



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “กลไกตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”

คณะผู้วิจัย

1. ผศ.ดร.สุภาภรณ์ พวงชมภู

สังกัด

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

โครงการวิจัยเรื่อง กลไกตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Market Mechanism of Para rubber in Northeast Thailand

ผู้ดำเนินการวิจัย ผศ.ดร.สุภาภรณ์ พวงชมพู

หน่วยงานที่รับผิดชอบ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลไกตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ จังหวัดหนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และบุรีรัมย์ โดยการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา จำนวน 320 ครัวเรือนได้แก่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 38 ครัวเรือน อุดรธานี จำนวน 106 ครัวเรือน ขอนแก่น จำนวน 121 ครัวเรือน และบุรีรัมย์ จำนวน 55 ครัวเรือน พบว่า เกษตรกรปลูกยางพาราส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี และจบการศึกษาในระดับประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4-ป.6) ทำการเกษตรเป็นอาชีพหลัก และตัดสินใจปลูกยางพาราเนื่องจากเป็นพืชเศรษฐกิจของไทยและให้ราคาที่ดี ซึ่งต้องลงทุนด้วยตนเอง โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรก 49,653.58 บาท หรือได้รับการสนับสนุนปลูกยางพาราจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 5 คนต่อครัวเรือน แต่มีจำนวนแรงงานที่ใช้ในการเกษตร (ยางพารา) เพียง 2 คนต่อครัวเรือน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีสมาชิกบางท่านยังเป็นนักเรียน นักศึกษา หรือประกอบอาชีพอื่น (แรงงานแฝง) ซึ่งจะปลูกอยู่ในช่วง 70-89 ต้นต่อไร่ และส่วนใหญ่ใช้ระยะปลูก 3×7 เมตร ซึ่งพันธุ์ที่ให้ความนิยมในการปลูกคือพันธุ์ RRIM 600 จะกรีดยาง 2 วัน เว้น 1 วัน ในช่วงฤดูฝน และฤดูหนาว แต่จะพักหน้ายางในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากให้ปริมาณน้ำยางค่อนข้างน้อย เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะผลิตในรูปของยางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบ ซึ่งผลผลิตหลักจะเป็นยางก้อน เนื่องจากมีกระบวนการผลิตง่ายที่สุดและเหมาะสมสำหรับผู้ที่มีกำลังทรัพย์น้อยหรือผู้ที่เริ่มทำการผลิตใหม่ๆ โดยมีต้นทุนผันแปรเฉลี่ยหลังการเปิดกรีดยาง 306.79 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 46.92 บาทต่อไร่ และเกษตรกรมีรายได้สุทธิเฉลี่ย 2,270.27 บาทต่อไร่ ซึ่งจะจำหน่ายแบบรวมกลุ่มผ่านตลาดประมูลท้องถิ่น ซึ่งผู้ผลิตจะนำยางพารามาจำหน่าย ณ จุดรวมยางเพื่อรอการประมูล หลังจากนั้นวันถัดมาเมื่อทราบราคาประมูลแน่นอนแล้วก็จะทำการชั่งน้ำหนักและจ่ายค่าตอบแทนรายได้ให้กับเกษตรกรผู้นำมาจำหน่ายในกลุ่มสมาชิก โดยมีสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง (สกย.) เป็นผู้ดูแล และจำหน่ายผ่านตลาดท้องถิ่น ด้วยเหตุผลที่ว่า เกษตรกรมีความต้องการใช้เงินอย่างเร่งด่วนจึงนำผลผลิตยางพาราที่ได้ไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่นหรือพ่อค้าแร่และพ่อค้าท้องถิ่น

จากข้อมูลข้างต้นจึงทำให้มีผู้สนใจปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ของตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้น และมีปริมาณความต้องการของผู้บริโภคยางพาราในต่างประเทศค่อนข้างสูง จึงส่งผลให้ราคาขยับตัวสูงขึ้นซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราให้ทำการผลิตในปริมาณที่เพิ่มขึ้นด้วย จึงมีการจัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราเพื่อทำการรับซื้อผลผลิตในพื้นที่ที่มีความห่างไกลจากตลาดกลาง และเพื่อลดต้นทุนการขนส่งของผู้ผลิตในพื้นที่ห่างไกลนั่นเอง นอกจากนี้ รัฐบาลควรช่วยควบคุมและประกันราคายางพาราไม่ให้ตกต่ำจนเกินไป ช่วยควบคุมราคาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ไม่ให้มีราคาสูงเกินไป

Title **Market Mechanism of Para Rubber in Northeast Thailand**
Researcher **Asst.Prof.Dr. Supaporn Puangchomphoo**
Organization **Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture,
Khon Kaen University**

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate market mechanism of Para rubber in the Northeast of Thailand, including Nong Khai, Udon Thani, Khon Kaen and Buriram provinces. Data were collected by means of interviews with Para rubber farmers from 320 households, including 38 households in Nong Khai Province, 106 households in Udon Thani Province, 121 households in Khon Kaen Province, and 55 households in Buriram Province.

It was found that most of the rubber farmers were in the age range of 41-50 years, completed the primary school (Grade 4 – Grade 6), worked on agriculture as their main career, and decided to grow rubber tree because it was Thai economic crop with good prices. With regard to money invested into rubber farming, the farmers spent their own money and also received assistance from the Office of the Rubber Replanting Aid Fund. Their average initial investment amount was 49,653.58 Baht. The average number of family members was 5, but only two members worked on the rubber farm. This might be due to the fact that some family members were students or had other careers (disguised unemployment). Averagely, there were 70-89 rubber trees planted per rai (equal to 1,000 m²), with the spacing of 3x7 meters. The most popular Para rubber variety planted in the Northeast was RRIM 600. The alternate daily tapping system (two days in tapping followed by one day rest) was employed during the rainy and cold seasons, but the rubber trees would be given a rest in the hot season because rubber latex yield was quite low during that time of the year. Rubber farmers in Northeast Thailand produced the Para rubber latex in the forms of cup lump and raw rubber sheet. The main product was cup lump because it required easier production process and was most suitable for new farmers or those with small amount of money. After Para rubber trees could be tapped, the farmers had an average variable cost of 306.79 Baht per rai, an average fixed cost of 46.92 Baht per rai, and an average net income of 2,270.27 Baht per rai. With regard to sale of rubber products, the farmers would gather and form a group through local auction market which farmers have brought rubber before bidding day. On the bidding day, rubber is weighted and farmer got money. Also, it distributes their products to middlemen.

As above mentioned, more farmers are interested in cultivating rubber trees. This could result from the fact that rubber prices in the Northeast tended to increase. High demand from international rubber consumers led to an increase in rubber prices, motivating rubber farmers to grow more rubber trees. As a result, the network marketing of rubber central markets was formed to facilitate the purchase and sale of rubber products in remote areas. There was also a development of a market network to reduce the producers' costs of transportation of their products.

Moreover, the government should play a suitable role and promote rubber plantation in the Northeast as well as control the rubber prices to ensure that they would not be too low. Moreover, the government should help control the prices of production factors, such as fertilizers, to ensure that they would not be too high.

บทสรุปผู้บริหาร

1. รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

1.1 ชื่อโครงการ

(ภาษาไทย) กลไกตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

(ภาษาอังกฤษ) Market Mechanism of Para rubber in Northeast Thailand

1.2 ชื่อผู้วิจัย

ดร.สุภาภรณ์ พวงชมพู

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 123 ถนน
มิตรภาพ 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

1.3 งบประมาณทั้งโครงการ 385,150 บาท

1.4 ระยะเวลาดำเนินงาน 12 เดือน

2. ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ยางพารา นับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งมีการผลิตและส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของโลก นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2534 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีการขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งตอนบนและตอนล่าง โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีพื้นที่ปลูกยางพารา 2,563,256 ไร่ พื้นที่กรีดยังได้จำนวน 638,953 ไร่ มีผลผลิตทั้งสิ้น 161,975 ตัน และมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 300 กิโลกรัม (สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย, 2553) ซึ่งเป็นผลจากการขยายเนื้อที่ปลูกยางในปี 2549 ซึ่งอยู่ในช่วงการสนับสนุนของภาครัฐ ตาม โครงการปลูกยางพารา 1 ล้านไร่ ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ได้มีการคาดการณ์ว่าผลผลิตยางรวมทั้งประเทศ พื้นที่กรีดยังได้ ผลผลิตต่อไร่ ในปี 2555 จะมีการขยายตัวขึ้นแต่จะมีปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2554 เนื่องจากประเทศผู้ซื้อยางรายใหญ่ เช่น จีน สหรัฐอเมริกา และยุโรป ประสบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้มีการใช้ยางลดลง ถึงแม้ว่าผลผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นจาก 154,917 ตัน ในปี 2551 เป็น 300,000 ตัน ในปี 2554 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2554) แต่ก็มีปัญหาและข้อจำกัดอยู่มากมาย โดยเฉพาะปัญหาด้านการตลาดที่พบว่า พ่อค้าคนกลางเอาเปรียบในเรื่องของราคามากเนื่องจากความไม่ได้มาตรฐานของแผ่นยางดิบ ประกอบกับมีพ่อค้าคนกลางหลายระดับ ซึ่งแต่ละระดับจะมีต้นทุนการทำธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ราคายางที่ชาวสวนยาง

