



## ร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาระบบตลาดประมงอย่างท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โดย ดร.สุภาภรณ์ พวงชมภู

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาระบบตลาดประมงอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้วิจัย

สังกัด

ดร.สุภาภรณ์ พวงชมพู

คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกอ. และ สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ชื่อเรื่อง : การพัฒนาระบบตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผู้วิจัย : ดร.สุภาภรณ์ พวงชมพู  
 ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
 123 ถนนมิตรภาพ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002  
 โทรศัพท์ 043-364638 หรือ 043-242331-44 ต่อ 2296  
 โทรสาร 043-364638  
 Email: psuppap@kku.ac.th หรือ chantanop@yahoo.com

ระยะเวลาดำเนินการ 9 เดือน นับตั้งแต่ 15 ตุลาคม 2553 ถึง 14 กรกฎาคม 2554

ตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ดำเนินการมีอยู่ 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) ตลาดประมูลทั่วไป (2) ตลาดประมูลทางโทรสาร และ (3) ตลาดตกลงราคา ซึ่งแต่ละตลาดมีรูปแบบหรือระบบตลาดที่แตกต่างไปตามแต่ละกลุ่มยางพาราและสหกรณ์กองทุนสวนยางที่อาจจะเป็นไปได้ ซึ่งความชัดเจนของข้อมูลในเรื่องระบบตลาดประมูลยางท้องถิ่นในพื้นที่ดังกล่าว ยังไม่ชัดเจนทั้งในเรื่องรูปแบบของแต่ละตลาด ขั้นตอนหรือวิธีการ เป็นต้น รวมถึงแต่ละตลาดประมูลยางท้องถิ่นในพื้นที่ดังกล่าว มีจุดแข็ง จุดอ่อน และมีกลยุทธ์อะไรที่จะสามารถพัฒนาระบบตลาดประมูลยางท้องถิ่น ดังนั้นการวิจัยในเรื่องนี้จึงมีวัตถุประสงค์ 5 ประการ (1) เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2) เพื่อศึกษาหาจุดแข็งจุดอ่อน และโอกาสของแต่ละตลาดของตลาดประมูลยางท้องถิ่น (3) เพื่อศึกษาการสร้างแรงจูงใจของเกษตรกรรวมกลุ่มนำผลผลิตมาขายในตลาดประมูลท้องถิ่น (4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรในการขายผลผลิตในตลาดประมูลยางท้องถิ่น (5) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการพัฒนาระบบตลาดประมูลยางท้องถิ่นโดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีปฐมภูมิ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สถิติเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยโดยใช้โปรแกรม SPSS for windows

ผลจากการสำรวจพบว่า ระบบตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มี 4 ระบบ ได้แก่ (1) ตลาดประมูลทั่วไป เป็นการจัดตลาดประมูลยางแบบดั้งเดิมโดยนำผลผลิตยางที่ส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นดิบ และยางก้อนถ้วยมารวบรวมในตลาดเพื่อคัดแยกชั้นและชั่งน้ำหนัก รอผู้ซื้อมาตรวจสอบคุณภาพและให้ราคาซื้อที่ต่อประมูลแข่งขันกัน ซึ่งพบมากในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2) ตลาดประมูลแบบ Paper Rubber Market หรือตลาดประมูลแบบโทรสารเป็นรูปแบบตลาดยาง ซึ่ง

สำนักงานกองทุนเศรษฐกิจการทำสวนยาง (สกย.) ที่ได้จากการพัฒนาระบบการประมูลทั่วไป ให้ทันสมัยขึ้นง่ายต่อการเข้าถึง และให้บริการของตลาดจากทั้งผู้ผลิตยางที่เป็นสถาบันเกษตรกรและผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ มีจุดเด่นกว่าความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดทุนกว่าแบบตลาดประมูลทั่วไปและกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (3) ตลาดตกลงราคาเป็นรูปแบบตลาดยางสกย. ที่เหมาะสำหรับการซื้อขายผลผลิตยางที่เป็นน้ำยางสดด้วยเหตุที่ราคาซื้อขายยางในตลาดจะทำการเจรจาตกลงราคาไว้ก่อนอย่างน้อยหนึ่งวัน เพื่อ ณ วันที่รวบรวมผลผลิตยางจะสามารถบอกราคาแก่เกษตรกรชาวสวนยางและจ่ายเงินค่ายางได้ (4) ตลาดข้อตกลง(Forward Market) เป็นพัฒนาการของตลาดยางสกย. ในรูปแบบการซื้อขายล่วงหน้าที่สุดคล้องกับผลผลิตยางซื้อขายในตลาดที่ได้รับการพัฒนาจนบรรจุหีบห่อได้แล้ว และเป็นตลาดรูปแบบเดียวที่ต่อเชื่อมกับตลาดส่งออกยางไปต่างประเทศได้อย่างลงตัว ซึ่งตลาดข้อตกลงยางนั้นส่วนใหญ่จะพบมากในกลุ่มพ่อค้า

ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานพบว่า เกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยผ่านวิธีการประมูลส่วนมากมีอายุในช่วง 40-60 ปี มีพื้นที่ถือครองเป็นของตนเองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจบการศึกษาในระดับประถมศึกษาและประกอบอาชีพเกษตรกรอย่างเดียวเป็นส่วนใหญ่ และสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจปลูกยางพารานั้นเป็นเพราะได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานสงเคราะห์การทำสวนยาง นอกจากนี้ยังพบว่าในปัจจุบันเกษตรกรที่จำหน่ายยางพาราโดยผ่านวิธีการประมูลส่วนใหญ่มีแรงจูงใจให้จำหน่ายเพราะได้ราคาสูงกว่าเมื่อก่อนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ใช้วิธีการรวมกลุ่มขายและประมูลขายเพราะเนื่องจากขายได้ราคาดี และยังคงการเอาเปรียบด้านราคาของพ่อค้าคนกลางได้มาก ด้านความพึงพอใจของเกษตรกรพบว่าการประมูลแบบทั่วไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่ยังพบปัญหาเกี่ยวกับการจ่ายเงินล่าช้าของพ่อค้าที่ชนะการประมูลเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมรับเป็นเงินสด ส่วนการประมูลแบบโทรสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยยังพบปัญหาค้นตอนการประมูลเนื่องจากคณะกรรมการต้องมีความชำนาญและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ามากกว่าการประมูลแบบทั่วไป ในส่วนตลาดแบบตลาดตกลงราคาและตลาดตกลงราคา นั้นพบว่าส่วนใหญ่ปัญหาที่เกษตรกรพบมากคือการกดราคาของพ่อค้า ซึ่งปัจจุบันเกษตรกรหันมาขายผลผลิตโดยตรงผ่านการประมูลเป็นส่วนใหญ่

#### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยวิธีการประมูลทั้งหมด 160 ราย มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 40 -60 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษา และประกอบอาชีพการเกษตรเพียงอย่างเดียวเป็นอาชีพหลัก อาชีพรองที่เป็นที่นิยมได้แก่ อาชีพค้าขาย ตามมาด้วย รับจ้างอิสระตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยวิธีการประมูลเริ่มปลูกยางพาราตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา โดยในปีพ.ศ. 2540 เป็นปีที่ทำการเริ่มปลูกยางพารามากที่สุด และยังพบว่า ยังมีการปลูกยางพาราเพิ่มเติมขึ้นมาเรื่อยๆ พันธุ์ที่เกษตรกรใช้ในการปลูกยางพาราส่วนใหญ่ได้แก่ RRIM 600 ซึ่งเป็นพันธุ์ที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางให้การส่งเสริมและแจกฟรี ในส่วนระบบ

การกรีดยังพบว่าเกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยวิธีการประมูล นั้นเปิดกรีดในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม และปิดกรีดในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน แต่ก็ยังมีเกษตรกรบางส่วนที่ทำการกรีดยางทั้งปี เพราะต้องการเพิ่มรายได้ โดยทำการกรีดในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน แต่ใช้วิธีการลดวันกรีดลงจากเดิมคือ กรีด 2 วัน เว้น 1 วันมาเป็นกรีด 1 วัน เว้น 3 วันหรืออาจจะมากกว่านั้นซึ่งส่งผลให้น้ำยางที่ได้มีปริมาณน้อยและต้นยางมีอายุไม่นาน ในด้านการถือครองพื้นที่ที่ทำการปลูกยางพารานั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของตนเอง โดยพื้นที่ที่ทำการปลูกยางพาราอยู่ที่ 1- 10 ไร่ โดยมีการเช่าหรือทำฟรืจากที่ดินของผู้อื่นบ้างเล็กน้อย เหตุผลที่ทำการปลูกยางพาราพบว่าส่วนใหญ่ปลูกเพราะได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จึงหันมาปลูกยางพาราแทนพืชชนิดอื่นๆ

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการขายยางพารา 3 รูปแบบ (1) ตลาดประมูลทั่วไป (2) ตลาดประมูลแบบโทรสาร (3) ตลาดตกลงราคา โดย 2 แบบแรกนั้นเป็นการขายแบบผ่านการประมูลส่วนแบบที่ 3 เป็นการขายแบบตกลงราคาของผู้ซื้อและผู้ขายเอง โดยจากการศึกษาพบว่า (1) ตลาดประมูลทั่วไป เป็นการจัดตลาดประมูลยางแบบดั้งเดิมโดยนำผลผลิตยางที่ส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นดิบ และยางก้อนถ้วยมารวบรวมในตลาดเพื่อคัดแยกชั้นและชั่งน้ำหนัก รอผู้ซื้อมาตรวจสอบคุณภาพและให้ราคาซื้อที่ตรงประมูลแข่งขันกัน ซึ่งพบมากในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในส่วนของตลาดประมูลแบบโทรสารเป็นรูปแบบตลาดยางของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางที่ได้จากการพัฒนาระบบการประมูลทั่วไป ให้ทันสมัยขึ้นง่ายต่อการเข้าถึงและใช้บริการของตลาดจากทั้งผู้ผลิตยางที่เป็นสถาบันเกษตรกรและผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ มีจุดเด่นกว่าความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดทุนกว่าแบบตลาดประมูลทั่วไปและกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน และจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอกของตลาดประมูลทั่วไปและตลาดประมูลแบบโทรสาร เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบตลาดทั้ง 2 โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ได้แก่ จากตัวพ่อค้าเอง เช่น การจ่ายเงินล่าช้า การรับสินค้าล่าช้า และการฮั้วประมูล ตลอดจนไปถึงอิทธิพลในพื้นที่อีกด้วย ด้านการวัดระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่ทำการซื้อขายแบบประมูลทั่วไปทั้ง 2 วิธีโดยภาพรวมพบว่าเกษตรกรมีความพึงพอใจของการซื้อขายอยู่ในระดับมากเนื่องจากทำให้เกษตรกรมีรายได้มากกว่านำไปขายเองนอกจากนี้ยังช่วยลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง และการบริหารงานของคณะกรรมการสหกรณ์มีความโปร่งใส ด้านปัญหาที่เกี่ยวกับวิธีการประมูลของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราโดยภาพรวมพบว่าปัญหาที่เกษตรกรพบมากที่สุด คือ ปัญหาที่เกี่ยวกับผู้ซื้อ เนื่องจากผู้ซื้อมีการจ่ายเงินล่าช้า ส่งผลให้เกษตรกรได้รับเงินช้าไม่ตรงตามกำหนด นอกจากนี้ยังพบปัญหาที่เกี่ยวกับราคาที่ได้รับเนื่องจากผู้ซื้อ มีน้อยรายทำให้เกิดการกดราคายาง อีกทั้งยังมีการฮั้วกันระหว่างพ่อค้าที่มารับซื้อ ทำให้เกษตรกรได้รับราคาต่ำกว่าราคาตลาดกลางยางพารา ปัญหาที่พบถัดมาคือปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการประมูล เนื่องจากการประมูลมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ส่งผลให้การซื้อขายแบบประมูลมีความล่าช้าด้วย ด้านข้อคิดเห็นของเกษตรกรมี

ข้อคิดเห็นในเรื่องการรอนานและการจ่ายเงินล่าช้า ส่งผลให้การซื้อขายโดยผ่านการประมูลเป็นไปอย่างล่าช้า รongลงมาคือข้อคิดเห็นในเรื่องอยากให้มีพ่อค้าประมูลมากกว่าเดิมเนื่องจากเกษตรกรผู้ขายผลผลิตมีจำนวนมากกว่าผู้รับซื้อหรือพ่อค้าผู้เข้าร่วมการประมูลทำให้เกิดการกดราคาราย ส่งผลให้เกษตรกรได้รับราคาต่ำกว่าราคาซื้อขายจริง และข้อคิดเห็นในเรื่องอยากให้รัฐบาลหาตลาดรองรับ เพื่อให้เกษตรกรมีทางเลือกในการจำหน่ายยางพาราเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้ามีจุดอ่อนอยู่ 2 จุดคือ

1. องค์การหรือกลุ่มที่ทำการประมูลและการทำการตลาดขององค์กรหรือกลุ่ม โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 1.1 ด้านองค์กรที่ทำการประมูล

- 1) ควรมีการวางแผนการจัดการด้านการเงิน ด้านการจัดการผลผลิตและการประมูลให้เป็นระบบมากขึ้นเพราะเนื่องจากปัญหาเรื่องการจ่ายเงินล่าช้า และส่วนใหญ่ยังไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเองทั้งหมดต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากทางภาครัฐ
- 2) ควรมีกฎระเบียบและวิธีการประมูลตลอดจนถึงข้อบังคับและบทลงโทษขององค์กรเองที่ชัดเจน
- 3) ควรวางแผนหาเงินทุนสำรองเพื่อรองรับผลผลิตที่จะมีมากขึ้นในอนาคต
- 4) องค์กรส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาความช่วยเหลือในเรื่องงบประมาณจากทางภาครัฐเป็นส่วนใหญ่จึงควรพัฒนาให้องค์กรส่วนใหญ่อยู่ได้ด้วยตนเองเป็นหลัก
- 5) ควรรวมผลผลิตยางแผ่นดิบไปขายโรงงานโดยตรง เพิ่มมูลค่า 2-3 บาทต่อกิโลกรัม และควรแปรรูปของยางดิบเบื้องต้น เป็นยางเครพ หรือยางคอมปาวด์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

#### 1.2 ด้านการตลาด

- 1) ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มที่จะทำการประมูลได้เป็นที่รู้จักและยอมรับกันอย่างแพร่หลาย
- 2) ควรมีการติดต่อกับกลุ่มเครือข่ายขายยางของภาคอื่นๆเพื่อสามารถนำโควต้าของกลุ่มเครือข่ายขายยางของภาคใดมาไว้ที่ภาคอีสานเพื่อนำไปส่งขายในประเทศจีนได้

### 2.ด้านการวิจัย

1.สถาบันวิจัยยาง สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้คำแนะนำส่งเสริมในการผลิตยางพาราให้มีมาตรฐานมากขึ้นและให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดของยางพาราที่ทันสมัย

2.รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่กลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง เพื่อให้กลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางมีความรู้และการพัฒนาทางด้านการตลาดให้มากขึ้น

3.ควรที่จะพัฒนาในเรื่องการสร้างเครือข่ายผู้ค้ายางพาราให้มากขึ้นเพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการค้าให้แก่เกษตรกรและทางกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง

4.ควรมีการศึกษาต่อยอดในเรื่องการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาระบบตลาดยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โครงการวิจัยเรื่อง

การพัฒนาระบบตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Local auction market system development of Para rubber in Northeast area

ผู้ดำเนินการวิจัย

ดร.สุภาภรณ์ พวงชมภู

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### บทคัดย่อ

ระบบตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มี 3 ระบบ ได้แก่ (1) ตลาดประมูลทั่วไป เป็นการ จัดตลาดประมูลแบบดั้งเดิมโดยนำผลผลิตยางที่ส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นดิบ และยางก้อนถ้วยมา รวบรวมในตลาดเพื่อคัดแยกชั้นและชั่งน้ำหนัก เพื่อผู้ซื้อมาตรวจสอบคุณภาพและให้ราคาซื้อที่ต้องประมูล แข่งขันกัน ซึ่งพบมากในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2) ตลาดประมูลแบบ Paper Rubber Market หรือ ตลาดประมูลแบบโทรสารเป็นรูปแบบตลาดยางของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) ที่ ได้จากการพัฒนาระบบการประมูลทั่วไป ให้ทันสมัยขึ้น ง่ายต่อการเข้าถึง ซึ่งมีจุดเด่นคือความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดทุนกว่าแบบตลาดประมูลทั่วไปและกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (3) ตลาดตกลงราคาเป็น รูปแบบตลาดยางสกย. ที่เหมาะสำหรับการซื้อขายผลผลิตยางที่เป็นน้ำยางสดด้วยเหตุที่ราคาซื้อขายยางใน ตลาดจะทำการเจรจาตกลงราคาไว้ก่อนอย่างน้อยหนึ่งวัน เพื่อ ณ วันที่รวบรวมผลผลิตยางจะสามารถบอก ราคาแก่เกษตรกรชาวสวนยางและจ่ายเงินค่ายางได้ ซึ่งการประมูลที่นิยมมากที่สุดได้แก่ ตลาดประมูลแบบ โทรสาร เพราะมีความสะดวกรวดเร็ว จากการสำรวจพบว่า เกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยผ่านวิธีการประมูล ส่วนมากมีอายุในช่วง 40-60 ปี ส่วนใหญ่มีพื้นที่ถือครองของตนเองสำหรับการปลูกยางพารา สาเหตุสำคัญ ในการตัดสินใจปลูกยางพารานั้นเป็นเพราะได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานสงเคราะห์การทำสวนยาง ส่วนแรงจูงใจสำหรับการจำหน่ายโดยผ่านวิธีการประมูลคือการที่ได้ราคายางพาราเพิ่มสูงมาก และยังคงการ เอาเปรียบด้านราคาของพ่อค้าคนกลางได้มาก ด้านความพึงพอใจของเกษตรกรพบว่าการประมูลแบบทั่วไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่ยังพบปัญหาเกี่ยวกับการจ่ายเงินล่าช้าของพ่อค้าที่ชนะการประมูล เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมรับเป็นเงินสด ส่วนการประมูลแบบโทรสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากเช่นกัน แต่ยังพบปัญหาในเรื่องขั้นตอนการประมูลเพราะคณะกรรมการมีความชำนาญและ ประสบการณ์การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าน้อย

# **Local auction market system development of Para rubber in Northeast area**

**Dr.Supaporn Pongchompu**

## **ABSTRACT**

The Para rubber market of Northeast area consists of three systems. The first system is a general auction market. This market is a traditional system in which raw rubber sheets and cup lamps are mainly brought for grading and weighing to have a quality checking and price bidding by the traders that this system can be found mostly in the Northeast of Thailand. The second system is a paper rubber market, developed from general auction system by the office of the Rubber Replanting Aid Fund. This system is more improved and accessible with a significant convenience and more cost saving condition than the general auction market. In the present, this market system has becoming popular. The third system is a price negotiation market. This kind of market applies the rubber market type of the Rubber Replanting Aid Fund office which is very suitable for latex rubber trading because a trading price in the market is negotiated one day in advance. Therefore, the price can be informed and paid on the day of collecting rubber products.

From the data surveyed, it was found that farmers who sold Para rubbers by using auction were mostly between 40-60 years old and had their own landholding for rubber cultivation. They mostly attended only primary school and employed farming as a main job. The main factor influencing the farmers' decision on rubber cultivation was due to the support of the Rubber Replanting Aid Fund office. The major motivation of farmers to sell their production through the auction was based on a higher price and reducing exploitation from the middleman. In term of famers' satisfaction, general auction market was highly satisfied. However, the problem was the delayed payment by the middleman who won the auction due to most of the farmers preferred to be paid in cash. For a paper rubber market, it was commonly showed to be satisfying in a high level, but the auction process still has some obstacles due to the number of professional and experienced committees were not enough (or less).

### กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบตลาดประมุลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” คงไม่สำเร็จลงได้ด้วยดีหากไม่ได้รับความร่วมมือจากบุคคลและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ด้านข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับยางพารา เนื้อที่ปลูก ได้รับความร่วมมือจาก สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี รวมถึงสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มผู้ปลูกยางพาราในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี การสุ่มตัวอย่างครัวเรือน ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดขอนแก่น ที่กรุณาให้ข้อมูลรายชื่อกลุ่มสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มผู้ปลูกยางพาราในเขตที่ดูแลรับผิดชอบ ทำให้ผู้วิจัยประหยัดเวลาในการสุ่มตัวอย่างประชากร และผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยผู้ซึ่งช่วยแก้ไขและปรับปรุงให้รายงานเล่มนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

การปฏิบัติงานเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจาก จากประธานและคณะกรรมการของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มผู้ปลูกยางพาราในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี รวมถึงนักศึกษาภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ ช่วยในการสัมภาษณ์เกษตรกร ซึ่งมีผลให้การปฏิบัติงานภาคสนามเสร็จสิ้นตามกำหนดเวลา

ท้ายที่สุดโครงการวิจัยนี้คงจะไม่เกิดขึ้นและดำเนินการมาจนเสร็จสิ้น ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เป็นทุนสำหรับการดำเนินงานวิจัย จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ดร.สุภาภรณ์ พวงชมพู

มิถุนายน 2554

## สารบัญ

|                                                      | หน้า      |
|------------------------------------------------------|-----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย                                      | ก         |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                                   | ข         |
| บทสรุปผู้บริหาร                                      | ค         |
| กิตติกรรมประกาศ                                      | ช         |
| สารบัญตาราง                                          | ฉ         |
| สารบัญรูปภาพ                                         | ฎ         |
| <b>บทที่ 1. บทนำ</b>                                 | <b>1</b>  |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญ                                | 1         |
| 1.2 วัตถุประสงค์                                     | 2         |
| 1.3 ขอบเขตการศึกษา                                   | 2         |
| 1.4 กรอบแนวความคิดโครงการ                            | 2         |
| 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ                              | 3         |
| <b>บทที่ 2. วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>   | <b>4</b>  |
| 2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง                            | 4         |
| 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                            | 6         |
| <b>บทที่ 3. วิธีดำเนินการศึกษา</b>                   | <b>9</b>  |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                          | 9         |
| 3.2 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล                     | 9         |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล                 | 10        |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล                               | 11        |
| <b>บทที่ 4. ผลการศึกษา</b>                           | <b>15</b> |
| 4.1 ข้อมูลพื้นฐาน                                    | 15        |
| 4.2 การวิเคราะห์การจำหน่ายผลผลิตโดยผ่านวิธีการประมวล | 21        |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                              | หน้า      |
|----------------------------------------------|-----------|
| <b>บทที่ 5 การวิเคราะห์ตลาดประมุลยางพารา</b> | <b>28</b> |
| 5.1 การวิเคราะห์ทางการตลาด                   | 28        |
| 5.2 ปัญหาตลาดยางพาราในระดับประเทศ            | 36        |
| <b>บทที่ 6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ</b>   | <b>37</b> |
| 6.1 สรุปผลการศึกษา                           | 38        |
| 6.2 ข้อเสนอแนะ                               | 38        |
| <b>เอกสารอ้างอิง</b>                         | <b>40</b> |

## สารบัญตาราง

|                                                                             | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 4.1 ช่วงอายุของเกษตรกรผู้ขายยางพารา                                | 18   |
| ตารางที่ 4.2 ระดับการศึกษา                                                  | 18   |
| ตารางที่ 4.3 อาชีพหลัก                                                      | 19   |
| ตารางที่ 4.4 อาชีพรอง                                                       | 19   |
| ตารางที่ 4.5 ปีแรกที่เริ่มปลูกยาง                                           | 20   |
| ตารางที่ 4.6 เหตุผลที่ตัดสินใจปลูกยางพารา                                   | 21   |
| ตารางที่ 4.7 การปลูกพืชแซม                                                  | 22   |
| ตารางที่ 4.8 พันธุ์ยางพาราที่นิยมปลูก                                       | 23   |
| ตารางที่ 4.9 ช่วงเดือนที่กรีดยางพารา                                        | 23   |
| ตารางที่ 4.10 ประเภทของพื้นที่ปลูกของยางพารา                                | 24   |
| ตารางที่ 4.11 การวัดระดับความรู้                                            | 25   |
| ตารางที่ 4.12 แรงจูงใจของเกษตรกรในการจำหน่ายผลผลิตแบบวิธีประมูล             | 25   |
| ตารางที่ 4.13 ระดับความพึงพอใจของการซื้อขายแบบประมูลทั่วไป                  | 26   |
| ตารางที่ 4.14 ระดับความพึงพอใจของการซื้อขายแบบประมูลโทรสาร                  | 27   |
| ตารางที่ 4.15 ปัญหาเกี่ยวกับการประมูล                                       | 28   |
| ตารางที่ 4.16 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการประมูล                                  | 29   |
| ตารางที่ 5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ของวิธีการประมูลแบบทั่วไป | 35   |
| ตารางที่ 5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ของวิธีการประมูลแบบโทรสาร | 37   |

## สารบัญรูปภาพ

|                               | หน้า |
|-------------------------------|------|
| ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา | 3    |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

แม้ว่าแนวโน้มการผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีทิศทางที่เพิ่มขึ้น แต่ก็มีปัญหาและข้อจำกัดอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการผลิตที่มีคุณภาพต่ำ โดยเฉพาะสิ่งสกปรกเจือปนในแผ่นยางดิบหรือความไม่สม่ำเสมอต่อความต้องการของโรงงานแปรรูป และผลผลิตต่อพื้นที่ที่ต่ำ และยังมีปัญหาด้านการตลาด พ่อค้าคนกลางเอาเปรียบในเรื่องของราคามากเนื่องจากความไม่ได้มาตรฐานของแผ่นยางดิบ ประกอบกับมีพ่อค้าคนกลางหลายระดับ ซึ่งแต่ละระดับจะมีต้นทุนการทำธุรกิจที่แตกต่างกัน (ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าขนส่ง ค่าจัดเก็บ และดอกเบี้ย) ส่งผลให้ราคาขายที่ชาวสวนยางได้รับต่ำกว่าที่เป็นจริง นอกจากนี้การรับขายยางออกโดยเฉพาะยางก้อนถ้วย ทำให้ต้องขายในราคาที่พ่อค้าให้เท่าใดก็จำเป็นต้องขาย จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นตลาดประมูลยางท้องถิ่นของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจึงน่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับเกษตรกรในการซื้อขายยางพารา เพราะสามารถลดต้นทุนการตลาดได้ โดยมีสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) จะเป็นตัวกลางประสานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยตลาดประมูลยางท้องถิ่นเป็นระบบตลาดกลางยางพาราที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติ (17 ธันวาคม 2534) ให้จัดตั้งขึ้นซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งในการแก้ไขปัญหาราคายางตกต่ำ โดยใช้รูปแบบและวิธีการเหมือนตลาดกลางยางพาราซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

โดยทั่วไปตลาดประมูลยางท้องถิ่นของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางมีทั้งหมด 4 รูปแบบ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามการซื้อขายผลผลิตยางชนิดนั้นๆ แต่ตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ดำเนินการมีอยู่ 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) ตลาดประมูลทั่วไป ซึ่งเป็นการจัดตลาดประมูลยางแบบดั้งเดิม โดยนำผลผลิตยางที่มีส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วย มารวบรวมในตลาดเพื่อคัดแยกชั้นและชั่งน้ำหนัก ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดหนองคาย นอกจากนี้ยังเป็นการตกลงราคาซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยมีเจ้าหน้าที่จากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางในระดับท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการประมูลแต่ละครั้ง (2) ตลาดประมูลทางโทรสาร เป็นตลาดที่ได้จากการพัฒนาระบบการประมูลทั่วไป โดยให้มีความทันสมัยขึ้น ง่ายต่อการเข้าถึง โดยตลาดประเภทนี้จะมีการคัดเกรด คุณภาพยาง ซึ่งจะสามารถควบคุมคุณภาพได้ โดยเจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจะทำหน้าที่ดังกล่าว ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ซื้อที่ไม่ต้องเห็นถึงคุณภาพยางก่อนถึงการประมูล รวมถึงผู้ขายก็สามารถได้ราคาประมูลยางดี ซึ่งจะอยู่ที่อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น และเป็นลักษณะยางแผ่นรมควัน ซึ่งแตกต่างกับตลาดประเภทแรก ที่มีการคัดเกรด คุณภาพที่ไม่ชัดเจนเพราะคุณสมบัติของยางไม่ชัดเจน โดยเฉพาะยางก้อนถ้วย และราคาขายที่ได้อาจต่ำกว่าราคาที่เป็นจริง เพราะผู้ซื้ออาจมีเพียงคนเดียว (3) ตลาดตกลงราคา โดยส่วนใหญ่ผู้ขายอาจรวมกลุ่มหรือสหกรณ์ ผู้ซื้อจะเป็นบริษัทที่อยู่บริเวณใกล้เคียงซึ่งเป็นการซื้อขายน่ายางสด ส่วนใหญ่อยู่จังหวัดหนองคาย จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าตลาด

ประมุขยทางท้องถิ่นเป็นตลาดที่มีระบบสถาบันเกษตรกรทั้งในรูปของกลุ่มยางพาราและสหกรณ์กองทุนสวนยางในระดับท้องถิ่น ซึ่งในปัจจุบันมีการจัดตั้งมากขึ้นได้เข้ามาเกี่ยวข้องในแต่ละตลาด ซึ่งแต่ละตลาดมีรูปแบบหรือระบบตลาดที่แตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มยางพาราและสหกรณ์กองทุนสวนยางก็อาจจะเป็นไปได้ ซึ่งความชัดเจนของข้อมูลในเรื่องระบบตลาดประมุขยทางท้องถิ่นในพื้นที่ดังกล่าว ยังไม่ชัดเจนทั้งในเรื่องรูปแบบของแต่ละตลาด ขั้นตอนหรือวิธีการ เป็นต้น รวมถึงแต่ละตลาดประมุขยทางท้องถิ่นในพื้นที่ดังกล่าวมีจุดแข็ง จุดอ่อน และมีกลยุทธ์อะไรที่จะสามารถพัฒนาระบบตลาดประมุขยทางท้องถิ่น นอกจากนี้การพัฒนาระบบตลาดจากตลาดประมุขยทั่วไป และตลาดตกลงราคา ไปเป็นตลาดประมุขยทางโทรสารมีการทำอย่างไรหรือมีแนวโน้มเป็นไปได้หรือไม่ และมีข้อจำกัดอย่างไร โดยข้อมูลในเรื่องนี้จะทำให้เกษตรกรฐานะผู้ขายได้เข้าใจความแตกต่างของตลาดประมุขยทางท้องถิ่นและยังเป็นฐานข้อมูลในการเลือกว่าควรเข้าสู่ตลาดแบบใดจึงเหมาะสมในการขาย และสามารถสร้างรายได้ให้ตนเองเพิ่มขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบตลาดประมุขยทางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาหาจุดแข็งจุดอ่อน และโอกาสของแต่ละตลาดของตลาดประมุขยทางท้องถิ่น
3. เพื่อศึกษาการสร้างแรงจูงใจของเกษตรกรรวมกลุ่มนำผลผลิตมาขายในตลาดประมุขยทางท้องถิ่น
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรในการขายผลผลิตในตลาดประมุขยทางท้องถิ่น
5. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการพัฒนาระบบตลาดประมุขยทางท้องถิ่น

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

3.1 ศึกษาเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราและแปรรูปยางแผ่นดิบของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในเขตจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีกรอบการศึกษาดังนี้

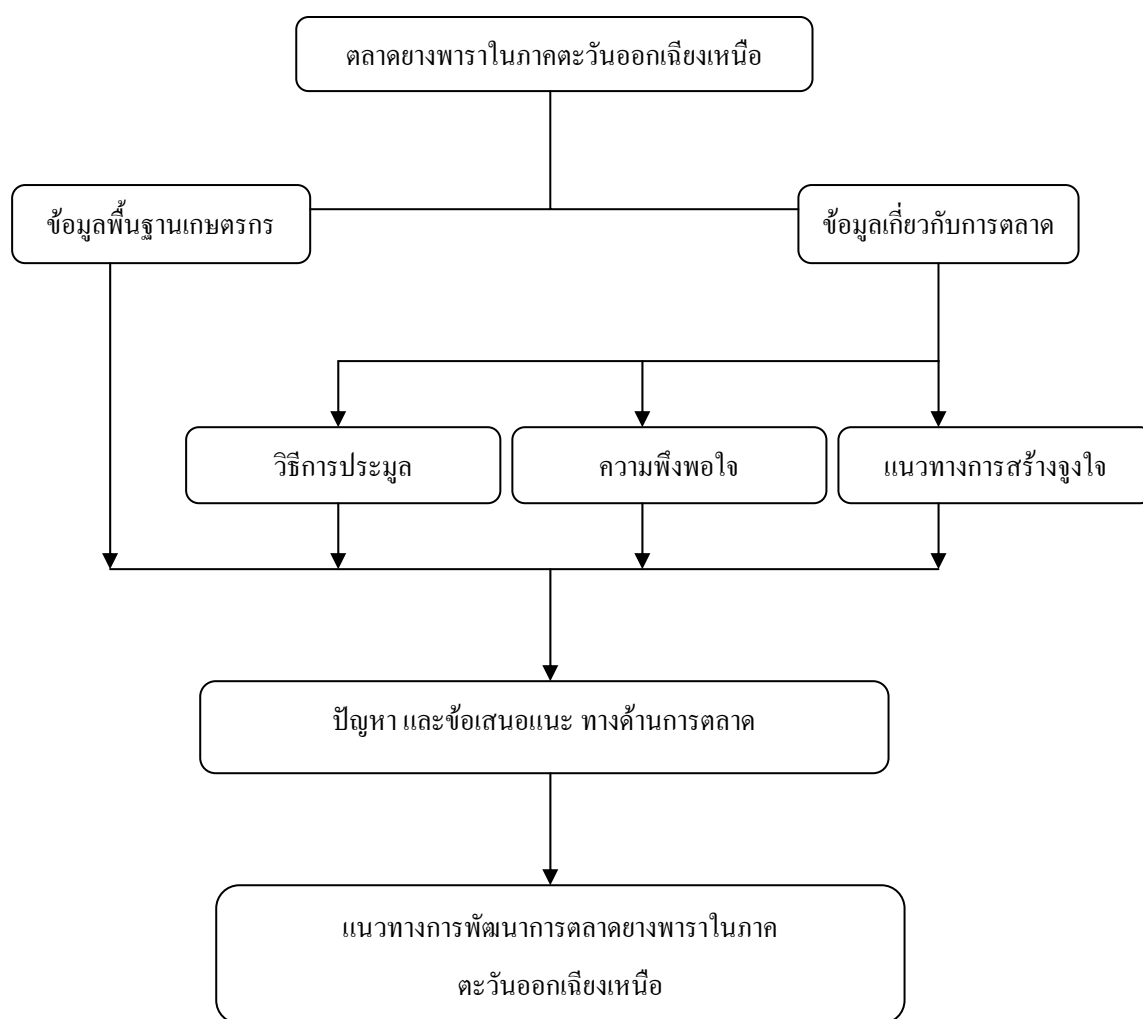
3.1.1. ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร เช่น อายุ การศึกษา อาชีพ เหตุผลที่ปลูกยางพารา การถือครองที่ดิน เป็นต้น

3.1.2. การตลาดยางแผ่นดิบของเกษตรกร เช่น วิธีการจำหน่าย ราคาจำหน่าย ปัญหาในการตลาดยางพาราในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.2 ศึกษาตลาดยางของสำนักงานสงเคราะห์กองทุนสวนยางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ว่ามีรูปแบบอย่างไร มีการจัดการรูปแบบใดและพบปัญหาทางการตลาดแบบใดบ้าง

## 1.4 กรอบแนวคิดของโครงการ

การวิจัยการศึกษา การพัฒนาระบบตลาดประมุขยทางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคทั้งในด้านการตลาดเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังรูป



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา (Conceptual Framework)

## 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 เพื่อทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของผู้ผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 1.5.2 เพื่อทราบถึงวิธีการจัดการด้านการตลาดของกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 1.5.3 เพื่อทราบถึงสภาพความพึงพอใจ การสร้างแรงจูงใจ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในด้านการตลาดของกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 1.5.4 เป็นข้อมูลแก่หน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดและวางแผนนโยบายในการพัฒนาตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องด้านการวิเคราะห์ SWOT

สมยศ นาวิการ (2544) ได้กล่าวถึงการวางแผนเชิงกลยุทธ์ไว้ว่า จะต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อการพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานขององค์กร และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อการพิจารณาถึงจุดอ่อนจุดแข็งทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งเราเรียนกว่าการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเหล่านี้ว่า การวิเคราะห์ SWOT อันได้แก่ จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weakness), โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งพอที่จะอธิบายความหมายดังนี้

1) จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ลักษณะเด่นของการดำเนินงานหน้าที่ต่าง ๆ ภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การตลาด การบัญชี การเงิน บุคลากร หรือธุรกิจ เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งจะกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของการดำเนินงานภายในเหล่านี้

2) จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง การดำเนินงานที่องค์กรไม่สามารถกระทำได้ดี อันเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร องค์กรจึงต้องหาทางแก้ไขจุดอ่อนที่เกิดขึ้นภายในองค์กรซึ่งจะกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรที่สามารถ ลดล้าง หรือปรับปรุงจุดอ่อนของการดำเนินงานภายในเหล่านี้

3) โอกาส (Opportunities) หมายถึงช่องทางที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมภายนอก องค์กรจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี สภาวะการแข่งขัน อยู่เป็นระยะเพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้

4) อุปสรรค (Threats) หมายถึง สภาวะแวดล้อมภายนอกที่ก่อให้เกิดปัญหาหรืออุปสรรคต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร สภาพแวดล้อมเหล่านี้ ได้แก่ สงคราม หรือความเข้มแข็งของกลุ่มแข่งขัน

พินุล ทีปะปาล (2546) ได้กล่าวว่า การนำผลการวิเคราะห์ SWOT ไปจัดทำกลยุทธ์ โดยนำปัจจัยแต่ละประการมาจับคู่และกำหนดเป็นกลยุทธ์ต่างๆ เรียกกันอย่างแพร่หลายว่า การจัดทำ TOWS Matrix มีอยู่ทั้ง 4 รูปแบบ มีวิธีการจัดทำ ดังนี้

1) กลยุทธ์ SO (SO Strategies) เป็นการค้นหาแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจ โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่ เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่เอื้ออำนวยให้

2) กลยุทธ์ WO (WO Strategies) เป็นการใช้ความพยายามเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนภายในของธุรกิจให้ดีขึ้น โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นภายนอกของธุรกิจ สถานการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นเมื่อธุรกิจพบว่ามีโอกาสที่ดีที่เกิดขึ้นภายนอก แต่ธุรกิจมีจุดอ่อนภายใน ไม่สามารถที่จะนำโอกาสที่เกิดขึ้นนั้นมาใช้ประโยชน์ได้เต็มที่

3) กลยุทธ์ ST (ST Strategies) เป็นการใช้จุดแข็งของธุรกิจ เพื่อหาแนวทางหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคหรือภาวะคุกคามจากภายนอกของธุรกิจ

