางพารา (แผ่นยางรมควัน) - เชื่อมโยงกับตลาดซื้อขายของเกษตรกรชาวสวนยางพารา - นำเสนอข้อตกลง หรือผลประโยชน์ระหว่างสหกรณ์กับเกษตรกรชาวสวนยางพาราให้มีความชัดเจน	- นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางพารา - นโยบายการสร้าง cluster และความเชื่อมโยงระหว่าง cluster ของสหกรณ์ในแต่ละพื้นที่
	ด้านการขนส่ง - สหกรณ์การเกษตรยังขาดความรู้ด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ของการขนส่งยางพารา	- สร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมด้านการจัดการโลจิสติกส์ในระบบการค้าการขนส่ง	- นโยบายการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ผู้ประกอบการ/โรงงานแปรรูปการเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
	การผลิต - ขาดจุดรับซื้อยางพารา อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางพาราที่รับซื้อยังด้อยคุณภาพ	- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเก็บเกี่ยวผลผลิต - จัดตั้งศูนย์รวบรวมผลผลิตและการคัดเลือกยาง - จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมแรงงานที่ขาดทักษะหรือตั้งศูนย์อบรมเทคโนโลยีอย่างครบวงจรของผู้ประกอบการ - มีการวางแผนการผลิตทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงคัดเลือกและการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหลัก ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าอย่างต่อเนื่อง	- นโยบายพัฒนาคุณภาพการผลิตและนวัตกรรมในการคัดเลือกผลผลิตยางพารา - นโยบายการตั้งจุดรับซื้อยางพาราที่ได้มาตรฐาน และการฝึกอบรมทางด้านเทคโนโลยีการผลิตยางพารา - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางของไทย - นโยบายการสร้างมาตรฐานหรือข้อตกลงร่วมกันในกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการร่วมสร้างอัตลักษณ์และมาตรฐานยางพาราไทย
	ด้านการตลาด - ปัญหาด้านราคาขายที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคาขาย - ยังขาดระบบการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย การเจรจากับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีน - มีการแข่งขันสูงระหว่างผู้ประกอบการในภาคเหนือ เช่น การกว้านซื้อยาง แครฟแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)	- การจัดตั้งตลาดกลางยางพาราขึ้นภาคเหนือตอนบน - การพัฒนาเชื่อมโยงตลาด สร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการเพื่อการรวมตัวค้าขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าของไทยและของต่างประเทศ - นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งพัฒนาการผลิต การแปรรูปและการตลาด ในอนาคต - เรื่องการตลาดของไทยทางภาคเหนือตอนบน น่าจะส่งออกในรูปแบบ ยางพร้อมนำไปทำผลิตภัณฑ์ เช่น ยางแท่ง Compound หรือยางแผ่นรมควัน (R85)
	ด้านการแปรรูปยางพารา - เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต	- ศึกษาแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตยางพาราให้ได้มาตรฐานการส่งออก STR ไปยังประเทศเพื่อนบ้านจีน (ตอนใต้) - ถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยีด้านการแปรรูปผลผลิต - จัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านยางพาราทำหน้าที่ฝึกอบรมบุคลากรให้กับภาคอุตสาหกรรมแปรรูป	- นโยบายผลักดันและพัฒนา Thai Brand/Standard - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางพาราของไทย
	ด้านการขนส่ง - จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากในแต่ละพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าไม่เต็มล้งบรรทุกทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง	- สร้างความเข้าใจด้านการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำจะสามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้ - การขยายจุดรับซื้อยางพาราให้ถึงพื้นที่การเพาะปลูกยางพารา	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาขยายจุดรับซื้อยางพาราในอนาคต - ควรพัฒนาการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเส้นทางหลัก 2 เส้นทางคือ ทาง R3A และแม่น้ำโขงเป็นหลัก

5.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ในเขตภาคเหนือตอนบน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราเชิงระบบของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ (ภาคเหนือตอนบน)

1. เกษตรกร ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการผลิตของเกษตรกรภาคเหนือตอนบน

- นโยบายการพัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Information Flow) โดยการประกาศข้อมูลพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) พื้นที่ที่เหมาะสม รวมถึงรูปแบบการผลิตของการปลูกยางที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ให้แก่เกษตรกรรับรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจจะจัดตั้งตัวแทนหรือหน่วยงานในการเป็นศูนย์การเรียนรู้ และศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในระดับชุมชน เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการพัฒนาและจัดกลุ่ม cluster เกษตรกร อาทิ Cluster กลุ่มผู้ผลิตน้ำยางดิบ Cluster กลุ่มผู้ผลิตยางก้อนถ้วย ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตในระยะยาว รวมถึงพัฒนาการบริหารจัดการโซ่อุปทานในแต่ละ cluster รวมถึงการเชื่อมโยงโซ่คุณค่าระหว่าง Cluster ได้ดียิ่งขึ้น