ได้รับต่ำกว่าที่เป็นจริง ดังนั้นเกษตรกรส่วนใหญ่ได้แก้ปัญหาโดยการรวมตัวเป็นกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ผู้ผลิตยางพารา เพื่อแก้ไขปัญหาการกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2551) ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มหรือสหกรณ์ยางพาราจะใช้วิธีการประมูลยางในการซื้อขายยางพาราซึ่งจะเป็นลักษณะของตลาดประมูลยางท้องถิ่น ซึ่งกลุ่มสหกรณ์ยางพาราที่อยู่ใกล้ตลาดกลางจะได้ราคาซื้อขายยางพาราต่ำกว่าตลาดกลางประมาณ 3-4 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากกลุ่มสหกรณ์ยางพาราถูกเอารัดเอาเปรียบในการคัดคุณภาพ การชั่งน้ำหนัก ทำให้ได้ราคาที่ต่ำกว่าที่จะเป็น และพ่อค้าคนกลางเข้าไปรับซื้อยางจากเกษตรกรแล้วนำไปขายที่ตลาดกลางในราคาสูงขึ้น จึงมีการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์อยู่ที่ จ.บุรีรัมย์ 1 แห่ง ซึ่งเป็นศูนย์กลางซื้อขายยางพาราของอีสานตอนใต้ และตลาดกลางหนองคายอยู่ที่จังหวัดหนองคาย 1 แห่ง ซึ่งเป็นแหล่งซื้อขายยางสำหรับพื้นที่ภาคอีสานตอนบน จึงได้จัดตั้งตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพารามาเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันในพื้นที่ห่างไกลได้เข้าถึงตลาดกลางการซื้อขายยางโดยตรง ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง (สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย, 2554) ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาช่องทางการกระจายการพัฒนาตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อทราบถึงหน้าที่ทางการตลาดว่ามีอะไรบ้าง มีกระบวนการปฏิบัติหน้าที่อย่างไร ในแต่ละหน้าที่มีต้นทุนและส่วนเหลือการตลาดอย่างไร มีปัญหาหรืออุปสรรคใดในการดำเนินการ อีกทั้งจะได้ทราบข้อเท็จจริงของการทำหน้าที่ต่าง ๆ ว่าได้กระทำตามที่สมควรหรือไม่ หรือเหตุผลใดที่ทำให้ตลาดไม่ได้ทำหน้าที่ใด ๆ ที่ควรจะทำ เพื่อที่จะได้หาแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจะเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ตลาดกลางยางพาราและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 3.1. เพื่อศึกษาถึงแหล่งผลิตที่สำคัญ ลักษณะการผลิต การตลาด การซื้อและการขายยางพารารวมทั้ง การแปรรูปและการขนส่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง
- 3.2. เพื่อศึกษาถึงหน้าที่การตลาดยางพารา วิธีการตลาดยางพาราและการกำหนดราคาในตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง
- 3.3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของหน้าที่ทางการตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง
- 3.4. ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำฐานข้อมูลตลาดยางพารา ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง
- 3.5. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและแนวทางการพัฒนาตลาดยางพาราเพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง

4. ระเบียบวิธีวิจัย (โดยย่อ)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะเลือกจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากที่สุดอย่างน้อย 3 อันดับแรกของแต่ละพื้นที่ และมีตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการเลือกสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราใน 4 จังหวัด จำนวน 320 ครัวเรือน ได้แก่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 38 ครัวเรือน อุตรดิตถ์ จำนวน 106 ครัวเรือน ขอนแก่น จำนวน 121 ครัวเรือน และบุรีรัมย์ จำนวน 55 ครัวเรือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละได้ดังนี้ จังหวัดหนองคาย คิดเป็นร้อยละ 11.87 อุตรดิตถ์ คิดเป็นร้อยละ 33.12 ขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 37.81 และบุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 17.19 และมีการสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มเกษตรกร จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มหัวหน้าค่ายทอง จังหวัดอุตรดิตถ์ และกลุ่มเกษตรกรจังหวัดบุรีรัมย์ และสัมภาษณ์สหกรณ์จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และสหกรณ์นิคมดงมูล จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งยังมีการสุ่มเลือกตัวอย่าง (Random) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดจากพ่อค้าท้องถิ่น จำนวน 3 ราย และบริษัท/โรงงานแปรรูปขึ้นต้น จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ บริษัทนอร์ทอิส รับเบอร์ จำกัด จังหวัดบุรีรัมย์ และบริษัท ไทยฮั้วยางพารา จำกัด (มหาชน) จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยไม่ใช้แบบสัมภาษณ์/แบบสอบถาม นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักงานตลาดกลางยางพารา จังหวัดหนองคาย และเจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการทำงานวิจัยครั้งนี้

5. ผลการวิจัย

การจัดการด้านการผลิตยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

เหตุผลในการตัดสินใจปลูกยางพาราอันดับ 1 คือ ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจของไทยและให้ราคาที่ดีเป็น คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 18.10 และเหตุผลอื่นๆ (อยากทดลอง เพื่อบ้านแนะนำฯ) คิดเป็นร้อยละ 39.40 และเหตุผลอื่นๆ (เพื่อนบ้านแนะนำ, ปลูกไม่ยาก, การดูแลง่ายฯ) คิดเป็นร้อยละ 80.30 โดยส่วนใหญ่มีเงินลงทุนเริ่มแรกในการทำสวนยางต่ำกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.40 โดยมีเงินลงทุนปลูกยางพาราเฉลี่ยเริ่มแรกอยู่ที่ 49,653.58 บาท นอกจากเงินลงทุนเริ่มแรกส่วนตัวแล้ว ยังมีค่าสนับสนุนปลูกยางพาราจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง(สกย.) ซึ่งส่งเสริมให้เกษตรกรในแต่ละพื้นที่ปลูกยางพาราอีกด้วย

ต้นทุนและผลตอบแทน

การผลิตยางพาราออกจำหน่ายในแต่ละรอบปี มีต้นทุนผันแปรเฉลี่ยหลังการเปิดกรีต รวมทั้งหมดเฉลี่ย 306.79 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 46.92 บาทต่อไร่ ต้นทุนทางการตลาดเฉลี่ย 18.65 บาทต่อไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมทำยางก้อนถ้วย เนื่องจากมีต้นทุนต่ำกว่าและมีการจัดการที่ง่ายกว่ายางแผ่นดิบ โดยจะนำไปจำหน่ายแบบรวมกลุ่ม เช่น จำหน่ายให้กับสหกรณ์การเกษตร พ่อค้าที่มารับซื้อเป็นต้น ผลผลิตทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่ คือ 68.24 กิโลกรัม ซึ่งมีราคาเฉลี่ยของยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยในรอบปีที่ผ่านมา (2554) เท่ากับ 40.41 บาทต่อกิโลกรัมและ 37.99 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมผลิตยางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบ โดยนำไปจำหน่าย มีรายได้รวมทั้งหมดเฉลี่ย 2,642.63 บาทต่อไร่ หักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานการผลิต การตลาดและค่าใช้จ่ายคงที่ทั้งหมดเฉลี่ย 372.36 บาทต่อไร่ ได้กำไร 2,270.27 บาทต่อไร่ จึงทำให้เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีผู้สนใจปลูกยางพาราเพิ่มขึ้น

ปัญหาการผลิตและการตลาดยางของเกษตรกรที่ปลูกยางพารา

ในเรื่องของปัญหาด้านการผลิต จะมีปัญหาดังแต่ก่อนเปิดกรีตไปจนถึงหลังเปิดกรีต และรวมไปถึงขั้นตอนการจำหน่าย โดยในแต่ละปัญหานั้นก็มีความรุนแรงที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

1. ด้านการผลิต เริ่มจากปัญหาด้านพื้นที่เพาะปลูก โดยส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาด้านพื้นที่เพาะปลูก ร้อยละ 91.00 ปัญหาด้านโรคและแมลง ร้อยละ 82.80 แต่จะมีปัญหาโรคหนำียงแห้ง แมลงเจาะเปลือกและอื่นๆ ปัญหาด้านการควบคุมวัชพืช ร้อยละ 84.70 โดยจะพบปัญหาในเรื่องของมีหญ้าขึ้นเร็ว และหญ้าขึ้นเยอะ ปัญหาต่อมาเป็นปัญหาด้านการจัดการดิน จะพบเพียงปัญหาด้านดินเป็นดินแข็ง ดินเสื่อม และพื้นที่เป็นหินและดินทรายส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 8.40 ปัญหาเรื่องน้ำ ร้อยละ 87.80 ไม่มีปัญหาด้านนี้ มีเพียงร้อยละ 12.20 ที่มีปัญหาตรงกันในเรื่องของขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูแล้ง ปัญหาต่อมาคือด้านแรงงาน ร้อยละ 96.30 ไม่พบปัญหาด้านนี้เลย จะพบปัญหาเรื่องการขาดแคลนแรงงานคน คิดเป็นร้อยละ 3.70

2. ด้านการตลาด เริ่มที่ปัญหาราคายาง ไม่มีปัญหาเรื่องราคายาง คิดเป็นร้อยละ 25.60 จะพบปัญหาในเรื่องของราคายางแผ่นดิบตกต่ำ และราคาไม่แน่นอน ปัญหาด้านภัยธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 74.40 ไม่พบปัญหาด้านนี้ร้อยละ 95.60 และพบปัญหาในเรื่องของ ลมโคลนต้นยาง ไฟไหม้ และฝนแล้ง คิดเป็นร้อยละ 4.40 ส่วนปัญหาด้านอื่นๆ เช่น ปัญหาด้านการแปรรูปผลผลิต ปัญหาด้านการจัดชั้นผลผลิต ปัญหาการเก็บรักษาผลผลิต และปัญหาด้านการขนส่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมีปัญหาหรือผลกระทบมากนัก