4) กลยุทธ์ WT (WT Strategies) เป็นยุทธวิธีป้องกันตัวของธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดจุดอ่อนภายในให้เหลือน้อยที่สุด และเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือภาวะคุกคามที่เกิดขึ้นจากภายนอกของธุรกิจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ SWOT ว่า เป็นการประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เพื่อให้ทราบถึง จุดแข็ง และ จุดอ่อนภายในองค์กร และการประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อให้ทราบถึง โอกาส และ อุปสรรค ขององค์กร ประกอบด้วย

1) ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ ได้แก่

S: Strengths (จุดแข็ง) หมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรสามารถกระทำได้ดี เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด และการผลิต องค์กรที่จะบรรลุความสำเร็จจะต้องกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรที่ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งจากการดำเนินงานเหล่านี้เสมอ

W: Weakness (จุดอ่อน) หมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กรไม่สามารถกระทำได้ดี องค์กรจะต้องกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถลบเลือนหรือปรับปรุงจุดอ่อนการดำเนินงานภายในเหล่านี้ให้ดีขึ้น

2) ปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมขององค์กร ได้แก่

O: Opportunities (โอกาสภายนอก) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร องค์กรจะต้องมีการคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขัน อยู่เป็นระยะเพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเท่านั้น

T: Threats (อุปสรรคภายนอก) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามต่อการดำเนินงานของบริษัท อาทิ สงคราม หรือความเข้มแข็งของคู่แข่งเหล่านี้เป็นต้น

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกขององค์กรแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การนำเอาผลการวิเคราะห์ SWOT ไปจัดทำกลยุทธ์ โดยนำปัจจัยแต่ละประการมาจับคู่กันและกำหนดเป็นกลยุทธ์ต่างๆ เรียกว่า การจัดทำ TOWS Matrix ซึ่งการพัฒนากลยุทธ์ที่องค์กรจะนำไปปฏิบัติ ความเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดหรือเป็นกลยุทธ์ที่มีความเป็นไปได้สำหรับองค์กร

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เดชา กลิ่นเทศ และคณะ (2540) ได้ศึกษาสภาพการผลิตยางพาราของเกษตรกรที่เริ่มเปิดกรีดในจังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่เป็นเจ้าของสวนยางมีพื้นที่เปิดกรีดยางของตนเองเฉลี่ยรายละ 15 ไร่ จำนวนต้นที่เปิดกรีดเฉลี่ย 923 ต้น เกษตรกรทั้งหมดมีการปฏิบัติดูแลรักษาสวนยางโดยการใส่ปุ๋ย สำหรับความรู้เรื่องกรีดยางเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 89.2 ได้รับการอบรมก่อนการเปิดกรีด แรงงานที่ใช้กรีดยางและทำยางส่วนใหญ่ร้อยละ 90.2 ใช้แรงงานครอบครัว เฉลี่ย 2 คน การจำหน่ายยางแผ่นครั้งสุดท้ายเกษตรกรส่วนใหญ่ จำหน่ายให้กับสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง และเกษตรกรมีรายได้จากการจำหน่ายยางแผ่นเฉลี่ย 28,054 บาทต่อปีต่อราย เกษตรกรมีปัญหาเกี่ยวกับการกรีดยาง ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องสภาพดินฟ้า อากาศและการผลิตยางแผ่น ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำยางแผ่น ส่วนด้านการจำหน่ายเกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายได้ราคาตั้งแต่ 22-25 บาท ต่อกิโลกรัม ข้อเสนอแนะครั้งนี้ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวบรวมกลุ่มมีกิจการภายในกลุ่ม อาทิ การอบรมทรัพยากร การตั้งร้านค้า การประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่มและสนับสนุนโรงเรียนรวมยางแผ่น โรงงานทำยางแผ่นอุปกรณ์การทำยางแผ่นให้ทั่วถึงทุกกลุ่มรวมทั้งส่งเสริมให้มีตลาดกลางยางพารา และหามาตรการพุงราคาอย่างไม่ให้ตกต่ำ และแทรกแซงตลาดยางพาราและควรมีการศึกษาอบรมเกษตรกรเรื่องการปลูกยางพาราอย่างทั่วถึง จัดเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ดูแลรักษาสวนยาง และส่งเสริมอาชีพเสริมให้กับเกษตรกรสวนยางเพื่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่อง

สถาบันวิจัยยาง (2540) ได้ทำการศึกษาวิจัยข้อมูลด้านเศรษฐศาสตร์ยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าโดยศึกษาจากรายได้การปลูกยางพาราเปรียบเทียบกับรายได้เกษตรกรพื้นบ้านพบว่า พืชไร่ที่สำคัญที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ มันสำปะหลัง ถั่วเขียว ถั่วเหลือง ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ฝ้าย ถั่วลิสง และปอ ปัญหาการปลูกพืชไร่ที่สำคัญคือ ผลผลิตต่อไร่ต่ำลงเรื่อยๆ เพราะมีระบบตลาดที่ไม่เอื้ออำนวยเกษตรกรผู้ขาดอำนาจต่อรองในขณะที่กำลังใช้จ่ายในการเตรียมดินและการปลูกสูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะต้องจ้างเครื่องทุ่นแรงจากนายทุน เมื่อสิ้นสุดฤดูปลูก

จึงปรากฏว่าเกษตรกรได้ผลตอบแทนสุทธิจากการปลูกพืชไร่ต่างๆ เป็นจำนวนเงินเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จะพบว่ามันสำปะหลังมีผลตอบแทนต่อไร่เพียง 105 บาทเท่านั้น ส่วนพืชอื่นๆ ได้แก่ ถั่วเขียวได้ 403 บาทต่อไร่ ถั่วเหลือง 370 บาทต่อไร่ ข้าวโพด 516 บาทต่อไร่ ข้าวฟ่าง 238 บาทต่อไร่ ฝ้าย 356 บาทต่อไร่ ในขณะที่ยางพาราสามารถให้รายได้สูงถึง 1,062 บาทต่อไร่ หรือสูงกว่าประมาณ 2-3 เท่าของพืชไร่ในท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่า อาชีพการทำสวนยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือน่าจะเป็นพืชที่ควรนำไปเผยแพร่ให้เกษตรกรได้นำไปปลูกเป็นอาชีพหลักเลี้ยงชีพต่อไป อย่างไรก็ตามบางคนอาจแย้งว่าพืชไร่แต่ละชนิดที่กล่าวมานั้นเป็นพืชอายุสั้น เกษตรกรที่ขยันทั่วไปสามารถปลูกได้ปีละ 2 พืชติดต่อกันก็ทำให้มีรายได้สูงขึ้น เหตุผลนี้เป็นจริงแต่รายได้รวมทั้ง 2 พืชก็ยังนับว่าอยู่ในระดับต่ำสำหรับประเทศไทยและต่ำกว่ารายได้จากการปลูกยางพารายิ่งกว่านั้นตามความเป็นจริงเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถจะปลูก 2 ชนิดในปีเดียวและมีรายได้ถึงระดับที่แสดงไว้ เพราะจะต้องใช้แรงงานและความมานะพยายามค่อนข้างสูง

สุภาภรณ์ พวงชมพู และคณะ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการน้ำยางสดจากพบว่า ด้านการตลาดนั้นเกษตรกรผู้ปลูกยางส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ขาดอำนาจการต่อรอง เนื่องจากต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางซึ่งมีอยู่หลายระดับ ทำให้ขายยางได้ในราคาต่ำ ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดและราคาที่รวดเร็วและถูกต้อง แม้ว่าประเทศไทยยังคงไม่ใช่นำทางด้านราคา เนื่องจากตลาดกลางยางพาราของไทยยังไม่สามารถพัฒนาให้เป็นตลาดล่วงหน้าได้ ทำให้การซื้อขายยางทั้งในและต่างประเทศต้องอิงราคาในตลาดอื่นๆ เช่น ตลาดสิงคโปร์และตลาดญี่ปุ่น เป็นต้นนอกจากนี้ตลาดส่งออกของไทยยังแคบ เนื่องจากผลผลิตยางที่ส่งออกประมาณร้อยละ 70 ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าหลักเพียง 4 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐฯ และสาธารณรัฐเกาหลีและยังมีการลักลอบส่งออกยางทำให้สามารถเก็บเงิน cess ได้ต่ำกว่าความเป็นจริง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการปรับปรุงตลาดยางไทย ก่อนที่ไทยจะเข้าร่วมระบบประสานตลาดยาง ไทยควรจะต้องจัดตั้งองค์การตลาดยางในลักษณะเช่นเดียวกับสภาการค้าและจดทะเบียนยางของมาเลเซีย แม้ว่าไทยจะมี พ.ร.บ. ยางและองค์การที่รับผิดชอบอยู่แล้ว แต่หลักการที่สำคัญของระบบตลาดประสานอยู่ที่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นที่ประเทศสมาชิกจะต้องมีตลาดยางและกฎหมายที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน องค์การตลาดยางของมาเลเซียและสิงคโปร์รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเกือบจะเหมือนกันทุกประเทศ นอกจากนี้ราคายางที่สูงขึ้นในปัจจุบันได้จูงใจให้ผู้ต้องการปลูกยางเพิ่มขึ้น ซึ่งยากที่จะควบคุมว่าจะต้องปลูกอยู่ในเขตปลูกยางที่กรมวิชาการเกษตรกำหนดเท่านั้น ผู้ที่ปลูกยางอยู่นอกเขตอาจได้ผลผลิตยางต่อไร่ต่ำกว่า และทราบใดที่ราคายางยังสูงอยู่ เกษตรกรกลุ่มนี้ก็จะยังคงอยู่ได้ แต่เมื่อราคายางลดต่ำลงจะ

เกิดปัญหาแก่เกษตรกรกลุ่มนี้ทันที ควรมีการควบคุมการขยายพื้นที่ปลูกยางไม่ให้เกินระดับที่ต้องการ ควรเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตของเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมผลิตยางก้อนถ้วย เพราะราคาดีและผลิตง่าย และควรมีอุตสาหกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ เช่น โรงงานถลุงยาง เป็นต้น

สุภาภรณ์ พวงชมพู และคณะ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาลักษณะการผลิตและการตลาดยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนจากพบว่า ผลผลิตยางก้อนถ้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 7,869.30 กิโลกรัมต่อคนต่อปี และต้นทุนการผลิตยางก้อนถ้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 9,032.40 บาทต่อคนต่อปี เกษตรกรมีการจำหน่ายผลผลิตยางพาราอยู่ 2 วิธี วิธีแรกจำหน่ายโดยการนำไปจำหน่ายด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 23.8 ของครัวเรือนทั้งหมด ส่วนการจำหน่ายในวิธีที่ 2 คือการรวมกลุ่มจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 76.2 การรวมกลุ่มมีทั้งในรูปแบบกลุ่มยางพาราและสหกรณ์กองทุนสวนยาง โดยกลุ่มยางพาราทั้ง 5 กลุ่ม เกิดจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วยซึ่งยึดกฎกติกาที่กลุ่มตั้งขึ้นมาโดยไม่มีผลทางกฎหมาย เช่น กลุ่มน้ำโสมยางพารา กลุ่มยางพาราบ่อทอง เป็นต้น ส่วนสหกรณ์กองทุนสวนยางทั้ง 6 สหกรณ์ เป็นการจัดตั้งโดยเป็นนิติบุคคลทางกฎหมายซึ่งกฎกติกาที่มีผลตามกฎหมายและมีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย ได้แก่ สหกรณ์กองทุนสวนยางบ้านชัยพร-หนองยาว จำกัด สหกรณ์กองทุนสวนยางนาแดง จำกัด เป็นต้น แต่ละกลุ่มยางพาราและสหกรณ์กองทุนสวนยาง มีการจัดการที่แตกต่างกันบ้างในเรื่องของปริมาณเงินค่าสมัครหุ้นและปริมาณเงินที่ปันผลคืนให้กับสมาชิก การให้กู้ยืมเงิน หรือการจัดการในด้านอื่นๆ แต่ในเรื่องวิธีการผลิตและการตลาดจะไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเกษตรกรจะนำผลผลิตยางก้อนถ้วยมาที่ลานประมูลก่อนหรือหลังประมูลยางขึ้นอยู่กับการตกลงระหว่างพ่อค้าและกลุ่มยางพาราและสหกรณ์กองทุนสวนยาง ในการประมูลถ้าพ่อค้าคนใดให้ราคาประมูลสูงที่สุดก็เป็นผู้ได้รับซื้อยางก้อนถ้วยไป จากนั้นพ่อค้าจะนำผลผลิตทั้งหมดที่ได้ไปส่งต่อยังโรงงานยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านปัญหาที่พบมากที่สุดคือในเรื่องของราคายางก้อนถ้วยที่มีความผันผวน ซึ่งเป็นปัญหาที่มีผลกระทบมากที่สุดของเกษตรกร ส่วนปัญหาอื่นๆ มีผลกระทบที่ไม่รุนแรงมากนักเหมือนปัญหาการผลิต ดังนั้นหน่วยงานของรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือด้านของราคายางก้อนถ้วย ส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรทั้งในเรื่องของการผลิต การตลาด และการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายผลผลิตมากขึ้น

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงอธิบาย (Explanatory study) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative method) และเชิงพรรณนา (Descriptive method) โดยได้ดำเนินการศึกษาลักษณะพื้นฐานบางประการทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา การจัดการการตลาด ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของระบบตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งของเกษตรกรเองและของกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้ยังทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจและจุดแข็งจุดอ่อนของระบบตลาดยางพาราเพื่อที่จะช่วยสร้างแนวทางการพัฒนาให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตยางพารา ในส่วนของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรนั้นจะมุ่งเน้นในแนวทางการแก้ไขโดยนำมาจากการศึกษาการดำเนินงาน การจัดการด้านการซื้อแบบวิธีการประมูลของสหกรณ์กองทุนสวนยาง ตลอดจนการวิเคราะห์ปัญหาด้านการตลาดโดยใช้เครื่องมือต่างๆ ซึ่งรายละเอียดวิธีการดำเนินการศึกษา มีดังต่อไปนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. เลือกตำบล อำเภอ และจังหวัดแบบเจาะจง คือ สหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย จำนวน 4 กลุ่ม

2. ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา สุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญตัวอย่างอย่างง่ายได้แก่ สมาชิกของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย จำนวน 160 คน แบ่งเป็น

|                   |       |    |    |
|-------------------|-------|----|----|
| - จังหวัดขอนแก่น  | จำนวน | 88 | คน |
| - จังหวัดอุดรธานี | จำนวน | 52 | คน |
| - จังหวัดหนองคาย  | จำนวน | 20 | คน |

#### 3.2 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

##### 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

คือ ข้อมูลที่มีผู้อื่นรวบรวมไว้ให้แล้ว บางครั้งอาจจะมีการประมวลผลเพื่อเป็นสารสนเทศ ผู้ใช้ข้อมูลไม่จำเป็นต้องไปสำรวจเอง ได้แก่

1) เอกสารรายงานการศึกษาวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ทั้งที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สถิติตัวเลข และเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่มีการรวบรวมไว้เป็นเอกสารตีพิมพ์ใน

ลักษณะต่างๆ และบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ได้แก่ พื้นที่การผลิต พื้นที่เปิดกรีด ปริมาณผลผลิตเฉลี่ย ราคายางพารา ข้อมูลอ้างอิงเกี่ยวกับยางพารา

2) ข้อมูลจากการสอบถามเจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ เจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) ได้แก่ พื้นที่การผลิต พื้นที่เปิดกรีด ข้อมูลสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรผู้ขายยางพารา

3) ข้อมูลจากสหกรณ์กองทุนสวนยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย ได้แก่ ปริมาณผลผลิต ราคาซื้อขายยางพารา ข้อมูลการขายยางพาราประจำปี

## 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

คือ ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมหรือบันทึกจากแหล่งข้อมูลโดยตรง แบ่งออกเป็น

### 1) การศึกษากลุ่มเกษตรกร

เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามคณะกรรมการสหกรณ์กองทุนสวนยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย โดยใช้คำถามที่มีลักษณะให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ (Open-ended question) ได้แก่รูปแบบปัญหา อุปสรรค ตลอดจนทัศนคติด้านการซื้อแบบวิธีการประมูลของกลุ่ม

2) การศึกษาเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราและการประมูลยาง โดยใช้คำถามที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือก (Close-ended question) เช่น สภาพทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา การประมูลของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ความพึงพอใจเกี่ยวกับวิธีการประมูลของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย

## 3.3 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview schedule) สัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Personal interview) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ ประกอบด้วยคำถามที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือก (Close-ended question) และคำถามที่มีลักษณะให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ (Open-ended question)

2) ทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตยางพาราจำนวน 30 ชุด เพื่อปรับแก้ความบกพร่องในด้านความหมายของคำถามในแบบสอบถามให้ชัดเจนมากขึ้น โดยใช้การวิเคราะห์ความเชื่อถือ (Reliability) เบื้องต้น โดยดำเนินการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 ตัวอย่าง แล้วนำผลที่ได้มาทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของคำถามและแบบสอบถามโดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970: 161)

### 3) แบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เกษตรกร แบ่งออกเป็น 2 แบบได้แก่

1) แบบสอบถามสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคายโดยใช้การทำประชาคม (Focus Group) โดยสอบถามคณะกรรมการทั้งเรื่องการจัดการซื้อแบบวิธีการประมูล และความพึงพอใจในการจัดการด้านการตลาด ตลอดจนถึงปัญหา และข้อเสนอแนะต่างๆของทางกลุ่ม

#### 2) แบบสอบถามเกษตรกรผู้ผลิตรายพารา โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 2.1) สภาพทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตรายพารา
- 2.2) การวัดความรู้เกี่ยวกับการประมูลของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา
- 2.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาวิธีการตลาดของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตราย
- 2.4) ความพึงพอใจเกี่ยวกับวิธีการประมูลของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคายของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และปัญหาที่ประสบปัญหาจากการซื้อแบบวิธีการประมูลยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูกใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for Social Science) และใช้ Microsoft Excel เป็นเครื่องมือช่วยวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพื้นฐานด้านเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย ใช้ค่าทางสถิติค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum)

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้านการซื้อแบบวิธีการประมูลของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย และเกษตรกรผู้ผลิตรายพารา แบ่งออกเป็นการใช้ SWOT Analysis เพื่อทราบถึงจุดแข็ง (Strengths: S) จุดอ่อน (Weakness: W) โอกาส (Opportunities: O) และ อุปสรรค (Threats: T) โดยแบ่งออกเป็น

2.1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เพื่อให้ทราบถึงขีดความสามารถของตนเองว่าเป็นอย่างไรมีอะไรบ้าง โดยแบ่งออกเป็น

- จุดแข็ง (Strengths: S) หมายถึง จุดแข็งด้านการซื้อแบบวิธีการประมูลของ สหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดที่ศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง คือ สิ่งที่มีอยู่แต่คู่แข่งไม่มี และนั่นเป็นสิ่งที่ต้องการของผู้ซื้อด้วย

- จุดอ่อน (Weakness: W) หมายถึง จุดอ่อนด้านการซื้อแบบวิธีการประมูลของ สหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดที่ศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยพิจารณาว่าอะไรที่คู่แข่งมีสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดที่ ศึกษาไม่มี และสิ่งที่เราไม่มีนั่นเป็นสิ่งที่ผู้ซื้อต้องการด้วย

2.2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อให้ทราบถึงขีดความสามารถของคู่แข่ง หรือ ข้อด้วย ที่ตัวเองไม่สามารถกำหนด หรือ ควบคุมได้ ว่าเป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง โดยแบ่ง ออกเป็น

- โอกาส (Opportunities: O) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้และเป็นสิ่งที่ทำให้สหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดที่ศึกษาสามารถขายหรือผลิต ยางพาราได้มากขึ้น