อาทิ ในจังหวัดเชียงราย อาจจะสามารถจัดกลุ่ม Cluster ได้ 2 กลุ่มหลักคือ

1. Cluster เกษตรกรผู้ผลิตน้ำยางและยางแผ่นดิบ เพื่อการจำหน่ายให้กับโซ่อุปทานของสหกรณ์ในการนำไปผลิตเป็นยางแผ่นรมควัน
 2. Cluster เกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วย เพื่อจำหน่ายให้กับโซ่อุปทานของพ่อค้าและผู้ประกอบการแปรรูปเอเคชนในพื้นที่
- ส่งเสริมระบบการผลิตและการจัดการผลผลิตยางให้มีคุณภาพ โดยการสร้างความรู้และมีคู่มือมาตรฐานยางพารากลางสำหรับคุณภาพยางในแต่ละประเภทให้กับเกษตรกร
 - ฝึกอบรมและให้ความรู้เรื่อง แนวโน้มการผลิตและการตลาดของยางพาราไทยและยางพาราของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้เกษตรกรเข้าใจระบบกลไกทางการตลาด และโอกาสทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านในอนาคต
 - ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรหรือบทบาทของเกษตรกรในการร่วมพัฒนาสหกรณ์เพื่อให้กลุ่มหรือสหกรณ์มีศักยภาพและความสามารถในการให้บริการด้านการผลิตและการตลาดที่ดีขึ้น
 - นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม
 - เพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรโดยการร่วมมือกันในของภาคส่วนต่างๆ

- สร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาดเป็นไปตามความต้องการของตลาด
- เพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรโดยการร่วมมือกันในของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

2. สหกรณ์

- ควรคัดเลือกสหกรณ์การเกษตรที่มีความเข้มแข็งเป็นแกนนำ ในการช่วยพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงเป็นการสร้างและขยายเครือข่ายเกษตรกรและสหกรณ์ให้มีศักยภาพในการผลิตและการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น
- สร้างเครือข่ายและพันธมิตรที่รวบรวมผลผลิตจากสมาชิกกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มในเครือข่าย เพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพและปริมาณตามความต้องการของตลาด
- สร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อการพัฒนาโซ่คุณค่าร่วมกัน ทั้งในด้านการสนับวิชาการ ความรู้ การตลาด และแหล่งเงินทุนสนับสนุน
- นโยบายการพัฒนาความสามารถและการลงทุนในการแปรรูปยางพาราของสหกรณ์ จากการแปรรูปยางพาราขั้นต้น เป็นการแปรรูปยางพาราขั้นกลาง โดยเฉพาะยางแท่ง หรือยางเครพ ไปจำหน่ายในตลาดประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งยังมีความต้องการยางแท่งและยางเครพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน
- สร้างเครือข่ายสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาดประเทศจีนตอนใต้ ในการวางแผนร่วมกันในการพัฒนาการผลิตและการตลาดแบบ Cluster สหกรณ์ผู้แปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไปยังตลาดจีนตอนใต้ อาทิ Cluster สหกรณ์การเกษตรที่เข้มแข็งในจังหวัดเชียงราย พะเยา ลำปาง เป็นต้น

3. ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูป

- ส่งเสริมการตั้งจุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสมและได้มาตรฐาน ในแต่ละพื้นที่
- ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูปขั้นกลาง อาทิ ยางแท่ง หรือยางเครพ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางการตลาดในการส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางทางการตลาด และเป็นการเพิ่มมูลค่ายางของไทย
- นโยบายการสร้างมาตรฐานหรือข้อตกลงร่วมกันในกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการร่วมสร้างอัตลักษณ์และมาตรฐานยางพาราไทย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสามารถในการต่อรองกับผู้รับซื้อจากจีน
- ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าของไทยและของต่างประเทศ

- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดในอนาคต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดในประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ ได้แก่ จีน หรือ สหภาพเมียนมา เป็นต้น
- ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปขั้นกลาง-สูง ไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ คือ จีน (ตอนใต้) โดยใช้ข้อได้เปรียบเชิงพื้นที่ในด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ในเส้นทาง R3A และเส้นทางแม่น้ำโขง
- ส่งเสริมการไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การซื้อ/ขายกระจายสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ ในประเทศจีน (ตอนใต้)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราเชิงระบบ (ประเทศไทย)