การจำหน่าย และการรวบรวมผลผลิตยางพารา

กลุ่มหรือสหกรณ์ยางพาราเกิดจากเกษตรกรมีแนวความคิดตรงกันในการจัดปัญหาด้านราคาของผลผลิตยาง เพื่อให้ได้ราคาที่ดีและไม่ถูกกดราคาจากพ่อค้าที่มารับซื้อ ซึ่งเกษตรกรร้อยละ 76.57 มีการรวมกลุ่มเพื่อนำไปจำหน่าย และร้อยละ 23.43 นำผลผลิตไปจำหน่ายเอง ในส่วนของเกษตรกรที่นำ

ผลผลิตไปจำหน่ายเองคิดเป็นร้อยละ 8.75 เป็นผลผลิตยางแผ่นดิบ เกษตรจำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น ร้อยละ 2.33 และจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวม ร้อยละ 6.42 การจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรโดยเฉลี่ยแล้วจะจำหน่าย 1 ครั้งต่อเดือน คิดเฉลี่ย 50.77 กิโลกรัมต่อครั้ง และพบว่าใน 1 ปี โดยเฉลี่ยแล้วจะจำหน่ายทั้งหมด 9 ครั้งต่อปี พบว่าปริมาณผลผลิตเฉลี่ยทั้งหมด 506.87 กิโลกรัม และพบว่าจำนวนยางแผ่นที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละครั้งมีน้ำหนักเฉลี่ย 71.21 กิโลกรัมต่อครั้ง สำหรับยางก้อนถ้วยที่ไปขายเอง ร้อยละ 14.68 ขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น ร้อยละ 6.56 และพ่อค้ารวบรวมอีกร้อยละ 8.12 การจำหน่ายยางก้อนถ้วยของเกษตรกรโดยเฉลี่ยแล้วจะจำหน่าย 1 ครั้งต่อเดือน เฉลี่ย 67.51 กิโลกรัมต่อครั้ง และพบว่าในจำนวน 1 ปี โดยเฉลี่ยแล้วจะจำหน่ายทั้งหมด 2-3 ครั้งต่อเดือน รวมเฉลี่ย 18 ครั้งต่อปี มีปริมาณผลผลิตเฉลี่ยทั้งหมด 1,156.93 กิโลกรัม และมีจำนวนยางแผ่นที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละครั้งมีน้ำหนักเฉลี่ย 71.21 กิโลกรัมต่อครั้ง ยางก้อนถ้วยที่จำหน่ายได้มากที่สุดในแต่ละครั้งมีน้ำหนักเฉลี่ย 66.42 กิโลกรัมต่อครั้ง และสำหรับการขายกลุ่มหรือสหกรณ์ ร้อยละ 76.57 แบ่งเป็นขายให้สหกรณ์ที่เกษตรกรเป็นสมาชิกร้อยละ 32.82 และเป็นสมาชิกของกลุ่มรัฐวิสาหกิจร้อยละ 43.75

ตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตลาดกลางยางพารา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีตลาดกลางยางพารา 2 แห่ง คือตลาดกลางยางพาราหนองคาย และตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ ซึ่งมีจำนวนสมาชิกรายมาจำหน่าย 595 ราย มีพ่อค้าเข้ามาประมูล 261 ราย ซึ่งเกษตรกรที่นำยางพารามาขายในสำนักงานตลาดกลางยางหนองคายเป็นเกษตรกรที่มีขนาดธุรกิจขนาดเล็กและปานกลาง ต่างจากสำนักงานตลาดกลางยางบุรีรัมย์ที่เกษตรกรมีขนาดธุรกิจทุกขนาดตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ และมีปริมาณยางเฉลี่ย 8,089.08 กิโลกรัมต่อวันเปิดทำการ ที่เกษตรกรนำมาขายในตลาดกลางยางพาราในเขตตอนบนของภาค และปริมาณเฉลี่ย 31,556.76 กิโลกรัมต่อวันเปิดทำการ ที่เกษตรกรนำมาขายในตลาดกลางยางพาราในเขตตอนล่างของภาค ซึ่งตลาดกลางเป็นจุดที่ให้บริการในด้านการซื้อ-ขาย อำนวยความสะดวกในการตรวจสอบวัตถุดิบของยาง การชักนำหนักผลผลิต และเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าทางด้านการตลาดยาง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งราคาจะกำหนดโดยอ้างอิงราคาจากราคารับซื้อของสำนักงานตลาดกลางขนาดใหญ่ และเพื่อให้พ่อค้ารับซื้อในท้องถิ่นใช้เป็นราคาอ้างอิงในการกำหนดราคารับซื้อในท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งตอนบนและตอนล่าง ซึ่งช่วยให้เกษตรกรสามารถที่จะนำผลผลิตที่ได้ไปจำหน่ายได้ในราคาที่สูง มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานการรับซื้อ ดังนั้นตลาดกลางจึงเป็นทางเลือกของเกษตรกรในการนำผลผลิตไปจำหน่ายในตลาด

ตลาดเครือข่ายยางพารา

ตลาดเครือข่ายยางพารา เป็นตัวกลางระหว่างเกษตรกรและพ่อค้า ซึ่งเปิดโอกาสให้ชาวสวนยางที่อยู่ในที่ห่างไกลมีโอกาสขายยางในระบบตลาดกลาง ซึ่งสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ได้จัดตั้งตลาดกลางยางพาราระบบเครือข่ายฯ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 แห่ง ที่ อำเภอเซกา จังหวัดบึงกาฬ และสำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ จัดตั้งระบบตลาดเครือข่ายตลาดกลางฯ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับแผนโครงสร้างยางและผลิตภัณฑ์ยาง โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 1 แห่ง ที่กลุ่มฝอยลม วิสาหกิจยางพารา ตำบลคอแสน อำเภอขุนทรึก จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาตลาดเครือข่ายทางตอนบนของภาค คือ สำนักงานตลาดเครือข่ายจังหวัดหนองคาย โดยมีสมาชิกผู้นำยางเข้ามาขายในปี 2554 จำนวน 39 ราย และมีพ่อค้าเข้ามาประมูล 6 ราย มีปริมาณยางเฉลี่ย 4,699.12 กิโลกรัมต่อวันเปิดทำการ เกษตรกรผู้นำมาจำหน่ายในตลาดเครือข่ายมีขนาดธุรกิจขนาดเล็กและขนาดปานกลาง ทั้งนี้ปริมาณยางพาราที่จำหน่ายผ่านทางตลาดเครือข่ายมีปริมาณที่ค่อนข้างน้อยทำให้พ่อค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาประมูลจะเป็นพ่อค้ารายย่อยที่เป็นลูกค้ารายย่อยของโรงงานแปรรูป(ยี่ปู้) ซึ่งจะมีพ่อค้าในพื้นที่มาประมูลครั้งละ 4-5 ราย โดยในเขตอำเภอเซกาจะมีทั้งตลาดกลางและตลาดประมูลท้องถิ่น ซึ่งโดยปกติแล้วราคาที่ตลาดกลางให้แก่เกษตรกรจะมากกว่าราคาของตลาดประมูลท้องถิ่น และบริการด้านการเงินให้แก่เกษตรกรเร็วกว่า

ตลาดประมูลยางท้องถิ่น

การซื้อขายผ่านระบบประมูลโดยผ่านกลุ่มสถาบันเกษตรกร/สหกรณ์ฯ ภายใต้การควบคุมดูแลการซื้อขายของสำนักงานกองทุนสวนยาง (สกย.) ซึ่งเข้ามาเพื่อเป็นพี่เลี้ยงให้กับกลุ่มในการกำหนดมาตรฐานการรับซื้อจากเกษตรกร มีลักษณะของธุรกิจขนาดเล็ก เกษตรกรที่นำมาขายภายในกลุ่มจะต้องเป็นสมาชิกและจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้าเพื่อนำยางเข้ามาขาย เมื่อนำยางมาขายเกษตรกรจะต้องนำยางมาพักค้างคืน 1 คืน พร้อมทั้งแจ้งปริมาณยางพาราที่มีให้กับผู้เข้าร่วมประมูลหลังจากนั้นผู้ประมูลทำการยื่นซองประมูลเริ่มเพื่อหาราคาซื้อที่สูงที่สุด ผู้ประมูลท่านใดให้ราคาสูงก็จะเป็นผู้ชนะการประมูลหลังจากนั้นทำการชั่งน้ำหนักแล้วขึ้นยางทำการจ่ายเงินให้กับเกษตรกรซึ่งจะมีความคล้ายคลึงกับระบบการซื้อขายผ่านสหกรณ์และตลาดกลาง แต่การซื้อขายผ่านกลุ่มและสหกรณ์ผู้เข้าร่วมประมูลจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการประมูล หากมีการประมูลผ่านกลุ่มผู้ประมูลต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับกลุ่ม 0.40 บาทต่อกิโลกรัม เพื่อให้เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่มและสหกรณ์เอง ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดขึ้นของพ่อค้าผู้เข้ามาประมูล นอกเหนือจากค่าขนส่งและค่าจ้างแรงงาน