- อุปสรรค (Threats: T) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ และเป็นสิ่งที่ทำให้สหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดที่ศึกษา ขายหรือผลิตยางพาราได้ น้อยลง

### 3) วิธีการทำ SWOT EVALUATION MODEL

การทำการประเมินปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกขององค์กร โดยการใช้ SWOT EVALUATION MODEL (พิบูล ธิปะปาล, 2546) เพื่อกำหนดกลยุทธ์หลักขององค์กร ที่ ประกอบด้วยแบบประเมินปัจจัยภายในและแบบประเมินปัจจัยภายนอกเพื่อทราบตำแหน่งกลยุทธ์ที่ เหมาะสมขององค์กร

1) แนะนำชื่อเรื่องที่ทำการศึกษา ความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษา และประโยชน์ที่จะได้รับในการศึกษาค้างนี้

2) อธิบายการวิเคราะห์ SWOT ของสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต ยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย

3) แบ่งกลุ่มวิเคราะห์ SWOT ในด้านการตลาด การบริหารจัดการทรัพยากร ชุมชน และ สิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม

- 1) จุดเด่น (S)
- 2) จุดด้อย (W)
- 3) โอกาส (O)

#### 4) อุปสรรค (T)

4) โดยการวิเคราะห์ของแต่ละกลุ่มจะเขียนลงในกระดาษชาร์ตและส่งตัวแทนมานำเสนอเมื่อนำเสนอเสร็จก็จะให้สมาชิกทุกคนเสนอปัจจัยเพิ่มเติม

5) เมื่อแต่ละกลุ่มนำเสนอปัจจัยและเพิ่มเติมเสร็จแล้ว ทำการแบ่งเป็นสองกลุ่มคือปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดย ปัจจัยภายใน คือ จุดเด่นและจุดด้อย ปัจจัยภายนอก คือ โอกาสและอุปสรรค

6) ทำการประเมินคะแนนปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

การประเมินระดับของจุดแข็ง-จุดอ่อนคือ

ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งหลัก กำหนดคะแนนเท่ากับ 4

ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งรอง กำหนดคะแนนเท่ากับ 3

ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนรอง กำหนดคะแนนเท่ากับ 2

ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนหลัก กำหนดคะแนนเท่ากับ 1

การประเมินระดับของโอกาส-อุปสรรคคือ

ปัจจัยที่เป็นโอกาสหลัก กำหนดคะแนนเท่ากับ 4

ปัจจัยที่เป็นโอกาสรอง กำหนดคะแนนเท่ากับ 3

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรครอง กำหนดคะแนนเท่ากับ 2

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหลัก กำหนดคะแนนเท่ากับ 1

7) ทำการประเมินระดับน้ำหนักของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

ปัจจัยจุดแข็ง – องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งนั้นเพียงใด

ปัจจัยจุดอ่อน – องค์กรถูกเหนี่ยวรั้งจากจุดอ่อนนั้นเพียงใด

ปัจจัยโอกาส – โอกาสนั้นให้ประโยชน์ต่อองค์กรเพียงใด

ปัจจัยอุปสรรค – อุปสรรคนั้นสร้างปัญหาให้องค์กรเพียงใด

โดยที่ระดับน้ำหนักของแต่ละปัจจัยเมื่อรวมกันแล้วต้องเท่ากับ 100

8) หลังจากได้ทำการประเมินคะแนน และระดับน้ำหนักของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกแล้ว นำผลคูณระหว่างคะแนนและระดับน้ำหนักมาแปลผล

ด้านปัจจัยภายใน

คะแนนถ่วงน้ำหนัก มีค่า น้อยกว่า 2 หมายถึง ปัจจัยภายในโดยรวมเป็นจุดอ่อน (W)

คะแนนถ่วงน้ำหนัก มีค่า มากกว่าหรือเท่ากับ 2 หมายถึง ปัจจัยภายในโดยรวมเป็นจุด

แข็ง (S)

### ด้านปัจจัยภายนอก

คะแนนถ่วงน้ำหนัก มีค่าน้อยกว่า 2 หมายถึง ปัจจัยภายนอกโดยรวมเป็นอุปสรรค (T)

คะแนนถ่วงน้ำหนัก มีค่า มากกว่าหรือเท่ากับ 2 หมายถึง ปัจจัยภายนอกโดยรวมเป็นโอกาส (O)

9) โดยค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักจะแบ่งตัวแปรออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 0 – 1 แสดงว่าสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย นั้นมีการตอบสนองในอนาคต่อนมาก

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 1 – 2 แสดงว่าสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย นั้นมีการตอบสนองในอนาคต่อน

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 3 – 4 แสดงว่าสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย นั้นมีการตอบสนองในอนาคตปานกลาง

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 4 - 5 แสดงว่าสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย นั้นมีการตอบสนองในอนาคตมาก

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 5 แสดงว่าสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย นั้นมีการตอบสนองในอนาคตมากที่สุด

4) การวิเคราะห์สภาพปัญหาด้านการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่าแบบ Numerical Rating Scale โดยประยุกต์ตามแบบของ Likert เพราะได้ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับสำหรับวัดตัวแปรทั้งหมด

ค่าคะแนนของระดับปัญหา

ประสบปัญหามากที่สุด = 5

ประสบปัญหามาก = 4

ประสบปัญหามากปานกลาง = 3

ประสบปัญหาน้อย = 2

ประสบปัญหาน้อยที่สุด = 1

ส่วนการแปรความหมาย ระดับปัญหาของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราโดยการนำค่าเฉลี่ยเลขคณิต  $\bar{x}$  และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคำตอบแต่ละด้าน และแต่ละข้อ แล้วแปรผลตามเกณฑ์ของเบสท์และคาห์น (Best & Kahn, 1993) ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ค่าเฉลี่ยกลาง (Mid - point) เป็นเกณฑ์ ซึ่งกำหนดค่าคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ระดับมาก

|             |      |   |      |                         |
|-------------|------|---|------|-------------------------|
| คะแนนเฉลี่ย | 2.51 | - | 3.50 | หมายถึง ระดับปานกลาง    |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.51 | - | 2.50 | หมายถึง ระดับน้อย       |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.00 | - | 1.50 | หมายถึง ระดับน้อยที่สุด |

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยวิธีการประมุล จำนวน 160 ราย ได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

#### 4.1 ข้อมูลพื้นฐาน

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่อายุ 46- 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.9 ของทั้งหมด รองลงมาได้แก่ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.8 และช่วงอายุ 25-36 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ โดยช่วงอายุน้อยที่สุดได้แก่ ช่วงอายุ 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.5 (ตารางที่ 4.1)

**ตารางที่ 4.1** ช่วงอายุของเกษตรกร

| ช่วงอายุ      | จำนวน      | เปอร์เซ็นต์  |
|---------------|------------|--------------|
| อายุ 15-25    | 4          | 2.5          |
| อายุ 25-36    | 30         | 18.8         |
| อายุ 36-45    | 46         | 28.8         |
| อายุ 46-60    | 59         | 36.9         |
| อายุ 61ขึ้นไป | 21         | 13.1         |
| <b>รวม</b>    | <b>160</b> | <b>100.0</b> |

**ที่มา :** จากการสำรวจ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับการอยู่ในระดับ ประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 66.9 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงคิดเป็นร้อยละ 30.0 และปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

**ตารางที่ 4.2** ระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา         | จำนวน      | เปอร์เซ็นต์  |
|-----------------------|------------|--------------|
| ประถมศึกษา            | 107        | 66.9         |
| มัธยมศึกษา(ปวช./ปวส.) | 48         | 30.0         |
| ปริญญาตรี             | 3          | 1.9          |
| สูงกว่าปริญญาตรี      | 1          | 0.6          |
| ไม่ได้เรียน           | 1          | 0.6          |
| <b>รวม</b>            | <b>160</b> | <b>100.0</b> |

**ที่มา :** จากการสำรวจ

เกษตรกรร้อยละ 97.5 ทำอาชีพเกษตรกรเป็นหลักคิดเป็นร้อยละ 97.5 รองลงมาได้แก่ อาชีพรับราชการคิดเป็นร้อยละ 1.3 อาชีพแม่บ้านและนักเรียนนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 0.6 (ตารางที่ 4.3) นอกจากนี้ยังพบว่าเกษตรกรประกอบอาชีพหลักเพียงอย่างเดียวถึงร้อยละ 60 ส่วนเกษตรกรที่มีอาชีพรองได้แก่ อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 29.4 ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ คิดเป็นร้อยละ 7.5 และประกอบอาชีพข้าราชการ(รวมลูกจ้างรัฐ) คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

**ตารางที่ 4.3 อาชีพหลัก**

| อาชีพหลัก         | จำนวน      | เปอร์เซ็นต์  |
|-------------------|------------|--------------|
| เกษตรกร           | 156        | 97.5         |
| รับราชการ         | 2          | 1.3          |
| แม่บ้าน           | 1          | 0.6          |
| นักเรียน/นักศึกษา | 1          | 0.6          |
| <b>รวม</b>        | <b>160</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา : จากการสำรวจ

**ตารางที่ 4.4 อาชีพรอง**

| อาชีพรอง                 | จำนวน      | เปอร์เซ็นต์  |
|--------------------------|------------|--------------|
| ไม่มีอาชีพ               | 96         | 60.0         |
| ค้าขาย                   | 47         | 29.4         |
| รับจ้างอิสระ             | 12         | 7.5          |
| ข้าราชการ(รวมลูกจ้างรัฐ) | 5          | 3.1          |
| <b>รวม</b>               | <b>160</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา : จากการสำรวจ

เกษตรกรส่วนใหญ่เริ่มปลูกยางพาราเมื่อปีพ.ศ. 2540 (ตารางที่ 4.5) เหตุผลการปลูกยางพาราของเกษตรกรผู้ขายยางพาราได้แก่ ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 97 รองลงมาได้แก่มีรายได้มากกว่าการทำเกษตรอื่นคิดเป็นร้อยละ 69 และสาเหตุที่เลือกปลูกยางพาราเพราะว่ามีตลาดจำหน่ายที่แน่นอนคิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีเหตุอื่นที่ทำให้เกษตรกรเลือกปลูกยางพาราแทนพืชชนิดอื่นอีกเช่น ผลผลิตยางเก็บไว้ได้นาน อยากรองทำดูเป็นต้น (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.5 เริ่มปลูกยางครั้งแรกเมื่อปี

| ปี       | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
|----------|-------|-------------|
| พ.ศ.2528 | 1     | 0.6         |
| พ.ศ.2530 | 9     | 5.6         |
| พ.ศ.2531 | 11    | 6.9         |
| พ.ศ.2532 | 13    | 8.1         |
| พ.ศ.2533 | 9     | 5.6         |
| พ.ศ.2534 | 7     | 4.4         |
| พ.ศ.2535 | 12    | 7.5         |
| พ.ศ.2536 | 16    | 10.0        |
| พ.ศ.2537 | 14    | 8.8         |
| พ.ศ.2538 | 10    | 6.3         |
| พ.ศ.2539 | 7     | 4.4         |
| พ.ศ.2540 | 17    | 10.6        |
| พ.ศ.2541 | 13    | 8.1         |
| พ.ศ.2542 | 5     | 3.1         |
| พ.ศ.2543 | 1     | 0.6         |
| พ.ศ.2544 | 5     | 3.1         |
| พ.ศ.2545 | 6     | 3.8         |
| พ.ศ.2546 | 4     | 2.5         |
| รวม      | 160   | 100.0       |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.6 เหตุผลที่ตัดสินใจปลูกยางพารา

| เหตุผล                    | จำนวน* |
|---------------------------|--------|
| ได้รับการส่งเสริมจากสกกย. | 97     |
| มีตลาดจำหน่ายที่แน่นอน    | 20     |
| มีรายได้มากกว่าการทำเกษตร | 69     |
| สามารถเก็บผลผลิตได้นาน    | 18     |
| เป็นพืชเศรษฐกิจพื้นบ้าน   | 3      |
| อยากลองทำ                 | 16     |
| ไม่ต้องพรวนดินบ่อย        | 2      |
| มีรัฐบาลช่วยได้           | 1      |
| สบายกว่าการทำนา           | 1      |
| เคยรับจ้างสวนยางมาก่อน    | 2      |
| มีบรรพบุรุษปลูกไว้ให้     | 2      |

ที่มา : จากการสำรวจ

\*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

นอกจากนี้เกษตรกรมีการปลูกซ่อมยางพาราซึ่งจะปลูกใหม่ในพื้นที่ใหม่ทดแทนเนื่องจากเมื่อยางพาราโตเกิน 3 ปีจะไม่สามารถทำการปลูกซ่อมได้เพราะเนื่องจากต้นยางที่มีอายุเกิน 3 ปี จะบังแดดและแย่งธาตุอาหารจากดินที่ปลูกซ่อมไปหมด จากการศึกษาการปลูกพืชแซมยางพารา พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่นิยมปลูกพืชแซมระหว่างแถวของยางพารา จำนวน 124 ราย จากจำนวนเกษตรกรที่สำรวจทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 77.5 ส่วนเกษตรกรที่ไม่ปลูกพืชแซมมีเพียง 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.5 เนื่องจากการปลูกพืชแซมยางเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เจ้าของสวนในขณะที่ยางยังไม่ให้ผลผลิต เป็นการใช้พื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์ ทำให้เจ้าของสวนได้มีเวลาในการดูแลสวนยางมากและบ่อยครั้งขึ้นด้วย และพืชที่เกษตรกรนิยมปลูกแซมระหว่างแถวของยางพารา ได้แก่ มันสำปะหลัง จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ ข้าวโพด จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ ถั่วลิสง จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.4 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 การปลูกพืชแซม

| ชนิดพืช     | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| ไม่ปลูก     | 36    | 22.5   |
| ปลูก        | 124   | 77.5   |
| มันสำปะหลัง | 78    | 48.8   |
| ข้าวโพด     | 30    | 18.8   |
| ถั่วลิสง    | 7     | 4.4    |
| กล้วย       | 5     | 3.1    |
| แดงโม       | 2     | 1.3    |
| ฟักแฟง      | 1     | 0.6    |
| สับปะรด     | 1     | 0.6    |
| รวม         | 160   | 100    |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรผู้ขายยางพาราพบว่าพันธุ์ยางพาราที่เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกใช้ ได้แก่ พันธุ์ RRIM 600 คิดเป็นร้อยละ 90.6 รองลงมาได้แก่ พันธุ์ BMP 24 คิดเป็นร้อยละ 1.9 และพันธุ์ยางพาราชนิดอื่นเช่น พันธุ์ PB 250 พันธุ์ สถาบันวิจัยยาง 224 พันธุ์ สถาบันวิจัยยาง 225 เป็นต้น (ตารางที่ 4.8) และยังพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่กรีดยางในช่วงเดือนพฤษภาคม-กุมภาพันธ์ โดยคิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมาได้แก่ช่วงเดือนมิถุนายน-ธันวาคมคิดเป็นร้อยละ 13.1 และช่วงเดือนเมษายน-มกราคม คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.8 พันธุ์ยางพารา

| พันธุ์                    | จำนวน      | เปอร์เซ็นต์  |
|---------------------------|------------|--------------|
| พันธุ์ RRIM 600           | 145        | 90.6         |
| พันธุ์ PB 250             | 1          | 0.6          |
| พันธุ์ BMP 24             | 3          | 1.9          |
| พันธุ์ สถาบันวิจัยยาง 251 | 2          | 1.3          |
| พันธุ์ RRIM 900           | 1          | 0.6          |
| พันธุ์ BMP 64             | 1          | 0.6          |
| พันธุ์ สถาบันวิจัยยาง 224 | 1          | 0.6          |
| พันธุ์ สถาบันวิจัยยาง 225 | 1          | 0.6          |
| พันธุ์ อื่นๆ              | 5          | 3.1          |
| <b>รวม</b>                | <b>160</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.9 ช่วงเดือนที่กรีดยางพารา

| ช่วงเดือน          | จำนวน      | เปอร์เซ็นต์  |
|--------------------|------------|--------------|
| เมษายน-มกราคม      | 16         | 10.0         |
| พฤษภาคม-กุมภาพันธ์ | 111        | 69.4         |
| มิถุนายน-ธันวาคม   | 21         | 13.1         |
| มีนาคม-มกราคม      | 4          | 2.5          |
| ตุลาคม-กรกฎาคม     | 8          | 5.0          |
| <b>รวม</b>         | <b>160</b> | <b>100.0</b> |

ที่มา : จากการสำรวจ

นอกจากนี้เกษตรกรมีพื้นที่ทำการปลูกยางพาราเป็นของตัวเองมากที่สุดคือมีพื้นที่ 1-20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 33.8 มีพื้นที่ปลูก 21-40 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 32.5 และมีพื้นที่ปลูกยางพารา 41-60 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ ในส่วนของเกษตรกรที่เช่าพื้นที่ผู้อื่นปลูกยางพารามีการเช่าพื้นที่ 1-20 ไร่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.4 รองลงมาได้แก่ 21-40 ไร่ และ 81-100 ไร่ โดยคิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ ในส่วนของเกษตรกรที่ได้พื้นที่ฟรีมากที่สุดได้แก่ 1-20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.8 และ 21-40 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.6 ในส่วนของเกษตรกรที่ปลูกยางและให้ผู้อื่นเช่าพื้นที่นั้น มีเพียงรายเดียว (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 ประเภทของพื้นที่ปลูกของยางพารา

| พื้นที่        | ที่ดินของตน |             | เช่าที่ดินผู้อื่น |             | ที่ดินทำฟรี |             | ให้ผู้อื่นเช่า |             |
|----------------|-------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|----------------|-------------|
|                | จำนวน       | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน             | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน       | เปอร์เซ็นต์ | จำนวน          | เปอร์เซ็นต์ |
| ไม่มีพื้นที่   | 4           | 2.5         | 151               | 94.4        | 153         | 95.6        | 159            | 99.4        |
| 1-20 ไร่       | 54          | 33.8        | 7                 | 4.4         | 6           | 3.8         | 0              | 0           |
| 21-40 ไร่      | 52          | 32.5        | 1                 | 0.6         | 1           | 0.6         | 1              | 0.6         |
| 41-60 ไร่      | 28          | 17.5        | 0                 | 0           | 0           | 0           | 0              | 0           |
| 61-80 ไร่      | 12          | 7.5         | 0                 | 0           | 0           | 0           | 0              | 0           |
| 81-100 ไร่     | 7           | 4.4         | 1                 | 0.6         | 0           | 0           | 0              | 0           |
| 100 ไร่ ขึ้นไป | 3           | 1.9         | 0                 | 0           | 0           | 0           | 0              | 0           |
| รวม            | 160         | 100         | 160               | 100         | 160         | 100         | 160            | 100         |

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4.2 การวิเคราะห์การจำหน่ายผลผลิตโดยผ่านการประมูล

การจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราพบว่า เกษตรกรทั้งหมดมีการจำหน่ายผลผลิตของตนเองโดยผ่านวิธีการประมูล เพราะการขายผ่านวิธีการประมูลมีความน่าเชื่อถือ และสามารถลดช่องทางการกีดราคาของพ่อค้าคนกลาง ทำให้ผลประโยชน์ตกถึงมือเกษตรกรได้อย่างเต็มที่

##### การวัดระดับความรู้

การวัดระดับความรู้การจำหน่ายยางพาราผ่านวิธีประมูลของเกษตรกรสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ระดับคะแนนที่เกษตรกรตอบถูก 0 – 6 คะแนน หมายถึง เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการประมูลน้อย จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.1 รองลงมาคือ ระดับคะแนนที่เกษตรกรตอบถูก 7 – 12 คะแนน คือ เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการประมูลปานกลาง จำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.3 และระดับคะแนนที่เกษตรกรตอบถูก 13 – 18 คะแนน คือ เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการประมูลมาก จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 (ตารางที่ 4.11)

