

Abstract

The research on the development of marketing model to strength of rubber network in Chiang Rai province that aims to study problems and barriers for the marketing of rubber farmers. The model of marketing management is forwarded by network which is the guidance of the management in marketing model of rubber farmers with a network of vigorous rubber band product. This study collects data from farmers who produce rubber and academic departments who are involved in promoting rubber production in Chiang Rai province.

The results showed that: 1) the problems and barriers for the marketing of rubber farmers for the marketing management of rubber farmers in Chiang Rai, some farmers are lack of knowledge in the rubber production. Meanwhile, the cup lump rubber was produced in low quality due to the adulterated things in latex. As a result they sold at low prices. Rubber production in Chiang Rai is low in quantity. These affect negotiate prices with rubber market's merchants are less channels of selling. The information was not distributed throughout a variety of rubber products. 2) the type of agriculturist marketing management networking with farmers in Chiang Rai province found that the rubber farmer has confederated for selling their products to rubber market's merchants and increase efficiency for selling price. There are state agency and private organization help with information of present rubber market and situation like Office of Agricultural, Agriculture and Cooperatives Office, Office of the Rubber Replanting Aid Fund Chiang Rai, Rubber Estate Organization, Financial, Central Rubber Market and Buyer Rubber Company. The vigorous rubber farmers network create member unity, aims, study exchanging and cooperation network. So that, the network has more power for selling products, receiving present information, latex standard, production and transportation costs reduction. The benefit sharing between

farmers and rubber farmers are high quality of life. 3) the marketing management of vigorous rubber farmers in Chiang Rai is the development and supporting of networking farmers, developing and stability of people who earn a living with rubber as crop rotation, construction of rubber plantation and processing, development of rubber marketing for exporting, supporting of state agency, coordination and facilitation for rubber trading and development of rubber logistics system. The results of the research are used for guideline of the marketing management of vigorous rubber farmers.

บทคัดย่อ

การวิจัยโครงการพัฒนารูปแบบการตลาดสู่การเป็นเครือข่ายยางพาราที่เข้มแข็งในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค รูปแบบการจัดการการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตยางพาราด้วยการสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตยางพารา และเพื่อเป็นแนวทางการจัดการรูปแบบการจัดการการตลาดยางพาราของกลุ่มผู้ผลิตยางพาราที่เข้มแข็งด้วยการเกิดเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตยางพารา เก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนส่งเสริมการผลิตยางพาราในจังหวัดเชียงราย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และจัดเวทีประชุมกลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาและอุปสรรคทางการจัดการการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตยางพาราในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ เกษตรกรขาดความรู้ ความเข้าใจในการผลิตยางพารา ปริมาณการผลิตยางพาราไม่แน่นอน ขาดอำนาจในการเจรจาต่อรอง รูปแบบผลิตภัณฑ์ยางพาราไม่หลากหลาย ขาดศูนย์รวบรวมกระจายยางพาราในพื้นที่ การกระจายข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดไม่ทั่วถึง 2) รูปแบบการจัดการการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราด้วยการสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตยางพาราในจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ผลิตยางพาราได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจำหน่ายยางพาราแก่พ่อค้าคนกลางในปริมาณมาก และเพิ่มอำนาจเจรจาต่อรองด้านราคา รวมทั้งมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์และตลาดยางพาราในปัจจุบัน เช่น สำนักงานเกษตร สหกรณ์การเกษตร สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างจังหวัดเชียงราย องค์การสวนยาง สถาบันการเงิน ตลาดกลางยางพารา และบริษัทรับซื้อยางพารา เป็นต้น การเกิดเครือข่ายของกลุ่มเกษตรกรที่เข้มแข็งทำให้สมาชิกกลุ่มเกิดความสามัคคี มีเป้าหมายร่วมกันชัดเจน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เกิดความร่วมมือระหว่างเครือข่าย อันนำไปสู่อำนาจในการเจรจาต่อรองด้านราคา ได้รับข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจุบัน น้ำยางมีมาตรฐาน ต้นทุนการผลิตและการขนส่งลดลง มีการแบ่งปันผลประโยชน์คืนสู่สมาชิกซึ่งนำไปสู่คุณภาพชีวิตของเกษตรกรที่ดีขึ้น และ 3) แนวทางการจัดการรูปแบบการจัดการการตลาดยางพาราของกลุ่มผู้ผลิตยางพาราที่เข้มแข็งด้วยการเกิดเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตยางพาราในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ การพัฒนาและส่งเสริมเกษตรกรให้มีการรวมกลุ่มมากขึ้น พัฒนาความมั่นคงในการประกอบอาชีพยางพารา เช่นการปลูกพืชแซมหรือพืชร่วม สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการปลูกการแปรรูปยางพาราให้กับเกษตรกร พัฒนาตลาดยางพาราเพื่อการส่งออก หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน ประสานงาน

และอำนวยความสะดวกในการซื้อขายยางพารา รวมทั้งควรมีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ยางพาราตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตไปจนถึงการแปรรูปเพื่อการส่งออก ทั้งนี้ผลจากการวิจัยนำไปใช้เป็นแนวทางการจัดการรูปแบบการจัดการการตลาดยางพาราของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราที่เข้มแข็งด้วยการเกิดเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตยางพาราต่อไป