ตลาดท้องถิ่น

สำหรับตลาดท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกษตรกรร้อยละ 31 จะนำยางแผ่นดิบหรือยางก้อนถ้วยไปจำหน่ายให้กับกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นหรือพ่อค้ารวบรวมในท้องที่ ซึ่งเกษตรกรที่นำไปขายให้กับพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น ณ จุดรับซื้อหรือร้านรับซื้อยาง มีความต้องการใช้เงิน จึงนำยางที่ได้ไป

จำหน่ายให้กับพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น ระบบการซื้อขายนี้จะไม่ผ่านระบบการประมูล อำนาจการต่อรองราคา คุณภาพ และปริมาณของเกษตรกรที่นำไปขายไม่สามารถที่จะใช้เป็นเครื่องต่อรองกับพ่อค้าได้ เนื่องจากผู้ที่นำไปขายเป็นเกษตรกรที่พื้นที่กีดกันยังไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเป็นสมาชิกหรือมีความจำเป็นที่จะใช้เงิน จึงนำไปขายให้กับพ่อค้า ซึ่งส่งผลให้ราคาเกษตรกรที่ควรจะได้รับกับมีราคาที่ต่ำกว่าตลาด อย่างไรก็ตามพ่อค้าที่เปิดจตุรัสซื้อเอง พ่อค้าบางรายเป็นเจ้าของสวนยางที่ต้องการเพิ่มปริมาณให้กับตนเอง เพื่อสามารถสร้างอำนาจในการต่อรองในการซื้อขายได้

6. ข้อเสนอแนะ

ในการทำวิจัยเรื่องโครงการวิจัยกลไกตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านต้นทุน และรูปแบบของการผลิตยางพาราที่ควรจะเป็น ดังนี้

6.1 ด้านการผลิต

1. ภาครัฐควรมีการส่งเสริมให้มากขึ้นในการนำปุ๋ยอินทรีย์มาใช้เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต 2. หน่วยงานของรัฐควรจัดการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกยางพาราและการดูแล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆมาช่วยเพิ่มปริมาณผลผลิต
3. ควรวางแผนการใช้เทคโนโลยีการผลิตให้ทันต่อช่วงฤดูกาลปลูก

6.2 ด้านการตลาด

1. หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนควรมีการสนับสนุนเงินทุน เพื่อจัดตั้งกองทุนสำรองจ่ายให้กับสถาบันเกษตรกรที่กำลังพัฒนาให้สามารถนำผลผลิตมาจำหน่ายผ่านตลาดประมูลท้องถิ่น และควรให้คำแนะนำส่งเสริมชี้แนะแนวทางต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลข่าวสารการตลาดให้กับเกษตรกรและพ่อค้ายางพาราในระดับท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินกิจกรรมการซื้อขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรมทั้งสองฝ่าย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาตลาดที่ยั่งยืนและมั่นคงต่อไป
2. หน่วยงานของรัฐควรมีนโยบายประกันราคายางพารา ส่งเสริมการตลาด และให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการและกระบวนการผลิต มีการส่งเสริมให้มีการปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งให้คำชดเชยเมื่อเกิดภัยธรรมชาติ รวมถึงการพยากรณ์ที่แม่นยำ เพื่อให้เกษตรกรได้วางแผนการผลิตที่เหมาะสมได้
3. ควรจัดตั้งโรงงานแปรรูปยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควันในพื้นที่ให้มากขึ้น เพื่อปรับพฤติกรรมของเกษตรกรให้ผลิตยางแผ่นดิบมากขึ้น เนื่องจากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโรงงานแปรรูปยางแท่งหลายแห่ง ทำให้เกษตรกรผลิตยางแผ่นและส่งผลผลิตเข้าสู่ตลาดกลางยางพาราในปริมาณน้อย
4. หากไม่สามารถพัฒนาผลผลิตยางแผ่นให้ทัดเทียมกับภาคใต้ อาจเปลี่ยนเป้าหมายมาเป็นผู้นำด้านตลาดยางก้อนถ้วยในอนาคต เนื่องจากเกษตรกรยังมีความเข้าใจในการผลิตยางแผ่นและกระบวนการจำหน่ายผ่านระบบตลาดกลางและตลาดเครือข่ายค่อนข้างน้อย ทำให้การพัฒนาตลาด

ยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นไปได้อย่างไม่เต็มที่ ซึ่งปัจจุบันตลาดเครือข่ายประสบผลสำเร็จเพียงร้อยละ 30-40 เท่านั้น

ดังนั้นการพัฒนาตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในระบบ เนื่องจากจุดเด่นของภาคอีสานอาศัยตลาดประมูลเป็นจุดค้าขายยาง ดังนั้นการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อช่วยให้เกษตรกร มีความสามารถในการต่อรองทางด้านการตลาดกับพ่อค้าได้ เนื่องจากเกษตรกรในภูมิภาคนี้มีขนาดธุรกิจสวนยางขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่และมีในระดับปานกลาง การจัดตั้งกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถสร้างศักยภาพของตลาดประมูลท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จะต้องอาศัยหน่วยงานของทางภาครัฐที่เข้ามาให้การสนับสนุนดูแลเป็นพี่เลี้ยง จัดสรรเงินทุนเพื่อให้กลุ่มได้สามารถนำเงินทุนนั้นมาเพื่อปรับสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียนนั้นได้ ซึ่งคิดอัตราดอกเบี้ยทดแทนในอัตราที่ต่ำกว่าท้องตลาดเพื่อให้กลุ่มสามารถสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาไปสู่ระบบตลาดที่มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับภูมิภาคอื่นได้

7. การนำไปใช้ประโยชน์

1. การนำเสนอผลงานวิจัยในระดับนานาชาติ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง “กลไกตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” คงไม่สำเร็จลงได้ด้วยดีหากไม่ได้รับความร่วมมือจากบุคคลและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ด้านข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับยางพารา เนื้อที่ปลูก ได้รับความร่วมมือจาก สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยางจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย และจังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มผู้ปลูกยางพาราในพื้นที่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย และจังหวัดบุรีรัมย์ ในการส่งตัวอย่างครวเรือนผู้ปลูกยางพารา ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดขอนแก่นจังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย และจังหวัดบุรีรัมย์ ที่กรุณาให้ข้อมูลเบื้องต้น เช่น รายชื่อ เบอร์โทรศัพท์ของกลุ่มสหกรณ์กองทุนสวนยางและกลุ่มผู้ปลูกยางพาราในเขตที่ดูแลรับผิดชอบ ทำให้ผู้วิจัยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงานเพื่อส่งตัวอย่างประชากร ทางผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ด้านการปฏิบัติงานเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากประธานคณะกรรมการของสหกรณ์กองทุนสวนยาง กลุ่มผู้ปลูกยางพาราในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย และจังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงนักศึกษาภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ที่ช่วยสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามจากเกษตรกร ซึ่งมีผลให้การปฏิบัติงานภาคสนามเสร็จสิ้นตรงตามกำหนดเวลา

ท้ายที่สุดโครงการวิจัยนี้คงจะไม่สำเร็จลงไปได้ด้วยดี หากไม่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นทุนสำหรับการดำเนินงานวิจัย จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผศ.ดร.สุภาภรณ์ พวงชมพู

มิถุนายน 2556

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาคผนวกตาราง	ด
สารบัญรูปภาพ	ถ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.3 วิธีดำเนินการศึกษา	8
1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	8
1.3.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล	8
1.3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	9
1.3.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	10
1.3.4.1 ส่วนเหลือการตลาด	10
1.3.5 การใช้ผลงานวิจัยและผู้ใช้งาน	12
1.4 ขอบเขตการศึกษา	12
1.4.1 กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)	13
1.4.3 ความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	16
2.1 การผลิตยางพาราของไทย	16
2.1.1 การผลิตยางพาราไทย	16
2.1.1.1 การกระจายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศไทย	18
2.1.1.1.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราไทย	18
2.1.2 ระบบการตลาดยางพาราของประเทศไทย	19
2.1.2.1 ลักษณะโครงสร้างของตลาดการซื้อขายยางพาราภายในประเทศ	21
2.1.2.2 ตลาดการค้ายางพาราในประเทศไทย	23
2.1.2.3 ปัญหาด้านการตลาดภายในประเทศ	25
2.1.2.4 แนวโน้มราคายางพาราไทย	25

สารบัญ

	หน้า
2.1.2.5 วิธีการตลาดยางพาราไทย	27
2.1.2.6 การส่งออกยางพาราไทย	28
2.1.3 นโยบายที่เกี่ยวข้อง	30
2.2 การผลิตยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	32
2.2.1 การผลิตยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	32
2.2.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	36
2.2.3 ระบบการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	38
2.2.3.1 วิธีการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	43
2.2.3.2 เปรียบเทียบวิธีการตลาดระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคใต้	46
บทที่ 3 สถานการณ์การผลิตยางพารา	48
3.1 สภาพทั่วไปของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา	48
3.1.1 ลักษณะทั่วไป	48
3.1.2 การถือครองที่ดินและการใช้แหล่งน้ำในการทำเกษตร	50
3.2 การจัดการด้านการผลิตยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา	52
3.2.1 การลงทุนเริ่มแรก	52
3.2.2 พื้นที่การปลูกยางพารา	54
3.2.3 ประสิทธิภาพของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา	55
3.2.4 การปลูกยางพาราในรอบปีที่ผ่านมา	56
3.2.5 ผลผลิตหลักของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา	62
3.3 ต้นทุนและผลตอบแทน	63
3.4 การจำหน่าย และการรวบรวมผลผลิตยางพารา	66
3.5 ปัญหาการผลิตและการตลาดของเกษตรกรที่ปลูกยางพารา	68
3.5.1 ด้านการผลิต	68
3.5.2 ด้านการตลาด	69
บทที่ 4 การผลิต และการตลาดยางพารา	72
4.1 ตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	72
4.2 วิถีตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	81
4.3 ต้นทุนการตลาดการซื้อขายยางพารา	83
4.4 ส่วนเหลือมการตลาด	85
4.5 การกำหนดราคาซื้อขายยางพารา	87