ตาราง 4.11 การวัดระดับความรู้

| ระดับความรู้ | จำนวน (ครัวเรือน) | ร้อยละ |
|--------------|-------------------|--------|
| น้อย         | 21                | 13.1   |
| ปานกลาง      | 138               | 86.3   |
| มาก          | 1                 | 0.6    |
| รวม          | 160               | 100.0  |

ที่มา : จากการสำรวจ

|                              |                                |         |       |
|------------------------------|--------------------------------|---------|-------|
| หมายเหตุ : ระดับความรู้ น้อย | คือ ระดับคะแนนที่เกษตรกรตอบถูก | 0 – 6   | คะแนน |
| ปานกลาง                      | คือ ระดับคะแนนที่เกษตรกรตอบถูก | 7 – 12  | คะแนน |
| มาก                          | คือ ระดับคะแนนที่เกษตรกรตอบถูก | 13 – 18 | คะแนน |

#### แรงจูงใจของเกษตรกรในการจำหน่ายผลผลิตแบบวิธีประมูล

จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของเกษตรกรในการจำหน่ายผลผลิตแบบวิธีประมูล อันดับแรกเกิดจากแรงจูงใจทางด้านราคา มีจำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.6 เพราะสามารถขายได้ราคาสูงกว่าการจำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านการช่วยลดการเอาเปรียบของพ่อค้าคนกลาง จำนวน 37 ราย คิดเป็น ร้อยละ 23.1 สาเหตุเพราะว่าเป็นช่วยลดการกดราคารายได้ อันดับที่ 3 คือ แรงจูงใจทางด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.9 เพราะเกษตรกรให้เหตุผลว่า ตาชั่งของสหกรณ์ที่ใช้มีความน่าเชื่อถือ อันดับที่ 4 คือแรงจูงใจด้านความสะดวกสบาย จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 เพราะเกษตรกรไม่ต้องหาตลาดเอง และอันดับสุดท้าย คือแรงจูงใจทางด้านความน่าเชื่อถือของวิธีการประมูล จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 เพราะวิธีการประมูลของสหกรณ์นั้นมีความโปร่งใสกับเกษตรกรผู้มาขายผลผลิตทุกรายรวมถึงพ่อค้าที่มาร่วมประมูลด้วย (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 แรงจูงใจของเกษตรกรในการจำหน่ายผลผลิตแบบวิธีประมูล

| แรงจูงใจของเกษตรกรในการจำหน่ายผลผลิตแบบวิธี<br>ประมูล | จำนวน(ครัวเรือน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------------------------|------------------|--------|
| ราคา                                                  | 81               | 50.6   |
| ความน่าเชื่อถือของสหกรณ์                              | 27               | 16.9   |
| ความน่าเชื่อถือของวิธีการประมูล                       | 6                | 3.8    |
| ลดการเอาเปรียบของพ่อค้าคนกลาง                         | 37               | 23.1   |
| สะดวกสบาย                                             | 9                | 5.6    |
| รวม                                                   | 160              | 100    |

ที่มา : จากการสำรวจ

#### ระดับความพึงพอใจของการซื้อขายแบบประมูลทั่วไป

สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่ทำการซื้อขายแบบประมูลทั่วไปโดยภาพรวมพบว่าเกษตรกรมีความพึงพอใจของการซื้อขายอยู่ในระดับมาก เนื่องจากทำให้เกษตรกรมีรายได้มากกว่านำไปขายเองโดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ช่วยลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และเพราะการบริหารงานของคณะกรรมการสหกรณ์มีความโปร่งใส ส่งผลให้การซื้อขายแบบประมูลทั่วไปมีความน่าเชื่อถือ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ แต่เนื่องจากการซื้อขายแบบประมูลทั่วไปยังมีระยะเวลาในการซื้อขายนาน จึงส่งผลให้ความพึงพอใจในเรื่องของระยะเวลาในการซื้อขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ระดับความพึงพอใจของการซื้อขายแบบประมูลทั่วไป

| การซื้อขายแบบประมูลทั่วไป         | ค่าเฉลี่ย | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
|-----------------------------------|-----------|------|------------------|
| ขั้นตอนการประมูล                  | 3.71      | 1.03 | มาก              |
| ระเบียบการปฏิบัติ                 | 3.70      | 1.00 | มาก              |
| ราคาที่ได้รับ                     | 3.73      | 1.10 | มาก              |
| ระยะเวลาในการซื้อขาย              | 3.32      | 1.24 | ปานกลาง          |
| วิธีการชำระเงิน                   | 3.67      | 1.12 | มาก              |
| การลงทะเบียน                      | 3.72      | 1.22 | มาก              |
| ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในการประมูล | 3.69      | 1.07 | มาก              |
| การสนับสนุนจากภาครัฐ              | 3.52      | 1.28 | มาก              |
| มีรายได้มากกว่านำไปขายเอง         | 4.08      | 1.03 | มาก              |
| ลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง     | 3.98      | 1.09 | มาก              |
| การบริหารของคณะกรรมการสหกรณ์      | 3.93      | 1.09 | มาก              |

ที่มา : จากการสำรวจ

#### ระดับความพึงพอใจของการซื้อขายแบบประมูลโทรสาร

จากการสำรวจระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่ทำการซื้อขายแบบประมูลโทรสาร โดยภาพรวมพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจของการซื้อขายอยู่ในระดับมาก เนื่องจากทำให้เกษตรกรมีรายได้มากกว่านำไปขายเอง โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ การบริหารงานของคณะกรรมการสหกรณ์มีความโปร่งใส ส่งผลให้การซื้อขายแบบประมูลโทรสารมีความน่าเชื่อถือ โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และการช่วยลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง เกษตรกรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ แต่เนื่องจากการซื้อขายแบบประมูลโทรสารมีขั้นตอนการซื้อขายที่ซับซ้อนและใช้ระยะเวลานาน จึงส่งผลให้เกษตรกรมีความพึงพอใจเกี่ยวกับขั้นตอนของการประมูลอยู่ในระดับปานกลาง โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ระดับความพึงพอใจของการซื้อขายแบบประมูลโทรสาร

| การซื้อขายแบบประมูลโทรสาร         | ค่าเฉลี่ย | SD    | ระดับความพึงพอใจ |
|-----------------------------------|-----------|-------|------------------|
| ขั้นตอนการประมูล                  | 3.10      | 1.236 | ปานกลาง          |
| ระเบียบการปฏิบัติ                 | 3.43      | 0.874 | ปานกลาง          |
| ราคาที่ได้รับ                     | 3.55      | 1.011 | มาก              |
| ระยะเวลาในการซื้อขาย              | 3.18      | 1.107 | ปานกลาง          |
| วิธีการชำระเงิน                   | 3.30      | 1.159 | ปานกลาง          |
| การลงทะเบียน                      | 3.95      | 0.846 | มาก              |
| ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในการประมูล | 3.80      | 0.939 | มาก              |
| การสนับสนุนจากภาครัฐ              | 3.48      | 1.219 | ปานกลาง          |
| มีรายได้มากกว่านำไปขายเอง         | 4.28      | 0.784 | มาก              |
| ลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง     | 3.95      | 0.986 | มาก              |
| การบริหารของคณะกรรมการ            | 4.18      | 1.130 | มาก              |

ที่มา : จากการสำรวจ

#### ปัญหาเกี่ยวกับการประมูล

จากการศึกษาปัญหาที่เกี่ยวกับวิธีการประมูลของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราโดยภาพรวม พบว่า ปัญหาที่เกษตรกรพบมากที่สุด คือปัญหาที่เกี่ยวกับผู้ซื้อ โดยมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ซื้อมีการจ่ายเงินล่าช้า ส่งผลให้เกษตรกรได้รับเงินช้าไม่ตรงตามกำหนด โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81 ปัญหาที่พบบรองลงมาคือ ปัญหาที่เกี่ยวกับราคาที่ได้รับ โดยมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับน้อยที่สุดเช่นเดียวกัน โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.54 เนื่องจากผู้ซื้อ มีน้อยรายทำให้เกิดการกดราคารายอื่นทั้งยังมีการฮั้วกันระหว่างพ่อค้าที่มารับซื้อ ทำให้เกษตรกรได้รับราคารายต่ำกว่าราคาซื้อขายจริง ปัญหาที่พบบรองมาคือปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการประมูล โดยมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากการประมูลมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ส่งผลให้การซื้อขายแบบประมูลมีความล่าช้าด้วย โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.51 ในส่วนของปัญหาที่เกษตรกรพบน้อยที่สุด คือการทำงานของคณะกรรมการของสหกรณ์ที่คอยทำหน้าที่ตรวจสอบทุกขั้นตอนของการซื้อขาย เพื่อให้มีความโปร่งใสในการประมูล จึงทำให้ปัญหาที่เกี่ยวกับการประมูลของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 ปัญหาเกี่ยวกับการประมูล

| ปัญหาวิธีการประมูล           | ค่าเฉลี่ย | SD   | ระดับปัญหา |
|------------------------------|-----------|------|------------|
| ขั้นตอนการประมูล             | 0.52      | 1.26 | น้อยที่สุด |
| ราคาที่ได้รับ                | 0.54      | 1.24 | น้อยที่สุด |
| ระยะเวลาในการทำการประมูล     | 0.51      | 1.14 | น้อยที่สุด |
| ความสะดวกในการประมูล         | 0.27      | 0.92 | น้อยที่สุด |
| ผู้ซื้อ                      | 0.81      | 1.40 | น้อยที่สุด |
| วิธีการลงทะเบียน             | 0.04      | 0.30 | น้อยที่สุด |
| ข้อมูลวิธีการประมูลจากสหกรณ์ | 0.03      | 0.33 | น้อยที่สุด |
| ความโปร่งใสในการประมูล       | 0.20      | 0.85 | น้อยที่สุด |
| คณะกรรมการของสหกรณ์          | 0.02      | 0.24 | น้อยที่สุด |

ที่มา : จากการสำรวจ

#### ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการประมูล

จากการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับการจำหน่ายผลผลิตโดยผ่านการประมูลพบว่า เกษตรกรมีข้อคิดเห็นในเรื่องการรอนานและการจ่ายเงินล่าช้า จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.5 ส่งผลให้การซื้อขายโดยผ่านการประมูลเป็นไปอย่างล่าช้า รองลงมาคือ ข้อคิดเห็นในเรื่อง อยากให้มีพ่อค้าประมูลมากกว่าเดิม จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.625 เนื่องจากเกษตรกรผู้ขายผลผลิตมีจำนวนมากกว่าผู้รับซื้อหรือพ่อค้าผู้เข้าร่วมการประมูล ทำให้เกิดการกดราคารายง ส่งผลให้เกษตรกรได้รับราคาต่ำกว่าราคาซื้อขายจริง และข้อคิดเห็นในเรื่อง อยากให้รัฐบาลหาตลาดรองรับ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 เพื่อให้เกษตรกรมีทางเลือกในการจำหน่ายยางพาราเพิ่มมากขึ้น (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการประมูล

| ลำดับ | ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการประมูล              | จำนวน | ร้อยละ |
|-------|-------------------------------------------|-------|--------|
| 1     | ไม่มีข้อคิดเห็น                           | 91    | 56.87  |
| 2     | มีความคิดเห็น                             | 69    | 43.13  |
|       | - การรอนานและการจ่ายเงินล่าช้า            | 28    | 17.5   |
|       | - อยากให้แบ่งเวลาเป็น 2 ช่วง เช้า บ่าย    | 3     | 1.87   |
|       | - อยากให้สหกรณ์ดูแลเรื่องคนงานขนยางขึ้นรถ | 4     | 2.5    |
|       | - อยากมีทุนสำรองไว้รับซื้อตัวเอง          | 1     | 0.62   |
|       | - มีรายได้ตามที่ตั้งเป้าไว้               | 1     | 0.62   |
|       | - อยากให้รัฐบาลหาตลาดรองรับ               | 10    | 6.25   |
|       | - อยากให้กลุ่มเคร่งครัดมากกว่านี้         | 5     | 3.13   |
|       | - อยากให้มีพ่อค้าประมูลมากกว่าเดิม        | 17    | 10.63  |
| รวม   |                                           | 160   | 100    |

ที่มา : จากการสำรวจ

## บทที่ 5

### การวิเคราะห์ทางการตลาด

#### 5.1 การวิเคราะห์ทางการตลาด

##### 5.1.1 วิธีการขาย

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่าสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย มีการจำหน่ายผลผลิตยางพารา 3 วิธีได้แก่ ได้แก่

1) ตลาดประมูลทั่วไป ซึ่งเป็นการจัดตลาดประมูลยางแบบดั้งเดิม โดยนำผลผลิตยางที่มีส่วนใหญ่มจะเป็นยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วย มารวบรวมในตลาดเพื่อคัดแยกชั้นและชั่งน้ำหนัก ซึ่งส่วนใหญ่มจะอยู่ในจังหวัดหนองคาย นอกจากนี้ยังเป็นการตกลงราคาซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยมีเจ้าหน้าที่จากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางในระดับท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการประมูลแต่ละครั้ง โดยมีวิธีการแยกได้เป็น 2 วิธีคือ เกษตรกรนำยางมารวบรวมกันก่อนเปิดช่องประมูลยางพารา และวิธีที่สองคือนำผลผลิตยางพารามารวมกันหลังจากที่เปิดช่องประมูลยางพาราไปแล้ว

##### 1.1) เกษตรกรนำยางมารวบรวมกันก่อนเปิดช่องประมูลยางพารา

ในวันแรกก่อนการประมูลราคา เกษตรกรจะนำผลผลิตยางพาราของตนเองที่เก็บได้ทั้งหมดมารวมกันไว้ที่ลานก่อนเวลา 17.00 นาฬิกา เพื่อให้ผู้ที่จะมาประมูลได้เห็นปริมาณยางพาราที่ตนเองจะประมูล โดยผู้ที่เข้ามาประมูลมีทั้งพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้ารวบรวม พ่อค้าตัวแทนจากโรงงานทั้งที่อยู่ในจังหวัด พื้นที่ใกล้เคียงและมาจากทางภาคใต้ ภาคตะวันออก เข้ามายื่นซองเพื่อทำการประมูลในวันเดียวกัน ซึ่งในการที่จะเข้ามายื่นซองประมูลยางพาราได้นั้น ประธานกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางเป็นผู้นัดไว้ล่วงหน้า หรือบางที่ ประธานกลุ่มหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางก็จะเป็นผู้โทรศัพท์ไปนัดกับผู้ที่มาประมูลยางพารา โดยส่วนใหญ่แล้วจะปิดการรับซองประมูลไม่เกิน 12.00 นาฬิกา หลังจากนั้นเมื่อผู้ประมูลยื่นซองภายในเวลาที่กำหนดไว้แล้ว ประธานก็จะทำการเปิดซองประมูลของแต่ละคนที่ยื่นซองประมูลเข้ามา คณะกรรมการจึงทำการประกาศราคาประมูลที่อยู่ในซอง ซึ่งผู้ประมูลได้กำหนดไว้แล้ว แล้วทำการบันทึกไว้ในกระดาน เมื่อเปิดซองประมูลจนครบแล้วก็จะทำการเปรียบเทียบราคาและพ่อค้าที่ให้ราคาสูงที่สุดก็จะเป็นผู้ได้สิทธิ์ในการซื้อยางพาราทั้งหมดของกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางนั้นๆ ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ กรณียางก้อนถ้วย ผู้ที่ให้ราคาสูงสุดสามารถรับยางก้อนถ้วยทั้งหมดของกลุ่มกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางนั้นไปได้ กรณีที่เป็นยางแผ่นดิบนั้นจะทำการเปิดประมูลเป็นชั้นๆไป ผู้ประมูลที่ให้ราคาสูงสุดก็จะได้รับยางในชั้นนั้นๆไป โดยจะมีคณะกรรมการดูแลไม่ให้มีการขโมยยางพาราหรือเคลื่อนย้ายยางพารา ในวันที่ 2 ซึ่งจะเป็นขั้นตอนการชั่งน้ำหนักแล้วขนขึ้นรถ โดยเริ่มแรกในตอนเช้าเวลา 08.00 นาฬิกา เกษตรกรก็จะมารวมตัวกันที่ลานขายยางพาราของกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง

อีกทั้งยังพาราได้ขึ้นมาไว้ที่ลานเรียบร้อยแล้ว จึงสามารถบอกตำแหน่งและให้แรงงานที่มากับพ่อค้าเป็นคนขนไปชั่งน้ำหนักที่เครื่องชั่ง โดยคณะกรรมการจะเป็นผู้ชั่งและจดบันทึกน้ำหนักที่ได้ลงในสมุดบันทึกของกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง เมื่อชั่งเสร็จ แรงงานที่มากับพ่อค้าก็จะขนขึ้นรถบรรทุกไป ส่วนเกษตรกรก็นำสมุดบันทึกของตนเองไปบันทึกอีกครั้งกับกรรมการ แล้วรอเรียกชื่อเพื่อตรวจสอบปริมาณที่เกษตรกรแต่ละรายได้ เมื่อเสร็จแล้วพ่อค้าดูราคาและปริมาณที่ได้แล้วจึงจ่ายเงินทั้งหมดให้กับกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์ แล้วทำการแจกเงินให้กับสมาชิกตามลำดับ หรือบางที่ซึ่งเสร็จแล้วก็รอรับเงินได้เลย

#### 1.2) เกษตรกรนำยางมารวบรวมกันหลังเปิดช่องประมูลยางพารา

วิธีนี้เป็นวิธีที่แตกต่างจากวิธีแรกคือพ่อค้าที่มาประมูลทราบปริมาณยางพาราที่ตนเองจะประมูลแบบสรุปยอดโดยการประมาณโดยให้สมาชิกลงชื่อและปริมาณเพื่อรวบรวมจำนวน ในวันแรกนั้นจะเป็นการขึ้นของประมูลที่กลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์เพียงอย่างเดียว โดยประธานจะเป็นคนนัดหมายให้ขึ้นของประมูลยางพาราโดยทั่วไปไม่เกิน 12.00 นาฬิกาของวันที่ขึ้นของประมูล เมื่อได้เวลาทางคณะกรรมการก็จะทำการเปิดช่องประมูล พร้อมทั้งเขียนบันทึกราคาที่อยู่ในช่องประมูลลงในกระดานให้คณะกรรมการและเกษตรกรที่มาเข้าร่วมเป็นสักขีพยานในการประมูลครั้งนี้ได้เห็นราคาประมูลยางพาราของพ่อค้าแต่ละคน เมื่อเปิดช่องประมูลจนครบแล้ว คณะกรรมการก็จะมาเลือกลำดับที่ให้ราคาสูงที่สุด ซึ่งขั้นตอนนี้การเปิดช่องประมูลนี้จะไม่ต่างจากวิธีแรก ต่อมาเมื่อเปิดช่องประมูลเสร็จแล้ว ประธานกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางก็จะประกาศให้เกษตรกรได้รู้ราคาของพ่อค้าประมูลได้ในวันนี้ และให้เกษตรกรที่ลงชื่อและปริมาณสามารถนำยางพาราของตนเองมารวบรวมไว้ที่ลานประมูลหลังจากที่รู้ราคาประมูลแล้ว บางที่กำหนดให้สามารถนำผลผลิตยางพารามารวบรวมได้ไม่เกิน 24.00 นาฬิกาของวันที่พ่อค้ามาประมูล หรือบางที่ก็สามารถนำผลผลิตยางพารามารวบรวมหลังจากที่รับรู้ราคาประมูลไปจนถึง 08.00 นาฬิกาของวันถัดมา ซึ่งบางกลุ่มหรือสหกรณ์จะมีบัตรคิวให้เกษตรกรไว้โดยคนที่ขนยางมาถึงก่อนก็มารับบัตรคิวก็กรรมการไปเสียบไว้ที่ตู้กระสอบที่บรรจุผลผลิตยางพาราของตนเองตามลำดับก่อนหลัง หรือบางที่ไม่มีบัตรคิว แต่จะจัดลำดับโดยผู้ที่ขนยางพารามาเรียงในตำแหน่งลำดับก่อนหลังในเขตที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ ในวันที่สองนี้จะขึ้นชั่งน้ำหนักแล้วทำการขนยางพาราขึ้นรถ โดยจะเริ่มในเวลา 08.00 นาฬิกาเป็นต้นไป โดยเกษตรกรจะมารวมตัวกันที่ลานประมูลเพื่อรอคูนน้ำหนักของผลผลิตยางพาราที่ตนเองนำมาขายตามลำดับบัตรคิวที่ได้รับไปแล้ว โดยกรรมการจะเรียกชื่อตามบัตรคิวแล้วแรงงานจะขนยางพาราตามบัตรคิวเพื่อนำมาชั่งน้ำหนัก เมื่อชั่งเสร็จแล้วคณะกรรมการก็ทำการจดบันทึกข้อมูลลงในทั้งสมุดของกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง และสมุดประจำตัวของเกษตรกร จากนั้นแรงงานก็จะทำการขนยางพาราขึ้นรถบรรทุกไป ส่วนเกษตรกรรอรับเงินได้หลังจากชั่งเสร็จของตนเองไปแล้ว หรือบางที่ต้องรอ