ด้านการผลิต

- นโยบายการพัฒนาฐานข้อมูล (Information Flow) โดยการประกาศข้อมูลพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) พันธุ์ยางที่เหมาะสม รวมถึงรูปแบบการผลิตของการปลูกยางที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ให้แก่เกษตรกรรับรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการผลิต การตลาด ราคายาง และแนวโน้มความต้องการของตลาดในระดับชุมชน เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการพัฒนาและจัดกลุ่ม cluster เกษตรกร อาทิ Cluster กลุ่มผู้ผลิตน้ำยางดิบ Cluster กลุ่มผู้ผลิตยางก้อนถ้วย ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ จะทำให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตในระยะยาว รวมถึงพัฒนาการบริหารจัดการโซ่อุปทานในแต่ละ cluster รวมถึงการเชื่อมโยงโซ่อุปทานระหว่าง Cluster ได้ดียิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรในการช่วยเหลือเกษตรกรให้มีความรู้ และมีความสามารถในการจัดการด้านการผลิตและการตลาดที่ดีขึ้น
- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพาราในแต่ละพื้นที่ หรือในแต่ละ cluster ของทุกภูมิภาค รวมถึงหาแนวทางกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม และสามารถบริหารจัดการเชิงระบบได้ในระยะยาว
- นโยบายเพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกร โดยการร่วมมือกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาดเป็นไปตามความต้องการของตลาด

การแปรรูป

- นโยบายสร้างเครือข่ายสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ และทำการวางแผนร่วมกันในการพัฒนาการผลิตและการตลาดแบบ Cluster อาทิ เครือข่ายสหกรณ์ผู้แปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดจีนตอนใต้
- ส่งเสริมการไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การซื้อ/ขายกระจายสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ ในประเทศจีน (ตอนใต้)
- นโยบายส่งเสริมแปรรูปยางพาราชั้นกลางเพื่อการส่งออกตามแนวโน้มความต้องการของตลาด เช่น ยางแท่ง Compound หรือยางแผ่นรมควัน (R85) รวมถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายเพื่อการบริโภคในประเทศและการส่งออก
- นโยบายส่งเสริมการเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราที่เหมาะสมของผู้ประกอบการต่างชาติ ในบางพื้นที่ที่ยังมีความต้องการโรงงานแปรรูป เช่น ภาคเหนือ เป็นต้น โดยมุ่งเน้นนโยบายการส่งเสริมการลงทุนในรูปแบบที่เหมาะสมกับพื้นที่และประเทศไทย อาจจะเป็นลักษณะการร่วมลงทุนระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการชาวต่างชาติ

การตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

- กระตุ้นอุปสงค์การใช้ยางในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในอนาคต ซึ่งรัฐควรจะต้องส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ด้านคุณสมบัติยางพาราและความต้องการของตลาดในอนาคตอย่างต่อเนื่อง
- นโยบายการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม รวมถึงเทคโนโลยีในการผลิตของอุตสาหกรรมที่ใช้ยางพาราในปริมาณมากที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมยางล้อ และอุตสาหกรรมถุงมือยาง เป็นต้น
- นโยบายการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปชั้นกลาง-สูง ไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ คือ จีน (ตอนใต้) ซึ่งถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพ และประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ในด้านการขนส่งและโลจิสติกส์
- นโยบายการส่งเสริมการไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า รวมถึงการซื้อ/ขายกระจายสินค้า ในต่างประเทศ อาทิ ประเทศจีน ซึ่งถือเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ซึ่งรัฐบาลควรให้ความสำคัญและสนับสนุนการศึกษารวบรวมข้อมูลถึงสิทธิประโยชน์ การยกเว้นภาษี และการส่งเสริมการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น
- นโยบายในการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างไทยและประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ จีน สปป.ลาว และเมียนมา ในเส้นทาง R3A และแม่น้ำโขง เพื่อให้การจัดการโลจิสติกส์ของไทยมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น
- นโยบายการเจรจาเพื่อขยายตลาดแห่งใหม่ที่มีโอกาส เช่น ตลาดในประเทศรัสเซีย และอินเดีย เป็นต้น รวมถึงการชักชวนนักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ทั้งนี้การกำหนดนโยบายต่างๆ ควรจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงศักยภาพและเป้าหมายของการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ว่าต้องการวางตำแหน่งอุตสาหกรรมและการพัฒนาไปในทิศทางใด เช่นในเขตภาคเหนือตอนบนอาจจะตั้งเป้าหมายและวางตำแหน่งของอุตสาหกรรมไว้ในลักษณะอุตสาหกรรมการแปรรูปขั้นต้น-ขั้นกลาง เป็นต้น เพื่อเป็นการให้เกิดการพัฒนาโซ่คุณค่ายางพาราในพื้นที่จากศักยภาพและความสามารถของภาคีในโซ่อุปทานดังกล่าว อย่างไรก็ตามการพัฒนานโยบายเชิงระบบจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเชื่อมโยงสายโซ่อุปทานและโซ่คุณค่ายางพาราในแต่ละพื้นที่ของไทยให้เกิดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