สารบัญ

	หน้า
4.6 การพัฒนาระบบตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	88
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	90
5.1 สภาพทั่วไปของเกษตรกร	90
5.2 สภาพการผลิตและการตลาด	90
5.3 ระบบตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	92
5.4 ข้อเสนอแนะด้านการตลาด	93
บรรณานุกรม	95
ภาคผนวกตาราง	99
ภาคผนวกรูปภาพ	119

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 เพศ ช่วงอายุ และระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา	48
ตารางที่ 3.2 อาชีพหลักและอาชีพรองของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา	50
ตารางที่ 3.3 ที่ดินที่ใช้ในการเกษตรของเกษตรกร	51
ตารางที่ 3.4 เงินลงทุนเริ่มแรกในการปลูกยางพาราของเกษตรกร	53
ตารางที่ 3.5 เงินทุนเริ่มแรกที่เกษตรกรได้รับจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง(สกย.)	54
ตารางที่ 3.6 พื้นที่ที่ปลูกยางพาราในครั้งแรก พื้นที่กรีดยางพาราในครั้งแรก และพื้นที่กรีดยางพาราของเกษตรกร ณ ปัจจุบัน (ปี 2555)	55
ตารางที่ 3.7 ช่วงระยะเวลาประสบการณ์ของเกษตรกรในการปลูกยางพารา	56
ตารางที่ 3.8 จำนวนต้นยางพาราต่อไร่ ระยะปลูก พันธุ์ยางพาราที่เกษตรกรเลือกปลูก เหตุผลในการเลือกพันธุ์และชนิดพืชแซม	57
ตารางที่ 3.9 การเกิดโรคของต้นยางพารา	60
ตารางที่ 3.10 ระบบการกรีดยางพาราในฤดูฝนและฤดูแล้งของเกษตรกร	61
ตารางที่ 3.11 รวมระยะเวลาในการกรีดยางพาราของเกษตรกรใน 1 ปี	61
ตารางที่ 3.12 ระยะเวลาในการกรีดยางพาราทั้งหมดของเกษตรกรใน 1 ปี	61
ตารางที่ 3.13 ผลผลิตยางพารา	62
ตารางที่ 3.14 ต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ในการผลิตยางพาราล้างการเปิดกรีด	63
ตารางที่ 3.15 ต้นทุนการตลาดในการผลิตยางพารา	64
ตารางที่ 3.16 ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ของผลผลิตยางพาราแต่ละชนิด	65
ตารางที่ 3.17 รายได้เฉลี่ยต่อไร่ ของผลผลิตยางพาราแต่ละชนิด	65
ตารางที่ 3.18 กำไร (ขาดทุน) ของเกษตรกรที่ได้รับจากการปลูกยางพารา	65
ตารางที่ 3.19 การจำหน่าย และการรวบรวมยางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบของเกษตรกร	67
ตารางที่ 3.20 ปัญหาการผลิตและการตลาดของเกษตรกร	69
ตารางที่ 3.21 ทักษะของเกษตรกรที่มีต่อเทคโนโลยีการปลูกยางพารา และเจ้าหน้าที่สกย.	71
ตารางที่ 4.1 ต้นทุนการตลาดในการผลิตยางพาราของเกษตรกรถึงจุดขายยางพารา	84
ตารางที่ 4.2 ส่วนเหลือมการตลาดยางแผ่นดิบในภาคอีสาน	86
ตารางที่ 4.3 ส่วนเหลือมการตลาดยางก้อนถ้วยในเขตภาคอีสาน	86

สารบัญภาคผนวกตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ผลผลิตยางพาราของไทย จำแนกตามประเภท ปี 2543-2554	100
ตารางที่ 2 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีตได้ ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของยางพาราไทย ปี 2531-2554	100
ตารางที่ 3 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีตได้ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ จำแนกรายภาค ปี 2554	101
ตารางที่ 4 เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย จำแนกรายจังหวัด ปี 2551-2554	102
ตารางที่ 5 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีตได้ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2534-2554	104
ตารางที่ 6 เนื้อที่ปลูกยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกรายจังหวัด ปี 2551-2554	105
ตารางที่ 7 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบของไทย ปี 2543-2554	106
ตารางที่ 8 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบ จำแนกรายภาค ปี 2550-2554	107
ตารางที่ 9 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบแห้ง จำแนกรายภาค ปี 2554	108
ตารางที่ 10 ผลตอบแทนการผลิตยางแผ่นดิบของไทย ปี 2543-2554	109
ตารางที่ 11 ผลตอบแทนการผลิตยางแผ่นดิบ จำแนกรายภาค ปี 2550-2554	109
ตารางที่ 12 ราคายางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554	111
ตารางที่ 13 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติ จำแนกตามประเภท ปี 2543-2554	117
ตารางที่ 14 ปริมาณการส่งออกยางพาราไทยสู่ประเทศปลายทางที่สำคัญ ปี 2536-2554	118

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ผลผลิตยางพาราไทย ปี 2543-2554	2
ภาพที่ 1.2 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของยางพาราไทย ปี 2531-2554	3
ภาพที่ 1.3 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของยางพาราไทยจำแนกรายภาค ปี 2554	3
ภาพที่ 1.4 ผลผลิตและผลผลิตยางพาราต่อไร่ของประเทศไทย ปี 2543-2554	4
ภาพที่ 1.5 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2534-2554	5
ภาพที่ 1.6 ผลผลิตและผลผลิตยางพาราต่อไร่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2543-2554	5
ภาพที่ 1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษาผลกระทบการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13
ภาพที่ 2.1 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตยางพาราในประเทศไทย จากปี 2531-2554	17
ภาพที่ 2.2 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ยางพาราในประเทศไทย จากปี 2531-2554	17
ภาพที่ 2.3 ต้นทุนการผลิตยางพาราในประเทศไทย ปี 2543-2554	19
ภาพที่ 2.4 ผลตอบแทนการผลิตยางพาราในประเทศไทย ปี 2543-2554	19
ภาพที่ 2.5 ราคายางก้อนถ้วย ณ โรงนาและการเปลี่ยนแปลงปีต่อปี จากปี 2544-2554	27
ภาพที่ 2.6 ราคายางแผ่นดิบ ณ โรงนาและการเปลี่ยนแปลงปีต่อปี จากปี 2544-2554	27
ภาพที่ 2.7 วิธีการตลาดยางพาราของไทย	28
ภาพที่ 2.8 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทย	29
ภาพที่ 2.9 ตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญของไทย	30
ภาพที่ 2.10 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2534-2554	34
ภาพที่ 2.11 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากปี 2534-2554	34
ภาพที่ 2.12 ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2534-2554	35
ภาพที่ 2.13 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากปี 2534-2554	35
ภาพที่ 2.14 เปรียบเทียบสัดส่วน(ร้อยละ)เนื้อที่กรีตได้และผลผลิตรายภาค ปี 2554	36
ภาพที่ 2.15 ต้นทุนการผลิตยางพารารายภาค ปี 2554	37
ภาพที่ 2.16 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางแผ่นดิบของภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2554	37

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.17 ผลตอบแทนการผลิตยางพารารายภาค ปี 2554	38
ภาพที่ 2.18 ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทน และราคาขาย รายภาค ปี 2554	38
ภาพที่ 2.19 วิธีการตลาดยางพาราโดยรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	45
ภาพที่ 2.20 สัดส่วนการผลิตและวิธีการตลาดยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	46
ภาพที่ 2.21 วิธีการตลาดยางพาราภาคใต้ตอนบน	47
ภาพที่ 2.22 วิธีการตลาดยางพาราภาคใต้ตอนล่าง	47
ภาพที่ 2.23 สัดส่วนการผลิตยางพาราภาคใต้	47
ภาพที่ 3.1 สัดส่วนจำนวนผู้ผลิตยางพารา (ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบ และ น้ำยางสด)	68
ภาพที่ 4.1 ขั้นตอนการซื้อขายยางแผ่นดิบในตลาดกลางยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	74
ภาพที่ 4.2 สัดส่วนการซื้อขายผลผลิตยางของเกษตรกรในอำเภอเซกา จังหวัดบึงกาฬ	76
ภาพที่ 4.3 ขั้นตอนการซื้อขายยางแผ่นดิบในตลาดเครือข่ายผ่านระบบกลางยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	76
ภาพที่ 4.4 ขั้นตอนการซื้อขายยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยในตลาดประมูลท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	79
ภาพที่ 4.5 วิธีการตลาดยางพาราแบบเป็นกลุ่ม/สหกรณ์โดยผ่านตลาดประมูลท้องถิ่นและตลาดท้องถิ่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	82
ภาพที่ 4.6 วิถีตลาดยางพารา กรณีชาวสวนขายยางแผ่นดิบในอำเภอย่านตาขาว	83