ซึ่งให้เสร็จหมดทุกคน คณะกรรมการรับเงินกับพ่อค้าแล้วจึงทำการแบ่งกันตามสัดส่วนที่ได้อีกครั้ง และในส่วนของการหักเงินจากพ่อค้าเข้ากลุ่มหรือสหกรณ์นั้น ก็จะทำการหักจากน้ำหนักที่ได้แล้วทำการปันผลตามสัดส่วนของแต่ละกลุ่มหรือสหกรณ์ได้กำหนดไว้ ส่วนคนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มหรือสหกรณ์ก็สามารถนำผลผลิตยางพารามาร่วมขายได้แต่จะไม่ได้รับเงินปันผลจากการขายยางพารา

2) ตลาดประมูลแบบโทรสาร เป็นตลาดที่ได้จากการพัฒนาระบบการประมูลทั่วไป โดยให้มีความทันสมัยขึ้น ง่ายต่อการเข้าถึง โดยตลาดประเภทนี้จะมีการคัดเกรด คุณภาพยาง ซึ่งจะสามารถควบคุมคุณภาพได้ โดยเจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจะทำหน้าที่ดังกล่าว เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของผลผลิตยางพาราโดยมีวิธีการประมูลแบบโทรสารดังต่อไปนี้ ให้สมาชิกแจ้งยอดน้ำหนักยาง แล้วส่งมายังสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายต่อจากนั้นสหกรณ์จะทำการแจ้งยอดผลผลิตยางพาราให้แก่บริษัทที่จะมาร่วมการประมูล และเปิดประมูลในวันถัดมา ในเวลา 10.00 – 12.00 น. เปิดการประมูลแบบโทรสารโดยจะเปิดรับโทรศัพท์หรือโทรสาร แล้วเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์จะทำการเขียนจำนวนที่ประมูล หย่อนลงในกล่อง และจะปิดรับซองประมูลเวลา 12.00 น. ซึ่งในเวลา 12.01 น. เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์จะทำการเปิดกล่องรับประมูล โดยผู้ที่ให้ราคาสูงที่สุดจะเป็นผู้มีสิทธิรับซื้อยางทั้งหมดของสหกรณ์ ซึ่งทางสหกรณ์จะส่งมอบยางพาราทั้งหมดในวันประมูลหรือวันถัดไปของวันประมูลยาง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วพ่อค้าที่จะทำการจ่ายเงินแบบผ่านธนาคารแล้วให้เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ไปเบิกเป็นเงินสดเพื่อมาจ่ายให้แก่สมาชิกในกลุ่ม

โดยปัจจุบันพบว่าสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตรายในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคายตลาดประมูลแบบผสม คือการนำวิธีประมูลทั้ง 2 วิธีมาประสมกัน ได้แก่ ตลาดประมูลทั่วไป และ ตลาดประมูลแบบโทรสาร โดยผู้ประมูลสามารถใช้ทั้งวิธีการยื่นซองและโทรสารได้ซึ่งจะสามารถช่วยให้ลดระยะเวลาในเดินทางและค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้ประมูลได้

3) ตลาดตกลงราคา โดยส่วนใหญ่ผู้ขายอาจจะรวมกลุ่ม ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ซึ่งเป็นการซื้อขายน้ำยางสดเป็นส่วนใหญ่และในปัจจุบันยังมีการซื้อขายน้ำยางสด โดยอิงราคาซื้อขายจากตลาดประมูลยางในบริเวณใกล้เคียงกันมากกว่าที่จะอิงราคาตามตลาดกลาง และมีการหักส่วนต่างออกเพื่อเป็นค่าขนส่งและกำไรของพ่อค้า เช่น ราคาจำหน่ายอยู่ที่ 100.50 บาท เกษตรกรอาจจะขายได้ที่ 97.50 – 98.00 บาท โดยมีวิธีการขายน้ำยางสดมีอยู่ 2 วิธีหลักๆ ดังต่อไปนี้

#### 1. การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยวัดจากเมโทรแลค

วิธีนี้ต้องใช้เครื่องมือที่เรียกว่าเมโทรแลค และกระบอกตวงโดยนำน้ำยางสด 1 ส่วนผสมน้ำ 2 ส่วน เทลงในกระบอกตวงจนน้ำยางล้นกระบอกแล้วเป่าฟองบนผิวเหนือกระบอกตวงออก ค่อยๆ จุ่มก้านเม

โทรแลกลงไปจนหยุดนิ่งแล้วอ่านค่าบนก้านเมโทรแลค กดเมโทรแลกลงไปอีกครึ่งหนึ่งจนลอยตัวขึ้นมา และหยุดนิ่ง อ่านค่าซ้ำอีกครั้ง แล้วจึงใช้ค่าเฉลี่ยที่อ่านได้ทั้งสองครั้งคูณด้วย 3 ผลคูณที่ได้คือปริมาณเนื้อยางแห้ง มีหน่วยเป็นกรัมต่อลิตร ตัวอย่างเช่น ได้ค่าเฉลี่ย 100 คูณด้วย 3 ได้ผลลัพธ์ 300 แสดงว่าในน้ำยาง 1 ลิตร มีปริมาณเนื้อยางแห้ง 300 กรัม จึงนำปริมาณเนื้อยางแห้งไปคูณจำนวนน้ำยางสดที่นำมาขาย เช่น 80 ลิตร ผลลัพธ์ได้ 24,000 กรัม หรือ 24 กิโลกรัม นั่นคือน้ำยางสด 80 ลิตร มีปริมาณเนื้อยางแห้ง 24 กิโลกรัม นำปริมาณเนื้อยางแห้งคูณด้วยราคาน้ำยางสดจะได้เป็นจำนวนเงิน การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยวัดจากเมโทรแลค เป็นวิธีที่นิยมใช้ตามจตุรมน้ำยาง ซึ่งสามารถจ่ายเงินให้กับผู้กรีดยหรือผู้ขายในทันที เป็นวิธีที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย แต่มีความคลาดเคลื่อนค่อนข้างสูง

## 2. การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการชั่ง

โดยตักน้ำยางสดใส่ถ้วยอลูมิเนียม ชั่งด้วยเครื่องชั่งละเอียดให้ได้น้ำหนัก 10 กรัม จับตัวด้วยกรดอะซิติกเข้มข้น 2% เมื่อยางจับตัวดีนำไปรีดให้มีความหนาไม่เกิน 2 มิลลิเมตร ล้างด้วยน้ำให้สะอาด 2-3 ครั้ง นำแผ่นยางอบให้แห้งในตู้อบอุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียสประมาณ 16 ชั่วโมง ปล่อยให้เย็นในโถแก้วสุญญากาศ ที่มีสารดูดความชื้นประมาณ 15 นาฬิกา นำตัวอย่างยางที่แห้งแล้วชั่งด้วยเครื่องชั่งชนิดละเอียด ได้เท่าไรคูณด้วย 2 ผลลัพธ์ที่ได้คือ เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง ตัวอย่างเช่น ได้ 15 กรัม คูณด้วย 2 ผลลัพธ์ได้ 30 เปอร์เซ็นต์ นำเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง คูณจำนวนน้ำยางสดที่นำมาขาย เช่น 60 กิโลกรัม หาค่าด้วย 100 ผลลัพธ์ได้ 18 กิโลกรัม แสดงว่าน้ำยางสด 60 กิโลกรัมมีปริมาณเนื้อยางแห้ง 18 กิโลกรัม โดยคำนวณจากปริมาณเนื้อยางแห้ง หาได้จาก น้ำหนักยางแห้งทั้งหมดที่นำมาขายได้ =  $\frac{\text{น้ำหนักแห้งจากตัวอย่าง} \times \text{น้ำหนักน้ำยางสดที่ชั่งได้}}{10}$  การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการชั่ง ให้ค่าที่แม่นยำแต่ใช้เวลานานกว่าจะทราบผล อย่างไรก็ตามวิธีชั่งน้ำหนักน้ำยางสดนำมาขายมักเกิดความไม่มั่นใจว่าการหาปริมาณเนื้อยางแห้งของผู้รับซื้อจะถูกต้องเป็นกรรมหรือไม่ ขณะเดียวกันชาวสวนยางที่นำน้ำยางสดไปขาย ก็ไม่ควรเติมสิ่งเจือปนอื่นนอกเหนือจากที่โรงงานกำหนดลงไป ในน้ำยางสดเพื่อหวังผลประโยชน์อื่นซึ่งจะทำให้เกิดผลเสียต่อน้ำยางและโรงงานผู้ซื้อ และท้ายที่สุดผลร้ายจะกลับมาอยู่ที่ชาวสวนยาง ดังนั้นการดำเนินธุรกิจซื้อ-ขายน้ำยางสดให้เป็นไปด้วยดี จึงอยู่ที่ความซื่อสัตย์และความจริง

### 5.1.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค โดยแบ่งตามวิธีการประมูล

จากการศึกษาพบว่า การประมูลแต่ละแบบมีปัจจัยภายในที่แตกต่างกัน ในส่วนปัจจัยนอกนั้นพบว่ามีความคล้ายคลึงกัน และในการตลาดแบบข้อตกลงนั้นส่วนใหญ่แล้วเป็นการซื้อขายเป็นรายบุคคล โดยอาศัยความพึงพอใจของเกษตรกรเองจึงไม่สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคได้ ซึ่งการประมูล

แบบทั่วไปและการประมูลแบบโทรสารสามารถวิเคราะห์ออกมาเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนของการประมูลได้ดังต่อไปนี้

### 1) ตลาดประมูลแบบทั่วไป

จากการศึกษาปัจจัยภายในของตลาดประมูลแบบทั่วไป พบว่ามีจุดแข็งของการประมูลแบบทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีขั้นตอนที่แน่นอนโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.711 มีความโปร่งใสสามารถให้บุคคลภายนอกเข้ามาตรวจสอบการทำงานได้โดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 1.126 และไม่มีฮั้วการประมูลเนื่องจากโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.563 ซึ่งตลาดประมูลแบบทั่วไปจะเป็นการให้ผู้ยื่นซองประมูลเขียนราคาด้วยตนเอง ปิดผนึกและใส่ลงในกล่องแล้วจึงเปิดให้ทราบราคาพร้อมกันทำให้มีความเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และจากการวิเคราะห์พบว่ามีจุดอ่อนของการประมูลแบบทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ต้องเสียเวลาโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.119 และค่าใช้จ่ายเพื่อที่จะฟังการเปิดซองทำให้ซึ่งพ่อค้าบางคนไม่สามารถมาหรือจ่ายค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้โดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.444 ซึ่งจากการศึกษาพบว่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของปัจจัยภายในของการประมูลแบบทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่ากับ 2.963 ถือว่าเป็นจุดแข็ง

ในด้านการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของตลาดประมูลแบบทั่วไปพบว่าโอกาสของกลุ่มหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางนั้นส่วนใหญ่แล้วกลุ่มหรือสหกรณ์จะได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการสวนยางและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.327 ซึ่งทำให้มีเงินทุนในการสร้างอาคารโรงเรียนเก็บยางหรือพื้นที่ทำการซื้อขายยางทำให้มีความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบโอกาสว่าการประมูลเพิ่มความน่าเชื่อถือมากของพ่อค้าและกล้าที่จะมาประมูลและแข่งขันราคากันทำให้ราคาสูงขึ้นโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.198 และยังเป็นการเปิดรับเกษตรกรรายใหม่ๆที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเนื่องจากราคาที่สูงกว่าพ่อค้าที่ไปรับซื้อตามสวนเองโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.491 นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีอุปสรรคได้แก่ภัยธรรมชาติโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.208 และยังมีอุปสรรคจากพ่อค้าที่มารับซื้อเองโดยพบว่าพ่อค้านำเงินมาจ่ายค่ายางพาราไม่ครบมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.126 และพ่อค้าเข้ารับยางช้ากว่ากำหนดโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.126 เป็นสามอันดับแรกซึ่งจากการศึกษาพบว่าคะแนนถ่วงน้ำหนักปัจจัยภายนอกของการประมูลแบบทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่ากับ 1.849 ถือว่าเป็นจุดอ่อน และพบว่าควรแก้ไขหรือหาทางรองรับปัญหาภายนอกก่อน (ตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ของวิธีการประมูลแบบทั่วไป

| รายการ                                                             | น้ำหนัก      | คะแนน<br>ประเมิน | คะแนนถ่วง<br>น้ำหนัก |
|--------------------------------------------------------------------|--------------|------------------|----------------------|
| <b>จุดแข็ง</b>                                                     |              |                  |                      |
| มีขั้นตอนและวิธีการประมูลที่แน่นอน                                 | 0.237        | 3                | 0.711                |
| มีความโปร่งใส บุคคลภายนอกสามารถเข้ามาฟังการประกาศราคา<br>ประมูลได้ | 0.281        | 4                | 1.126                |
| ไม่มีการฮั้วประมูล                                                 | 0.141        | 4                | 0.563                |
| <b>จุดอ่อน</b>                                                     |              |                  |                      |
| ต้องเสียเวลามายื่นซองและรอฟังผล                                    | 0.119        | 1                | 0.119                |
| มีค่าใช้จ่ายในการมาทำการประมูลมากกว่าแบบโทรสาร                     | 0.222        | 2                | 0.444                |
| <b>รวม</b>                                                         | <b>1.000</b> |                  | <b>2.963</b>         |
| <b>โอกาส</b>                                                       |              |                  |                      |
| ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ                                      | 0.082        | 4                | 0.327                |
| การแข่งขันจากพ่อค้าเพิ่มมากขึ้น ทำให้ราคาสูงขึ้น                   | 0.066        | 3                | 0.198                |
| มีรายได้เพิ่มจากคนที่นำยางมาขาย(ที่ไม่ใช่สมาชิก)                   | 0.123        | 4                | 0.491                |
| <b>อุปสรรค</b>                                                     |              |                  |                      |
| มีการจัดตั้งกลุ่มเพิ่มขึ้นทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการที่จะขาย      | 0.063        | 1                | 0.063                |
| สมาชิกไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขของกลุ่มที่กำหนด                        | 0.079        | 1                | 0.079                |
| พ่อค้านำเงินมาซื้ออย่างไม่ครบ                                      | 0.126        | 1                | 0.126                |
| พ่อค้าเข้ารับยางช้ากว่าเวลาที่กำหนด                                | 0.126        | 1                | 0.126                |
| ภัยธรรมชาติ                                                        | 0.104        | 2                | 0.208                |
| พ่อค้าฮั้วกันเอง                                                   | 0.119        | 1                | 0.119                |
| ราคาประมูลน้อยกว่าราคาตลาดกลางมาก                                  | 0.113        | 1                | 0.113                |
| <b>รวม</b>                                                         | <b>1.000</b> |                  | <b>1.849</b>         |

ที่มา : จากการศึกษา

## 2) ตลาดประมูลแบบโทรสาร

จากการศึกษาปัจจัยภายในของตลาดประมูลแบบโทรสาร พบว่ามีจุดแข็งของการประมูลแบบโทรสาร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีขั้นตอนที่แน่นอนโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.405 มีความโปร่งใสสามารถให้บุคคลภายนอกเข้ามาตรวจสอบการทำงานได้โดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.474 ไม่มีฮั้วการประมูลโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.455 สะดวกไม่ต้องใช้พื้นที่ในการประมูลมาก สามารถรับประมูลจากพ่อค้าต่างถิ่นได้มากขึ้นโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.256 สะดวกและรวดเร็วกว่าการประมูลแบบทั่วไปโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.284 และพบว่ามีจุดอ่อนของการประมูลแบบโทรสารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ การโทรศัพท์เพื่อส่งราคาทำให้เกิดการผิดพลาดของราคาได้โดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.095 ต้องมีสถานที่แบบปิดเพื่อป้องกันการรั่วไหลของราคาโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.071 ต้องมีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.147 ไม่มีการทำสัญญาทำให้พ่อค้าบางคนเมื่อคุณผลผลิตแล้วไม่ซื้อหรือลดราคาได้โดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.111 ซึ่งจากการศึกษาพบว่าคะแนนถ่วงน้ำหนักปัจจัยภายในของการประมูลแบบโทรสารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เท่ากับ 2.758 ถือว่าเป็นจุดแข็ง

ในด้านการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของตลาดประมูลแบบโทรสารพบว่าโอกาสของกลุ่มหรือสหกรณ์ กองทุนสวนยางนั้นส่วนใหญ่แล้วคล้ายกับการประมูลแบบทั่วไปคือ กลุ่มหรือสหกรณ์จะได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานสงเคราะห์การทำสวนยางและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.133 ทำให้มีเงินทุนในการสร้างอาคาร โรงเรือนเก็บยางหรือพื้นที่ทำการซื้อขายยางทำให้มีความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบโอกาสว่าการประมูลเพิ่มความน่าเชื่อถือมากของพ่อค้าและกล้าที่จะมาประมูลและแข่งขันราคากันทำให้ราคาสูงขึ้นโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.232 และยังเป็นการเปิดรับเกษตรกรรายใหม่ๆที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเนื่องจากราคาที่สูงกว่าพ่อค้าที่ไปรับซื้อตามสวนเองโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.302 นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีอุปสรรคได้แก่ภัยธรรมชาติโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.255 และยังมีอุปสรรคจากพ่อค้าที่มารับซื้อเองโดยพบว่าพ่อค้านำเงินมาจ่ายค่ายางพาราไม่ครบมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.155 และพ่อค้าเข้ารับยางช้ากว่ากำหนดโดยมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.155 เป็นสามอันดับแรกซึ่งจากการศึกษาพบว่าคะแนนถ่วงน้ำหนักปัจจัยภายนอกของการประมูลแบบทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่ากับ 1.667 จะพบว่าวิธีการประมูลแบบโทรสารถือว่าเป็นจุดอ่อนของวิธีประมูลแบบโทรสารและพบว่าควรแก้ไขหรือหาทางรองรับปัญหภายนอกก่อน (ตารางที่ 5.2)