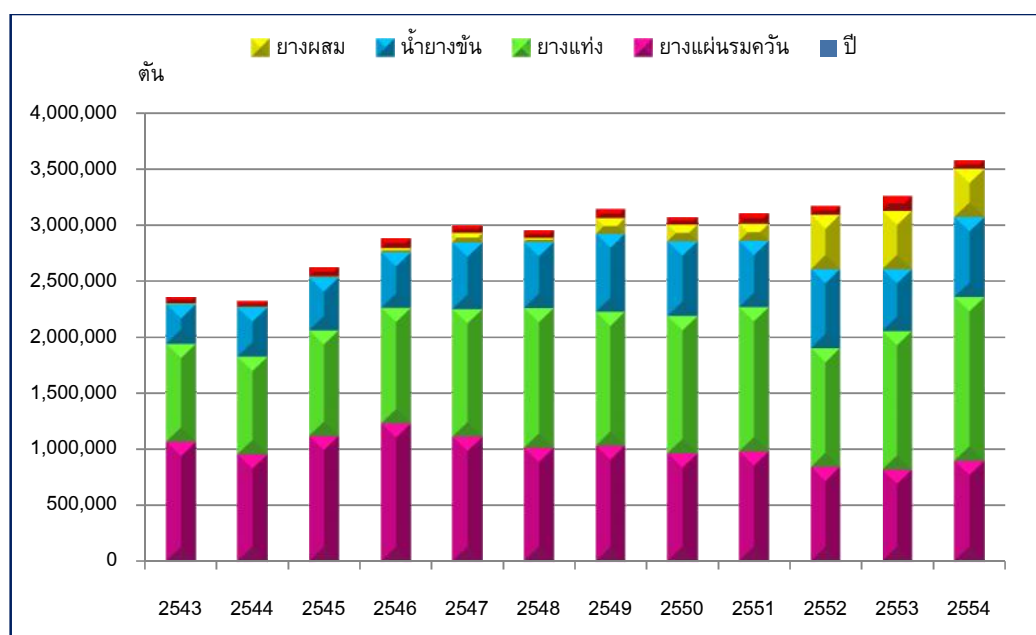
บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

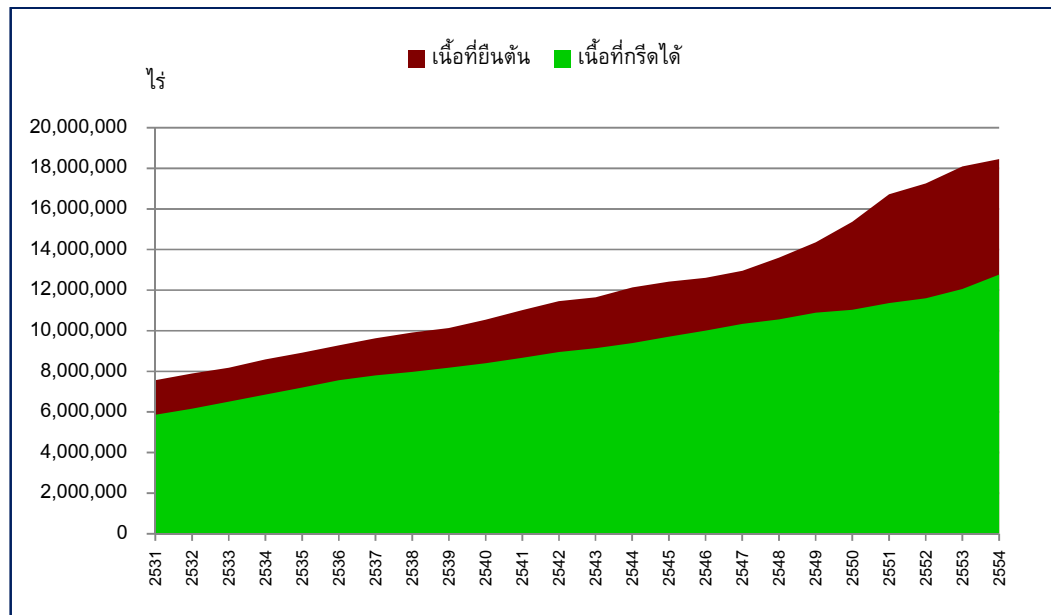
ยางพารา นับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งมีการผลิตและส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของโลก นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2534 จนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีการขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งตอนบน ซึ่งประกอบไปด้วย 12 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย หนองบัวลำภู อุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ สกลนคร นครพนม มุกดาหาร ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และขอนแก่น และตอนล่าง ซึ่งประกอบไปด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี อำนาจเจริญ และยโสธร ส่งผลให้มีผลผลิตและพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นตามลำดับ ปัจจุบันพบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีการปลูกยางพารามากกว่าตอนล่าง โดยตอนบนมีเนื้อที่ปลูก 2,563,256 ไร่ เนื้อที่กรีตได้จำนวน 638,953 ไร่ มีผลผลิตทั้งสิ้น 161,975 ตัน และมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 300 กิโลกรัม (สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย, 2553) ซึ่งเป็นผลจากการขยายเนื้อที่ปลูกยางในปี 2549 ซึ่งอยู่ในช่วงการสนับสนุนของภาครัฐ ตาม โครงการปลูกยางพารา 1 ล้านไร่ ซึ่งมีเป้าหมายขยายเนื้อที่ปลูกยางใน 36 จังหวัด ระหว่างปี 2547-2549 โดยแบ่งเป็น 300,000 ไร่ ใน 17 จังหวัดภาคเหนือ และ 700,000 ไร่ ใน 19 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบกับราคายางอยู่ในเกณฑ์ดีและสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2546 จึงเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรสนใจปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นมากกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ จากข้อมูลทางสถิติของสมาคมยางพาราไทย (2555) จะเห็นได้ว่าผลผลิตยางพาราภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จากข้อมูลปี 2554 มีผลผลิตยางพารารวมทั้งประเทศ 3,569,033 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ประมาณ 1,222,546 ตัน หรือมีอัตราเพิ่มร้อยละ 3.89 (ปี 2543-2554) หรือมีอัตราผลผลิตอยู่ที่ร้อยละ 9.74 (คิดเทียบกับปี 2553) เติบโตขึ้นจากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.77 ตามทิศทางความต้องการใช้ยางทั่วโลกที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ อย่างเช่น ประเทศจีนและอินเดีย เป็นต้น โดยในปี 2554 มีสัดส่วนการผลิตยางแท่งมากที่สุด เท่ากับ 1,455,094 ตัน รองลงมาคือยางแผ่นรมควัน เท่ากับ 892,249 ตัน และน้ำยางข้น เท่ากับ 713,804 ตัน ตามลำดับ โดยมีอัตราเพิ่มร้อยละ 4.81, -1.52 และ 6.67 ตามลำดับ (ปี 2543-2554) ซึ่งจะเห็นได้ว่าในขณะที่ยางแท่งและน้ำยางข้นมีการขยายตัวในการผลิต แต่ยางแผ่นรมควันมีอัตราการผลิตที่ชะลอตัวลงจากปีก่อนหน้า (ภาคผนวกตารางที่ 1 และภาพที่ 1.1) และจากข้อมูลทางสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) จะเห็นได้ว่าในปี 2554 มีเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของประเทศ 18,461,231 ไร่ และ 12,765,636 ไร่ ตามลำดับ โดยมีเนื้อที่ยืนต้นเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 366,203 ไร่ หรือมีอัตราเพิ่มร้อยละ 3.95 (ปี 2531-2554) และมี

เนื้อที่กรีตได้เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 707,399 ไร่ หรือมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.44 เมื่อคิดจากปี 2531-2554 (ภาคผนวกตารางที่ 2 และภาพที่ 1.2) ซึ่งภาคใต้จะมีเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้มากที่สุดคือ 11,906,882 ไร่ และ 9,688,442 ไร่ ตามลำดับ รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3,477,303 ไร่ และ 1,425,172 ไร่ตามลำดับ และภาคกลาง 2,209,644 ไร่ และ 1,459,323 ไร่ ตามลำดับ ถึงแม้ว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีเนื้อที่ยืนต้นมากกว่าภาคกลาง แต่มีเนื้อที่กรีตได้น้อยกว่าทั้งนี้เนื่องจากอายุยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังน้อย เป็นผลมาจากโครงการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา กอปรกับเกษตรกรมีการปลูกยางในพื้นที่ใหม่และเพิ่งเริ่มปลูกยางพาราในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ภาคผนวกตารางที่ 3 และภาพที่ 1.3) โดยในปี 2554 มีผลผลิตทั้งหมดและผลผลิตต่อไร่เท่ากับ 3,348,897 ตัน และ 262 กิโลกรัม ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ประมาณ 297,116 ตัน และ 9 กิโลกรัม ตามลำดับ (ภาคผนวกตารางที่ 2 และภาพที่ 1.4)

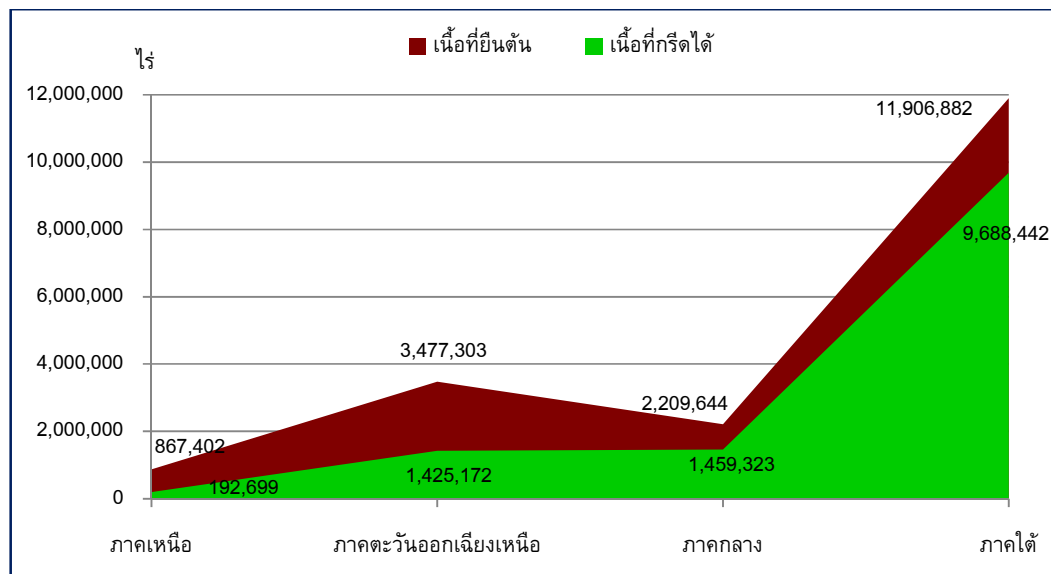


ภาพที่ 1.1 ผลผลิตยางพาราไทย ปี 2543-2554

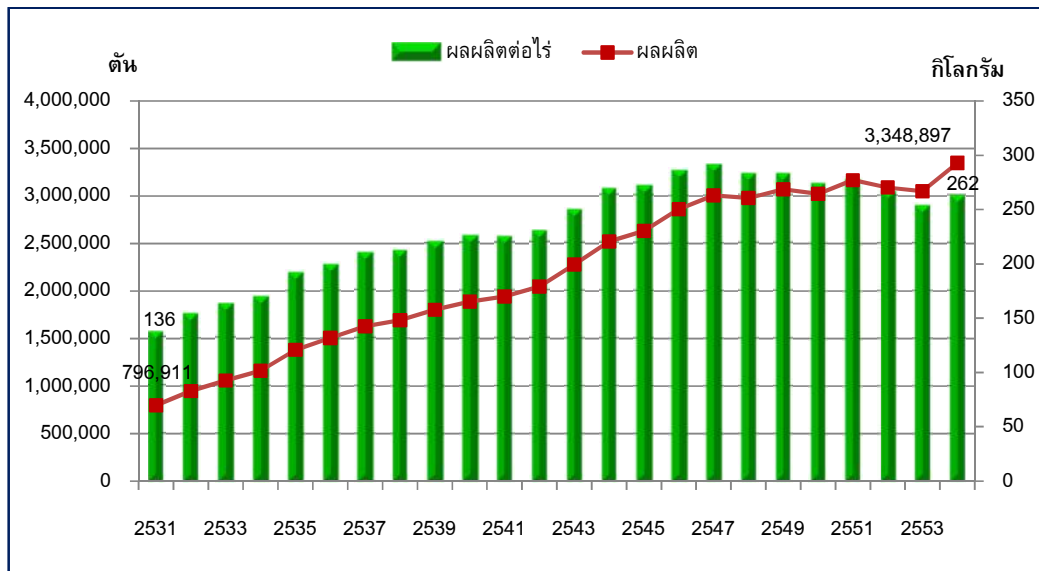
ที่มา : สมาคมยางพาราไทย



ภาพที่ 1.2 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของยางพาราไทย ปี 2531-2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

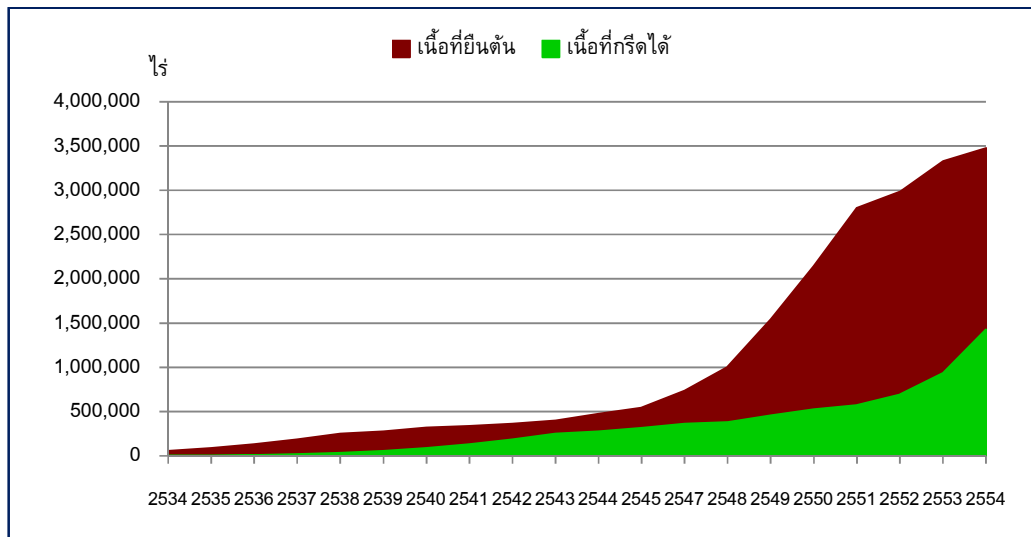


ภาพที่ 1.3 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของยางพาราไทยจำแนกรายภาค ปี 2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

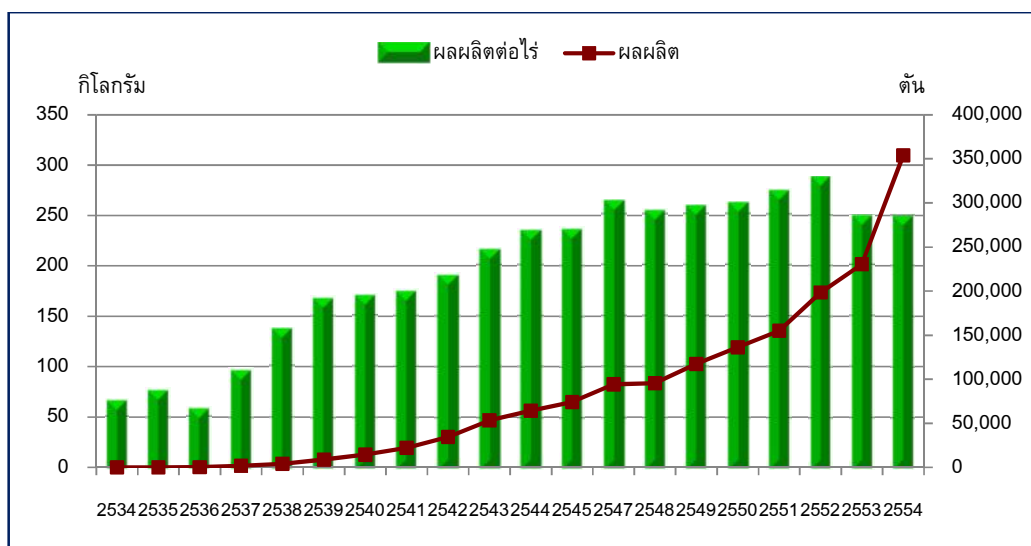


ภาพที่ 1.4 ผลผลิตและผลิตยางพาราต่อไร่ของประเทศไทย ปี 2543-2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ในส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากข้อมูลทางสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร จะเห็นได้ว่า ในปี 2554 มีเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีดยางได้ ประมาณ 3,477,303 ไร่ และ 1,425,172 ไร่ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 150,847 ไร่ และ 492,493 ไร่ ตามลำดับ โดยในปี 2554 มีผลผลิตทั้งหมดและผลผลิตต่อไร่ 353,923 ตัน และ 248 กิโลกรัม ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ประมาณ 123,419 ตัน และ 1 กิโลกรัม ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลผลิตต่อไร่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีปริมาณน้อยกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของทั้งประเทศ (262 กิโลกรัมต่อไร่) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความเหมาะสมทั้งทางด้านสภาพอากาศ ดิน น้ำ แร่ธาตุ ฯลฯ ยังเอื้ออำนวยต่อการปลูกและผลผลิตยางพาราไม่มากนัก แม้ว่าในบางพื้นที่จะมีความอุดมสมบูรณ์เพียงพอ ดังเช่นจังหวัดบึงกาฬ หนองคาย นครพนม สกลนคร อุดรธานี เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่มีอาณาเขตใกล้กับชายฝั่งแม่น้ำโขง และเป็นเขตที่ไม่มีเทือกเขาสูงชันจะปิดกั้นและทำให้มีปริมาณน้ำฝนไม่เพียงพอ รวมถึงมีสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการปลูกยางพารา ซึ่งสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง(2554) ได้ระบุว่าสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการปลูกยางพารานั้น ได้แก่ ความเหมาะสมของดินที่ใช้ปลูกยางซึ่งมีค่าPH ระหว่าง 4.5-5.5 มีปริมาณน้ำฝนที่เพียงพอไม่ต่ำกว่า 1,250 มิลลิเมตรต่อปี มีฝนตก 120-150 วัน มีช่วงแล้งไม่เกิน 4 เดือน รวมทั้งความชื้นสัมพัทธ์ เฉลี่ยตลอดปีไม่น้อยกว่า 65 เปอร์เซ็นต์ และมีอุณหภูมิที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 26-35 องศาเซลเซียส เป็นต้น (ภาคผนวกตารางที่ 5 และภาพที่ 1.5,1.6)



ภาพที่ 1.5 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2534-2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 1.6 ผลผลิตและผลผลิตยางพาราต่อไร่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2543-2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