ตารางที่ 5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ของวิธีการประเมินแบบโทรสาร

|                                                               | น้ำหนัก      | คะแนน<br>ประเมิน | คะแนนถ่วง<br>น้ำหนัก |
|---------------------------------------------------------------|--------------|------------------|----------------------|
| <b>จุดแข็ง</b>                                                |              |                  |                      |
| ไม่มีการฮั้วประมูล                                            | 0.114        | 4                | 0.455                |
| มีขั้นตอนและวิธีการประมูลที่แน่นอน                            | 0.135        | 3                | 0.405                |
| มีความโปร่งใส บุคคลภายนอกสามารถเข้ามาฟังการประมูลได้          | 0.118        | 4                | 0.474                |
| สะดวก สามารถประมูลได้หลายที่                                  | 0.114        | 3                | 0.341                |
| สามารถรับประมูลพ่วงค่าทุกราย                                  | 0.085        | 3                | 0.256                |
| มีความสะดวกและรวดเร็ว                                         | 0.071        | 4                | 0.284                |
| <b>จุดอ่อน</b>                                                |              |                  |                      |
| การโทรศัพท์ทำให้เกิดความผิดพลาดได้                            | 0.047        | 2                | 0.095                |
| สถานที่รับโทรสารต้องเป็นมีสถานที่แบบปิด                       | 0.071        | 1                | 0.071                |
| ต้องมีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี                       | 0.073        | 2                | 0.147                |
| มีการประมูลเฉพาะบางชนิด                                       | 0.059        | 2                | 0.118                |
| ไม่มีการทำสัญญาประมูลซื้อขาย                                  | 0.111        | 1                | 0.111                |
| <b>รวม</b>                                                    | <b>1.000</b> |                  | <b>2.758</b>         |
| <b>โอกาส</b>                                                  |              |                  |                      |
| ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ                                 | 0.044        | 3                | 0.133                |
| การแข่งขันจากพ่วงค่าเพิ่มมากขึ้น ทำให้ราคาสูงขึ้น             | 0.058        | 4                | 0.232                |
| มีรายได้เพิ่มจากคนที่นำขมาขาย(ที่ไม่ใช่สมาชิก)                | 0.075        | 4                | 0.302                |
| <b>อุปสรรค</b>                                                |              |                  |                      |
| มีการจัดตั้งกลุ่มเพิ่มขึ้นทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการที่จะขาย | 0.048        | 1                | 0.048                |
| สมาชิกไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขของกลุ่มที่กำหนด                   | 0.050        | 2                | 0.101                |
| พ่วงค่านำเงินมาซื้ออย่างไม่ครบ                                | 0.155        | 1                | 0.155                |
| พ่วงค่าเข้ารับขมาช้ากว่าเวลาที่กำหนด                          | 0.155        | 1                | 0.155                |
| ภัยธรรมชาติ                                                   | 0.128        | 2                | 0.255                |
| พ่วงค่าฮั้วกันเอง                                             | 0.147        | 1                | 0.147                |
| ราคาประมูลต่ำกว่าราคาตลาดกลางมาก                              | 0.139        | 1                | 0.139                |
| <b>รวม</b>                                                    | <b>1.000</b> |                  | <b>1.667</b>         |

ที่มา : จากการศึกษา

## 5.2 ปัญหาของการตลาดยางพาราในระดับประเทศ

แม้ในปี 2553 ประเทศไทยนับเป็นประเทศที่ยังคงครองความเป็นหนึ่งในการผลิตยางพาราได้มากที่สุดในโลกถึงปีละ 3.3 ล้านตัน และเป็นผู้ส่งออกยางพาราไปยังตลาดโลกรายใหญ่อันดับหนึ่งเช่นกันถึงปีละ 2.8 ล้านตัน หรือ 1 ใน 3 ที่ส่งออกยางพาราไปตลาดโลกจากทั้งหมดเกือบ 9 ล้านตัน แต่ส่วนใหญ่ยังเป็นการส่งออกในรูปแบบของวัตถุดิบถึงร้อยละ 90 มีการแปรรูปภายในประเทศเพียงร้อยละ 10 (คมชัดลึก, 2553) ซึ่งแต่เป็นการแปรรูปโดยบริษัทต่างชาติที่มาลงทุนในประเทศไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการยางรถยนต์ ปัจจุบันเกษตรกรชาวสวนยางกว่า 1.2 ล้านครอบครัว (สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, 2553) และมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำสวนยางพารา 6 ล้านคน ผลิตยางพาราเป็น 1 ใน 3 ของโลก คือมีพื้นที่ปลูกกว่า 17 ล้านไร่ ไร่แล้วกว่า 11 ล้านไร่ ขณะที่อินโดนีเซียมีพื้นที่ปลูก 20 ล้านไร่ มีผลผลิตเพียง 2.7 ล้านตัน (สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, 2553) แม้ว่าเกษตรกรชาวสวนยางไทยมีการพัฒนาไปในระดับหนึ่งแล้ว แต่ในความเป็นจริงประเทศไทยมีศักยภาพอีกมาก เนื่องจากพบว่ามีพันธุ์ยางพาราบางพันธุ์สามารถให้ผลผลิตถึงไร่ละ 500 กก./ปี ซึ่งปัจจุบันมากกว่าร้อยละ 80 เกษตรกรยังคงใช้พันธุ์เดิมคือพันธุ์อาร์อาร์ไอเอ็ม 600 (RRIM 600) มีผลผลิตไร่ละ 270 กก./ปี และพันธุ์อื่นบ้าง อาทิพันธุ์สถาบันวิจัยยาง 251 (RRIT 251) ปัจจุบันมีพันธุ์ยางชั้น 1 หลักๆ อยู่ 2 พันธุ์ คือพันธุ์สถาบันวิจัยยาง 251 (RRIT 251) และสถาบันวิจัยยาง 226 (RRIT 226) คือพิจารณาตัวเลขของพันธุ์สถาบันวิจัยยาง 251 (RRIT 251) ผลิตเป็นน้ำยางค่อนข้างดีเคยมีตัวเลขสูงถึงไร่ละ 600 กก./ปี ได้ทำการทดสอบเกิน 15 ปีมาแล้ว แต่ค่าเฉลี่ยทั้งประเทศตกอยู่ที่ไร่ละ 276 กก./ปี (สถาบันวิจัยยาง, 2554) ในปี 2553 มีการใช้ยางพาราภายในประเทศเพิ่มจากอดีตที่เคยใช้ราว 3 แสนตัน มาเป็น 4 แสนตัน ส่วนการส่งออกปี 2553 คาดว่าจำนวน 2.8 ล้านตัน โดยจีนเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 33 ตามด้วยมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปอีก 24 ประเทศ อีก 10 ปีข้างหน้า แนวโน้มความต้องการยางพาราของตลาดโลกเติบโตร้อยละ 2.86 และในปี 2555 คาดว่าโลกจะมีความต้องการยางธรรมชาติถึง 10 ล้านตัน โดยตลาดญี่ปุ่นขยายตัวสูงถึงร้อยละ 22 ซึ่งหันนำเข้ายางพาราจากอินโดนีเซียที่มีราคาถูกกว่า ฉะนั้นอนาคตตลาดยางของไทยฝักกับจีน รัสเซีย และอินเดีย แต่น่าเป็นห่วงคือตามแนวประเทศเพื่อนบ้านของจีนมีพื้นที่กว่า 30 ล้านไร่ หากจีนมีการสัมปทานปลูกยางพาราเกินกว่าขีด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตลาดไทยเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้นการแก้ไขการตลาดยางพาราของประเทศไทยควรที่จะเพิ่มคุณภาพและผลผลิตยางพาราของประเทศให้ได้ปริมาณผลผลิตต่อปีให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังควรที่จะมีการเพิ่มการแปรรูปยางพาราให้มากขึ้น เพื่อที่จะสร้างตลาดให้หลากหลายมากขึ้น และหาตลาดรองรับเพราะคู่แข่งของยางพาราที่ยังไม่แปรรูปมีมากขึ้นทำให้ราคาลดลงและผู้ซื้อมีทางเลือกมากขึ้น

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยวิธีการประมูลทั้งหมด 160 ราย มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 40 - 60 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษา และประกอบอาชีพการเกษตรเพียงอย่างเดียวเป็นอาชีพหลัก อาชีพรองที่เป็นที่นิยมได้แก่ อาชีพค้าขาย ตามมาด้วย รับจ้างอิสระตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยวิธีการประมูลเริ่มปลูกยางพาราตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา โดยในปีพ.ศ. 2540 เป็นปีที่ทำการเริ่มปลูกยางพารามากที่สุด และยังพบว่า ยังมีการปลูกยางพาราเพิ่มเติมขึ้นมาเรื่อยๆ พันธุ์ที่เกษตรกรใช้ในการปลูกยางพาราส่วนใหญ่ได้แก่ RRIM 600 ซึ่งเป็นพันธุ์ที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางให้การส่งเสริมและแจกฟรี ในส่วนระบบการกรีดยังพบว่าเกษตรกรผู้ขายยางพาราโดยวิธีการประมูล นั้นเปิดกรีดในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม และปิดกรีดในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน แต่ก็ยังมีเกษตรกรบางส่วนที่ทำการกรีดอย่างต่อเนื่อง เพราะต้องการเพิ่มรายได้ โดยทำการกรีดในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน แต่ใช้วิธีการลดวันกรีดลงจากเดิมคือ กรีด 2 วัน วันเว้น 1 วันมาเป็นกรีด 1 วัน วันเว้น 3 วันหรืออาจจะมากกว่านั้นซึ่งส่งผลให้น้ำยางที่ได้มีปริมาณน้อยและหน้ากรีดเสียหายก่อนกำหนด ในด้านการถือครองพื้นที่ที่ทำการปลูกยางพารานั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของตนเอง โดยพื้นที่ที่ทำการปลูกยางพาราอยู่ที่ 1- 10 ไร่ โดยมีการเช่า หรือทำฟรีจากที่ดินของผู้อื่นบ้างเล็กน้อย เหตุผลที่ทำการปลูกยางพาราพบว่าส่วนใหญ่ปลูกเพราะได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จึงหันมาปลูกยางพาราแทนพืชชนิดอื่นๆ

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการขายยางพารา 3 รูปแบบ (1)ตลาดประมูลทั่วไป (2) ตลาดประมูลแบบโทรสาร (3) ตลาดตกลงราคา โดย 2 แบบแรกนั้นเป็นการขายแบบผ่านการประมูลส่วนแบบที่ 3 เป็นการขายแบบตกลงราคาของผู้ซื้อและผู้ขายเอง โดยจากการศึกษาพบว่า (1) ตลาดประมูลทั่วไป เป็นการ จัดตลาดประมูลยางแบบดั้งเดิมโดยนำผลผลิตยางที่ส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นดิบ และยางก้อนถ้วยมารวบรวมในตลาดเพื่อคัดแยกชั้นและชั่งน้ำหนัก รอผู้ซื้อมาตรวจสอบคุณภาพและให้ราคาซื้อที่ต้องประมูลแข่งขันกัน ซึ่งพบมากในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในส่วนของตลาดประมูลแบบโทรสารเป็นรูปแบบตลาดยางของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางที่ได้จากการพัฒนาระบบการประมูลทั่วไป ให้ทันสมัยขึ้น ง่ายต่อการเข้าถึงและใช้บริการของตลาดจากทั้งผู้ผลิตรายที่เป็นสถาบันเกษตรกรและผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ มีจุดเด่นกว่าความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดทุนกว่าแบบตลาดประมูลทั่วไปและกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน และจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอกของตลาดประมูลทั่วไปและตลาดประมูลแบบโทรสาร เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบตลาดทั้ง 2 โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ได้แก่ จากตัวพ่อค้าเอง เช่น การจ่ายเงินล่าช้า การรับสินค้าล่าช้า และการฮั้วประมูล ตลอดจนไปถึงอิทธิพลในพื้นที่อีกด้วย ด้านการวัดระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่ทำการซื้อขายแบบประมูลทั่วไปทั้ง 2 วิธี โดยภาพรวมพบว่าเกษตรกรมีความพึงพอใจของการซื้อขายอยู่ในระดับมาก เนื่องจากทำให้เกษตรกรมี

รายได้มากกว่านำไปขายเองนอกจากนี้ยังช่วยลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง และการบริหารงานของ คณะกรรมการสหกรณ์มีความโปร่งใส ด้านปัญหาที่เกี่ยวกับวิธีการประมูลของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราโดย ภาพรวมพบว่าปัญหาที่เกษตรกรพบมากที่สุด คือปัญหาที่เกี่ยวกับผู้ซื้อ เนื่องจากผู้ซื้อมีการจ่ายเงินล่าช้า ส่งผลให้เกษตรกรได้รับเงินช้าไม่ตรงตามกำหนด นอกจากนี้ยังพบปัญหาที่เกี่ยวกับราคาที่ได้รับเนื่องจากผู้ซื้อ มีน้อยรายทำให้เกิดการกดราคารายง อีกทั้งยังมีการฮั้วกันระหว่างพ่อค้าที่มารับซื้อ ทำให้เกษตรกรได้รับราคา ยางต่ำกว่าราคาตลาดกลางยางพารา ปัญหาที่พบถัดมาคือปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการประมูล เนื่องจากการ ประมูลมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ส่งผลให้การซื้อขายแบบประมูลมีความล่าช้าด้วย ด้านข้อคิดเห็นของเกษตรกรมี ข้อคิดเห็นในเรื่องการรอนานและการจ่ายเงินล่าช้า ส่งผลให้การซื้อขายโดยผ่านการประมูลเป็นไปอย่าง ล่าช้า รองลงมาคือข้อคิดเห็นในเรื่องอยากให้มีพ่อค้าประมูลมากกว่าเดิมเนื่องจากเกษตรกรผู้ขายผลผลิตมี จำนวนมากกว่าผู้รับซื้อหรือพ่อค้าผู้เข้าร่วมการประมูลทำให้เกิดการกดราคารายง ส่งผลให้เกษตรกรได้รับ ราคาต่ำกว่าราคาซื้อขายจริง และข้อคิดเห็นในเรื่องอยากให้รัฐบาลหาตลาดรองรับ เพื่อให้เกษตรกรมี ทางเลือกในการจำหน่ายยางพาราเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้พบว่ามียุคอ่อนอยู่ 2 จุดคือ

1. องค์การหรือกลุ่มที่ทำการประมูลและการทำการตลาดขององค์กรหรือกลุ่มซึ่งผู้วิจัยมี

ข้อเสนอแนะดังนี้

#### 1.1 ด้านองค์กรที่ทำการประมูล

1) ควรมีการวางแผนการจัดการด้านการเงิน ด้านการจัดการผลผลิตและการประมูลให้เป็น ระบบมากขึ้นเพราะเนื่องจากปัญหาเรื่องการจ่ายเงินล่าช้า และส่วนใหญ่ยังไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง ทั้งหมดต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากทางภาครัฐ

2) ควรมีกฎระเบียบและวิธีการประมูลตลอดจนถึงข้อบังคับและบทลงโทษขององค์กรเอง ที่ชัดเจน

3) ควรวางแผนหาเงินทุนสำรองเพื่อรองรับผลผลิตที่จะมีมากขึ้นในอนาคต

4) องค์กรส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาความช่วยเหลือในเรื่องงบประมาณจากทางภาครัฐเป็น ส่วนใหญ่จึงควรพัฒนาให้องค์กรส่วนใหญ่อยู่ได้ด้วยตนเองเป็นหลัก

5) ควรรวมผลผลิตยางแผ่นดิบไปขายโรงงานโดยตรง เพิ่มมูลค่า 2-3 บาทต่อกิโลกรัม และ ควรแปรรูปของยางดิบเบื้องต้น เป็นยางเครพ หรือยางคอมปาวด์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

#### 1.2 ด้านการตลาด

1) ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มที่จะทำการประมูลได้เป็นที่รู้จักและยอมรับกัน อย่างแพร่หลาย

2) ควรมีการติดต่อกับกลุ่มเครือข่ายขายยางของภาคอื่นๆเพื่อสามารถนำโควต้าของกลุ่ม เครือข่ายขายยางของภาคใต้วมาให้ภาคอีสานเพื่อนำไปส่งขายในประเทศจีนได้

## 2.ด้านการวิจัย

1.สถาบันวิจัยยาง สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้คำแนะนำส่งเสริมในการผลิตยางพาราให้มีมาตรฐานมากขึ้นและให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดของ ยางพาราที่ทันสมัย

2.รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่กลุ่ม ยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง เพื่อให้กลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางมีความรู้และการ พัฒนาทางด้านการตลาดให้มากขึ้น

3.ควรที่จะพัฒนาในเรื่องการสร้างเครือข่ายผู้ค้ายางพาราให้มากขึ้นเพื่อเป็นการขยายโอกาส ทางการค้าให้แก่เกษตรกรและทางกลุ่มยางพาราหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง

4.ควรมีการศึกษาต่อยอดในเรื่องการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาระบบตลาดยางในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ

## เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2538). คู่มือส่งเสริมสหกรณ์สวนยาง.

กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2538). คู่มือการทำยางแผ่นดิบ. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2553, จาก <http://www.doae.go.th>.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2541). รายงานการศึกษาภาวะเศรษฐกิจการลงทุนการแปรรูปจากยางพารา. ชลบุรี: ฝ่ายพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 9 ชลบุรี.

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2553). วิธีการตลาดยางพารา. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2553, จาก <http://media.thaigov.go.th>.

เกษตรน่ารู้. (2551). การผลิตยางแผ่น. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2551, จาก <http://www.ch7.com/News/sbnews.aspx?NwType=02&SbType=06&SeqNo=20024>.

กุลดิลก แก้วประพาพ (2536) “การส่งเสริมการปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”

สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรธานี นสพ.กสิกร ปีที่ 66 ฉบับที่ 1 มกราคม – กุมภาพันธ์

กุลดิลก แก้วประพาพ (2536) “นาร่องพัฒนาปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” สำนักงานเกษตร จังหวัดอุดรธานี

ฉกรรจ์ แสงรักษาวงศ์และสุภาพร บัวแก้ว (2537) “ธุรกิจยางพาราของไทย” สำนักการตลาดยางพารา สถาบันวิจัยยาง วารสารยางพารา 14(1) 2537

ฉกรรจ์ แสงรักษาวงศ์ (2539) “การพัฒนาตลาดยาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” สำนักตลาดกลางยางพารา สถาบันวิจัยยาง 2533 หน้า 25

ฉกรรจ์ แสงรักษาวงศ์ (2539) “การพัฒนาการผลิตยางและตลาดยางของไทย” วารสารยางพารา 16(3) 151 – 160

ฉกรรจ์ แสงรักษาวงศ์ (2539) “การพัฒนาตลาดยางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” สำนักการตลาดยางพารา สถาบันวิจัยยาง วารสารยางพารา 16(1) 2539

ชลลิกา ทิพยกุล, สุภาพร บัวแก้วและคณะ (2550) “สถานะตลาดและราคารายธรรมชาติ” กรมวิชาการเกษตร ฉบับที่ 223 ประจำเดือนพฤษภาคม 2550

ไชยา พัฒนกุลและคณะ (2546) “คำแนะนำพันธุ์ยางปี 2546” สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร

ทัญญา สวัสดิ์ดล. (2547). **อุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นุชนารถ กังพิสดาร, สุภาพร บัวแก้วและคณะ (2547) **“การจัดการปฏี เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตยางพารา”** เอกสารวิชาการยางพารา เอกสารลำดับที่ 12/2547 กรมวิชาการเกษตร

นภาพรรณ เลขะวิวัฒน์, ธงชัย คำโคตรและคณะ (2549) **“รายงานประจำปี 2549”** ศูนย์วิจัยยางหนองคาย สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 3 กรมวิชาการเกษตร

นภาพรรณ เลขะวิวัฒน์, รัชณี รัตนวงศ์และคณะ (2548) **“รายงานประจำปี 2548”** ศูนย์วิจัยยางหนองคาย สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 3 กรมวิชาการเกษตร

ดิลก แสงแก้ว (2546). **การจัดการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในจังหวัดนครพนม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เดชา กลิ่นเทศ และคณะ. (2540). **ยางพาราของเกษตรกรที่เริ่มกรีดยางจังหวัดอุดรธานี**. อุดรธานี: ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาการผลิต สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรธานี.

**ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแยกตามประเภท** สืบค้นจาก

[http://www.rubberthai.com/statistic/thai/thai\\_002.htm](http://www.rubberthai.com/statistic/thai/thai_002.htm); เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553

พิบูล ทีปะปาล. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

พงษ์ระพี แสงวรรณกุล.(2545). **วิเคราะห์การแข่งขันยางธรรมชาติในตลาดโลก (1)**. กรุงเทพฯ

พงษ์ระพี แสงวรรณกุล (2545) **“เรื่องนำรู้ทางการเกษตร วิเคราะห์การแข่งขันยางธรรมชาติในโลก”** ข่าวเศรษฐกิจการเกษตร 48 543 (2545) 4 - 8

พงษ์ระพี แสงวรรณกุล (2545) **วิเคราะห์การแข่งขันยางธรรมชาติในตลาดโลก** ข่าวเศรษฐกิจการเกษตร สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร 48 543 (2545) 4 - 8

พงษ์ศักดิ์ วิเศษสินธุ์. (2533). **การตลาดสินค้าเกษตร**. กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนาไร่นาสถาบันเกษตร สำนักงานส่งเสริมการเกษตรภาคใต้ กรมส่งเสริมการเกษตร.

เพ็ญพิชญา เดียว. (2546). **ยางก้อนถ้วยอีกทางเลือกของชาวสวนยาง**. ค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2551, จาก [http://www.rubberthai.com/newspaper/late\\_news/2546/may/26-05-01.html](http://www.rubberthai.com/newspaper/late_news/2546/may/26-05-01.html).

วรลี ศรีสมบัติ. (2542). **การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเงิน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี. (2553). **ยางแผ่นดิบ**. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2553 จาก

<http://dictionary.sensagent.com>

วิภาพรรณ วีระนะ. (2549). สถานการณ์การผลิต และการตลาดยางพาราปีการผลิต 2548/49  
กรุงเทพฯ

วิภาพรรณ วีระนะ (2549) “สถานการณ์การผลิตและการตลาดยางพาราปีการผลิต 2548/49”  
เศรษฐกิจการเกษตร วิชาการปริทัศน์ เม.ย. 2549

ไวยวุฒิ สันเจริญกุล,ดร. “นัยข้างขึ้น ระบบการซื้อขายและส่งออกยางของไทย” วารสารยางพารา ปี  
ที่ 10 ฉบับที่ 3 ปี 2533 หน้า 132

ศินีย์ สังข์ศรี. (2538). การจัดการธุรกิจเกษตร. กรุงเทพฯ: คณะเทคโนโลยีการเกษตรสถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตคุณทหารลาดกระบัง.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). การบริหารกลยุทธ์และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและ  
ไซเท็ก.

ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์. (2541). โครงสร้างปัจจัยการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน  
การแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพารา. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศูนย์วิจัยยางหนองคาย (2549) “งานวิจัยพัฒนายางและงานบริการ” สำนักวิจัยและพัฒนากิจการเกษตร  
เขตที่ 3 กรมวิชาการเกษตร

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2542). ยุทธศาสตร์การพัฒนายางพาราครบวงจร วารสาร  
ยางพารา; 19(1): 5-34

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2551). ยางพาราในประเทศไทย. ค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2551,  
จาก <http://www.rubber.com>

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2551). มาตรฐานยางแผ่นดิบคุณภาพต่าง ๆ. ค้นเมื่อ 12  
มิถุนายน 2551, จาก <http://www.rubber.com>

สถาบันวิจัยยาง (2540). ข้อมูลด้านเศรษฐศาสตร์ยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสาร  
ยางพารา; 17(2), 95-123.

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร. (2542). ยุทธศาสตร์การพัฒนายางพาราครบวงจร. วารสาร  
ยางพารา; 19(1), 5-34.

สถาบันวิจัยยาง. (2546). คำแนะนำพันธุ์ยาง. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์เกษตรกรแห่งประเทศไทย.

สถาบันวิจัยยาง. (2551). ส่งเสริมผลผลิตยางก้อนถ้วยมาตรฐาน ป้อนโรงงานยางแท่ง. ค้นเมื่อ 10  
มิถุนายน 2551, จาก

<http://www.rubberchanthaburi.com/modules.php?name=News&file=article&sid=28>.

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2535) “การตลาดยางพาราแห่งประเทศไทย” วารสารยางพารา  
ฉบับที่ 12 ปีที่ 1 หน้า 32 – 42 (2535)

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2535) “สถิติยางพาราไทย” สืบค้นจาก  
<http://www.rubberthai.com/>; เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2535) “การตลาดยางพาราแห่งประเทศไทย” วารสารยางพารา  
ฉบับที่ 12 ปีที่ 1 หน้า 32 – 42 (2535)

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2549) “คู่มือยางพารา สำหรับเกษตรกรโครงการปลูกยางใหม่  
1 ล้านไร่” สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร “กฎเกณฑ์ กลไก และวิธีการบริหารโครงการแทรกแซงตลาด  
ยางพารา” กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ วารสารยางพารา ฉบับที่ 19 ปีที่ 2 2542

สมาคมยางพาราไทย “สถิติยางพาราไทย” สืบค้นจาก  
<http://www.thainr.com/th/index.php?detail=stat-thai> เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553

สมาคมยางพาราไทย “สถิติยางพาราโลก” สืบค้นจาก  
<http://www.thainr.com/th/index.php?detail=stat-world> เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553

สมาคมยางพาราไทย “สถิติยางพาราอื่นๆที่เกี่ยวข้อง” สืบค้นจาก  
<http://www.thainr.com/th/index.php?detail=stat-other> เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553

สุภาภรณ์ พวงชมพูและคณะ. (2551) การจัดการน้ำยางสด. ขอนแก่น: คณะเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สุภาภรณ์ พวงชมพูและคณะ. (2553) การศึกษาลักษณะการผลิตและการตลาดยางก้อนถ้วยในภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. ขอนแก่น: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2539). แนวทางการพัฒนา  
ยางพาราในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักงาน  
เศรษฐกิจการเกษตร.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 3. (2532). โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานยางพารามันสำปะหลัง  
และ อ้อยโรงงานในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. ค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2552, จาก  
<http://www.oae.go.th/zone/zone3/panzone3.doc>.

สำนักงานสงเคราะห์การทำสวนยาง. (2549). การปลูกยางพารา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เซ  
เวนพรีนติ้ง กรุ๊ป.

สำนักงานสงเคราะห์การทำสวนยาง. (2552). ตัวชี้วัดการดำเนินการด้านการตลาดยาง สกย.  
บันทึกข้อความเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2553

- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดบุรีรัมย์. (2545). ยางพาราอีสาน.ค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2551, จาก <http://www.rubber.co.th/buriram/history.htm>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร(2552) “ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจการเกษตร2552” หน้า 29 -31
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร(2553) “ระบบข้อมูลแสดงสถิติ” สืบค้นจาก [http://www.oae.go.th/oae\\_report/price/price\\_by\\_day.php](http://www.oae.go.th/oae_report/price/price_by_day.php); เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ข้อมูลเนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีด ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ รายจังหวัด 2548 – 2549
- สารานุกรมเสรี(2553) “ยางธรรมชาติ” สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org/wik> เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553
- สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูลและคณะ การวิเคราะห์ความอยู่รอดทางธุรกิจของบริษัทตัวอย่าง กรณีอุตสาหกรรมยางพารา วารสารเศรษฐกิจการเกษตร ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 ก.ค. – ธ.ค. 2533 หน้า 171.
- สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, วิญชัย อุ่นดิเรกกุล, จรัส สุวรรณมาลาและวิจิตต์ วรรณชิต (2538) “การวิเคราะห์ความอยู่รอดทางธุรกิจของบริษัทตัวอย่าง กรณีอุตสาหกรรมยางพารา” วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 ก.ค. – ธ.ค. 2538
- สมพร กฤษณะทรัพย์และคณะ (2540) เศรษฐกิจการแปรรูปยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร 2540
- สมยศ นาวิการ. (2544). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : เอกลักษณ์หนังสือดี.
- สุรจิต ภูักดี รศ.ดร.สุวัฒน์ ชีระพงษ์ธนากร (2549) “การประเมินศักยภาพพื้นที่เพื่อการปลูกยางพาราในเขตจังหวัดอุบลราชธานี” สืบค้นจาก <http://mapserv.agri.ubu.ac.th/Datarubber/files/education6.4/land111.htm>; เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2553
- สุรจิต พรหมเดช (2532) “บทบาทของตลาดกลางยางพารา กลุ่มเศรษฐกิจการยาง” ศูนย์วิจัยยาง สงขลา วารสารยางพารา ฉบับที่ 9 ปีที่ 3 หน้า 154 - 168 (2532)
- สุภาพร บัวแก้ว, วราภรณ์ ขจรไชยกุลและณกรรจ์ แสงรักษาวงศ์ (2537) “ภาวการณ์ตลาดของผลิตภัณฑ์ยาง” สำนักตลาดกลางยางพารา ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาง วารสารยางพารา ฉบับที่ 14 ปีที่ 3 หน้า 153 – 176 (2537)
- สุวิทย์ ประเสริฐสุข (2540) “สกย. กับการปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ฉบับที่ 17 ปีที่ 3 หน้า 147 - 166

เสริมลาภ วสุวัต (2541) “การช่วยเหลือชาวสวนยางเมื่อราคาคงต่ำโดยไม่ต้องพยุ่ง และประกัน  
 ราคายาง” ข่าวสมาคมยางพาราไทย 4, 12 (ช.ค. 2541) 22-26

อร จุนธิระพงษ์ (2543) ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมของการผลิตยางพาราในภาค  
 ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อัมพน ห่อนาค. (2541). ธุรกิจการเกษตร. ขอนแก่น: เพ็ญพรัตน์ตั้ง. IRQPC. 1969. International  
 Standards of Quality and Packing for Natural Rubber Grades. (The Green Book).

เอกชัย พฤกษ์อำไพ (2547) “คู่มือยางพารา” พิมพ์ครั้งแรก เพ็ท – แพล้น พับลิชชิ่ง กรุงเทพฯ

สรุปข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิต่อโครงการ  
"การพัฒนาระบบตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ"  
สัญญาเลขที่ RDG5450006

| ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ                                                                                                                                                                                                                                                                               | ชี้แจงโดยนักวิจัย                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ความคิดเห็นด้านการพิมพ์ (Editorial)                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                       |
| 1. ควรใช้ภาษาเขียนเชิงวิชาการในการเขียนรายงาน และตรวจสอบการเขียนรายงานให้ถูกต้องเนื่องจากพบข้อบกพร่องในการเขียนค่อนข้างมาก (รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 3)                                                                                                                                                     | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                                                                                |
| 2. ตรวจสอบความถูกต้องในการใส่วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องจากมีวรรณกรรมบางเล่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา                                                                                                                                                                                               | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                                                                                |
| 3. ควรตรวจสอบกิตติกรรมประกาศ (หน้า ข) เนื่องจากโครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจากสกว.                                                                                                                                                                                                                                | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                                                                                |
| 4. สรุปผลการศึกษาหน้า ง และหน้า 39 ควรเรียงลำดับปีพ.ศ. จาก พ.ศ. 2536 ก่อนแล้วจึงเป็นพ.ศ. 2540                                                                                                                                                                                                                    | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                                                                                |
| 5. ทบทวนบทสรุปผู้บริหารใน หน้า จ และสรุปผลในหน้า 39 ที่สรุปว่าเกษตรกรเกษตรกรทำการกรีดยางทั้งปีแต่มีการลดการกรีด 2 วัน เว้น 1 วัน เป็น กรีด 3 วัน เว้น 1 วัน นั้นน่าจะเป็นการเพิ่มการกรีดและโดยธรรมชาติของต้นยางนั้น ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน จะไม่สามารถทำการกรีดยางได้ ดังนั้นนักวิจัยควรตรวจสอบถูกต้องและแก้ไข | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว พบว่าบางพื้นที่มีการกรีดในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน ด้วย เพราะเนื่องจากเกษตรกร ต้องการเพิ่มรายได้ |
| 6. ในแผนภาพหน้าที่ 3 กรอบแผนภาพสุดท้าย ควรระบุภาคที่ทำการพัฒนาด้วยและตรวจสอบการใช้ภาษาอังกฤษอธิบายได้แผนภาพให้ถูกต้อง                                                                                                                                                                                            | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                                                                                |
| 7. หน้าที่ 8 ย่อหน้าที่ 1 ควรอ้างอิงเป็นชื่อนักวิจัยแทนการอ้างอิงถึงสถาบันวิจัย                                                                                                                                                                                                                                  | เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ค้นมาจากทาง <a href="http://www.rubberthai.com">www.rubberthai.com</a>                          |
| 8. หน้าที่ 22 ตรวจสอบความถูกต้องในระบบพันธุ์ 525, พันธุ์ 500 และพันธุ์ 700 และในหน้าที่ 38 พันธุ์ RIT 251 ควรเป็นพันธุ์ RRIT 251                                                                                                                                                                                 | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                                                                                |

| ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ชี้แจงโดยนักวิจัย      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 9.หน้าที่ 30<br>-<br>บรรทัดที่ 4 ให้ตรวจสอบการเขียนที่ระบุไว้ว่า "เป็นยางแผ่นดิบและยางพารา"<br>-ย่อ<br>หน้าที่ 2 บรรทัดที่ 7 ตรวจสอบความถูกต้องเรื่องเวลาการปิดรับของประมวลควรเป็น ณ เวลา 12.00 น.<br>มากกว่าที่ระบุไว้ว่าเป็นเวลา 17.00 น.                                                                                                                                                    | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว |
| 10.หน้าที่ 39 บรรทัดที่ 10 เปลี่ยนจาก "ต้นยางมีอายุไม่นาน" เป็น "หน้ากรีตเสียหายก่อนกำหนด"                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว |
| 11.การระบุหัวข้อในตาราง ควรให้สัมพันธ์กับข้อมูลที่บรรจุลงในแถวนั้นๆ เช่น<br>ตารางที่ 4.5 หน้า 20 แถวที่ 1 คอลัมน์ ที่ 1 เปลี่ยน "รายการ" เป็น "ปี"<br>-<br>ตารางที่ 4.8 หน้า 23 แถวที่ 1 คอลัมน์ ที่ 1 เปลี่ยน "รายการ" เป็น "พันธุ์"<br>-<br>ตารางที่ 4.9 หน้า 23 แถวที่ 1 คอลัมน์ ที่ 1 เปลี่ยน "รายการ" เป็น "ช่วงเวลา"                                                                     | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว |
| ความคิดเห็นด้านวิชาการ (Technical)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                        |
| 1. หน้าที่ 11 หัวข้อ 2.1 ข้อที่ 2 ที่ระบุจำนวนรวมของตัวอย่างจาก 3 จังหวัดนั้น ควรระบุจำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่างจากแต่ละจังหวัดเพิ่มเติม เพื่อประโยชน์ในการนำผลงานวิจัยไปพัฒนาตลาดประมุลยางในจังหวัดนั้นๆ                                                                                                                                                                                           | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว |
| 2.หน้าที่ 33 ข้อ 2 ตรวจสอบความถูกต้องของปริมาณการเก็บน้ำยางสดเนื่องจากใน จ.หนองคายและจ.<br>อุดรธานีมีการเก็บตัวอย่างน้ำยางเพื่อหาปริมาณเนื้อยางแห้งจำนวน 0.85 กรัม และ 10 กรัมเท่านั้น ซึ่งเมื่อ<br>ได้น้ำยางแห้งแล้วสามารถหาน้ำยางแห้งที่นำมาขายได้จากสูตรต่อไปนี้ น้ำหนักยาง<br>แห้งทั้งหมดที่นำมาขายได้ = $\frac{\text{น้ำหนักแห้งจากตัวอย่าง} \times \text{น้ำหนักน้ำยางสดที่ซื้อมา}}{10}$ | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว |
| 3.หน้าที่ 38 ข้อ 5.2 บรรทัดที่ 5-6 ให้ตรวจสอบความถูกต้องในการระบุจำนวนครอกรวนของเกษตรกรที่ทำ<br>สวนยาง ซึ่งถูกต้องควรจะเป็นจำนวน 1.2 ล้านครอกรวน หรือผู้วิจัยควรระบุแหล่งอ้างอิงของข้อมูลที่นำมา                                                                                                                                                                                               | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว |

| ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ชี้แจงโดยนักวิจัย                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| ความคิดเห็นเพิ่มเติม/ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกต                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                               |
| <p>1.หน้าที่ 30 ย่อหน้าที่ 2 บรรทัดที่ 11 ที่กล่าวถึงสถิติในการซื้อขายพารานั่น แท้จริงแล้วแบ่งเป็นกรณีดังนี้ -</p> <p>กรณียางก้อนถ้วย ผู้ประมูลที่ให้ราคาสูงสุดสามารถรับยางก้อนถ้วยไปได้ทั้งหมด -</p> <p>กรณียางแผ่นดิบ จะเปิดประมูลเป็นชั้นยางแผ่น ผู้ประมูลยางที่ให้ราคาสูงสุดในชั้นยางนั้น ก็จะได้รับเฉพาะยางชั้นนั้นไป</p>                                                                            | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                        |
| <p>2.หน้าที่ 32 ข้อ 3 โดยทั่วไปตลาดที่มีผลผลิตยางดิบไม่มากมักจะอิงราคาซื้อขายจากตลาดประมูลยางในบริเวณใกล้เคียงกันมากกว่าที่จะอิงราคาตามตลาดกลาง</p>                                                                                                                                                                                                                                                       | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                        |
| <p>3.ในหน้าที่ 38 ย่อหน้าที่ 2 กล่าวถึงการแก้ไขการตลาดยางของประเทศไทยที่ควรที่จะเพิ่มคุณภาพและผลผลิตให้ได้มากขึ้นต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยควรให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องชนิด คุณภาพ และปริมาณของผลผลิตยางพาราที่นำมาจำหน่ายในตลาด รวมทั้งผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมด้วย</p>                                                                                                            | ควรทำการศึกษาต่อยอดโครงการวิจัยดังกล่าวนี้ในด้านการผลิตรายการ |
| <p>4.ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าที่มารับซื้อผลผลิตยางพาราของเกษตรกรในตลาดประมูลทั่วไป และตลาดประมูลแบบโทรสารด้วย เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจของพ่อค้าที่จะเข้ามาซื้อในตลาดรวมถึงความพึงพอใจในการเข้ามาซื้อของพ่อค้าที่มีต่อระบบตลาดประมูลในปัจจุบัน</p>                                                                                                                                                    | ควรทำการศึกษาต่อยอดโครงการวิจัยดังกล่าวให้มากยิ่งขึ้น         |
| <p>5.ข้อเสนอแนะในหน้า 40 ควรเพิ่มเติมประเด็นต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ด้านองค์กรหรือกลุ่มรวบรวมผลผลิตยางแผ่นดิบไปขายโรงงานโดยตรง เพิ่มมูลค่า 2-3 บาทต่อกิโลกรัม และควรแปรรูปของยางดิบเบื้องต้น เป็นยางเครพ หรือยางคอมปาวด์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า</li> <li>- ด้านการตลาดนั้นสามารถนำโควตาของกลุ่มเครือข่ายยางของภาคใต้มานำให้ภาคอีสานเพื่อนำไปส่งขายในประเทศจีนได้</li> </ul> | แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว                                        |

| ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ                                                                                                                                                                                                              | ชี้แจงโดยนักวิจัย             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| <p>6.หากเปรียบเทียบผลการดำเนินการวิจัยกับผลที่คาดว่าจะได้รับพบว่า ได้ผลตามที่คาดไว้เพียง 3 ข้อ คือ 5.1-5.3 ในข้อ 5.4 นั้นยังไม่สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปใช้วางแผนการตลาดของประเทศได้ อาจใช้ได้เพียงภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น</p> | <p>แก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว</p> |