แม้ว่าผลผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น 230,504 ตัน ในปี 2553 เป็น 353,923 ตัน ในปี 2554 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2554) แต่ยังมีปัญหาและข้อจำกัดอยู่มาก โดยเฉพาะปัญหาด้านการตลาดที่พบว่า พ่อค้าคนกลางเอาเปรียบในเรื่องของราคาซื้อขายผลผลิต เนื่องจากผลผลิตยังไม่ได้มาตรฐานเพียงพอ กอปรกับพ่อค้าคนกลางมี

หลายระดับ ซึ่งแต่ละระดับจะมีต้นทุนการทำธุรกิจที่แตกต่างกัน (ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าขนส่ง ค่าจัดเก็บ และดอกเบี้ย) ส่งผลให้ราคายางที่เกษตรกรได้รับต่ำกว่าราคายางที่เป็นจริง ดังนั้นเกษตรกรส่วนใหญ่ได้แก้ปัญหาโดยการรวมตัวเป็นกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ผู้ผลิตรายพารา เพื่อแก้ไขปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2551) ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มหรือสหกรณ์รายพาราจะใช้วิธีการประมูลยางในการซื้อขายยางพารา ซึ่งจะเป็นลักษณะของตลาดประมูลยางท้องถิ่น และจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่ากลุ่มสหกรณ์รายพาราที่อยู่ใกล้ตลาดกลางจะได้ราคาซื้อขายยางพารามากกว่าตลาดกลางประมาณ 3-4 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากกลุ่มสหกรณ์รายพาราถูกเอารัดเอาเปรียบในการคัดคุณภาพ การชั่งน้ำหนัก รวมทั้งค่าขนส่งที่ถูกหักออกไป ทำให้ได้ราคาที่ต่ำกว่าที่จะเป็น และการนำยางไปขายที่ผ่านตลาดกลางจะมีต้นทุนค่าขนส่งที่สูง ทำให้พ่อค้าคนกลางเข้าไปรับซื้อยางจากเกษตรกรแล้วนำไปขายที่ตลาดกลางทำให้ได้รับราคาที่สูงขึ้น นอกจากนี้กลุ่มสหกรณ์รายพาราส่งข้อมูลข่าวสารทางการตลาด ที่จะนำไปใช้ในการตัดสินใจขายยางพารา เพราะไม่มีเจ้าหน้าที่สถาบันทางการตลาดกลางในพื้นที่เป็นผู้ทำหน้าที่แพร่กระจายข้อมูลให้แก่เกษตรกรที่ต้องการและรวดเร็วภายในเขตพื้นที่รับผิดชอบนั้นๆ รวมทั้งมีเจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) ที่ควบคุมดูแลตลาดรายพาราไม่เพียงพอก่อให้เกิดปัญหาการดูแลรับผิดชอบไม่ทั่วถึง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริการของตลาด รวมถึงการรักษาระดับมาตรฐานของการคัดชั้นยาง การชั่งน้ำหนักยางและการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการซื้อขายยางของตลาดได้ ดังนั้นตลาดกลางรายพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ตลาดกลางรายพาราบุรีรัมย์อยู่ที่ จ.บุรีรัมย์ 1 แห่ง ซึ่งเป็นศูนย์กลางซื้อขายยางพาราของอีสานตอนใต้ และตลาดกลางหนองคายอยู่ที่จังหวัดหนองคาย 1 แห่ง ซึ่งเป็นแหล่งซื้อขายยางสำหรับพื้นที่ภาคอีสานตอนเหนือ จึงได้จัดตั้งตลาดเครือข่ายของตลาดกลางรายพารามาเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันในพื้นที่ห่างไกลได้เข้าถึงตลาดกลางการซื้อขายโดยตรงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยทางตลาดกลางรายพาราจะสนับสนุนอุปกรณ์ทางการตลาด ฝึกอบรมทางวิชาการและจัดระบบการซื้อขายเหมือนตลาดกลางรายพาราทุกประการ จะทำให้สามารถขายผลผลิตได้ในราคาสูงกว่าราคาท้องถิ่นและสามารถแก้ไขปัญหาที่ประสบอยู่ได้สำเร็จ (สำนักงานตลาดกลางรายพาราหนองคาย, 2554)

นอกจากนี้การสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่าตลาดเครือข่ายของตลาดกลางรายพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเพียงแค่ 2 แห่งที่ดำเนินการแล้วได้แก่ กลุ่มสหกรณ์รายพาราคำบอน อ.เซกา จ.บึงกาฬ เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางรายพาราหนองคาย และกลุ่มสหกรณ์รายพาราภูผายล อ.บุณฑริก จ.อุบลราชธานี เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางรายพาราบุรีรัมย์ ซึ่งพบว่าทั้งสองกลุ่มจะได้ราคายางที่เป็นธรรมและราคาสูงกว่าราคาท้องถิ่นรวมถึงความรวดเร็วในการได้รับเงินเร็วกว่าการประมูลยางทั่วไปเพราะการจ่ายเงินค่ายางพาราก็จะให้กลุ่มสหกรณ์รายพาราจ่ายเงินสำรองให้กับสมาชิกไปก่อน เมื่อผู้ประมูลโอนเงินค่ายางเข้าบัญชี

สำนักงานตลาดกลางแล้ว สำนักงานตลาดกลางยางพาราในพื้นที่จะโอนเงินเข้าบัญชีของกลุ่มสหกรณ์ยางพาราในพื้นที่นั้น ๆ ทันที แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มสหกรณ์ยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังไม่เข้าใจถึงตลาดเครือข่ายว่าเป็นทางเลือกที่จะทำให้กลุ่มมีอำนาจการต่อรองด้านราคาให้ได้รับความเป็นธรรมจากการขายยาง ทั้งด้านราคา คุณภาพน้ำหนัก และสามารถลดภาระค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาด ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นได้ และส่วนใหญ่ก็เข้าใจว่าการเข้าสู่ตลาดเครือข่ายนั้นผลผลิตของกลุ่มจะต้องถูกคัดคุณภาพในเกณฑ์ที่สูงกว่าการซื้อขายแบบประมูลทั่วไป อีกทั้งพ่อค้าคนกลางหรือผู้ประมูลไม่ต้องการให้กลุ่มสหกรณ์เข้าสู่ตลาดเครือข่าย เพราะจะทำให้มีต้นทุนการซื้อขายยางพาราที่เพิ่มขึ้น ฉะนั้นสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นอุปสรรคในการขยายหรือสร้างตลาดเครือข่ายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาช่องทางการกระจายการพัฒนาตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อทราบถึงหน้าที่ทางการตลาดว่ามีอะไรบ้าง หน้าที่แต่ละหน้าที่ทำอะไร ทำอย่างไร ทำอยู่ตลาดทำได้ดีเพียงใด ในแต่ละหน้าที่ที่มีต้นทุนและส่วนเหลือของการตลาดอย่างไร มีปัญหาหรืออุปสรรคใดในการดำเนินการ อีกทั้งจะได้ทราบข้อเท็จจริงการทำหน้าที่ต่าง ๆ ว่าได้กระทำตามที่สมควรหรือไม่ หรือเหตุผลใดที่ทำให้ตลาดไม่ได้ทำหน้าที่ใดทั้งๆ ที่ควรจะทำ เพื่อที่จะได้หาแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจะเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ตลาดกลางยางพาราและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1. เพื่อศึกษาถึงแหล่งผลิตที่สำคัญ ลักษณะการผลิต การตลาด การซื้อและการขายยางพารา รวมทั้ง การแปรรูปและการขนส่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง

1.2.2. เพื่อศึกษาถึงหน้าที่การตลาดยางพารา วิธีการตลาดยางพาราและการกำหนดราคาในตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง

1.2.3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของหน้าที่ทางการตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง

1.2.4. ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำฐานข้อมูลตลาดยางพารา ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง

1.2.5. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและแนวทางการพัฒนาตลาดยางพาราเพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง

1.3 วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งผลผลิตที่สำคัญ ลักษณะการผลิตและการตลาด การแปรรูป การเก็บรักษา และการขนส่ง ช่องทางการกระจายผลผลิตยางพารา ส่วนแบ่งการตลาด ต้นทุนและส่วนเหลือการตลาด การซื้อและการขายยางพาราผ่านตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ จังหวัดหนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และบุรีรัมย์ ตลาดกลางยางพาราจังหวัดหนองคาย และจังหวัดบุรีรัมย์ ตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราหนองคายและบุรีรัมย์ ได้แก่ กลุ่มสหกรณ์ยางพาราคำบอน อ.เซกา จังหวัดบึงกาฬ เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราหนองคาย และกลุ่มสหกรณ์ยางพาราภูผอยลุม อ.บุญทรีย จังหวัดอุบลราชธานี เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ และพ่อค้าในระดับต่างๆ ซึ่งรายละเอียดวิธีการดำเนินการศึกษา มีดังต่อไปนี้

1.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะเลือกจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากที่สุดอย่างน้อย 3 อันดับแรกของแต่ละพื้นที่ และมีตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการเลือกสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราใน 4 จังหวัด จำนวน 320 ครัวเรือน ได้แก่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 38 ครัวเรือน อุดรธานี จำนวน 106 ครัวเรือน ขอนแก่น จำนวน 121 ครัวเรือน และบุรีรัมย์ จำนวน 55 ครัวเรือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละได้ดังนี้ จังหวัดหนองคาย คิดเป็นร้อยละ 11.87 อุดรธานี คิดเป็นร้อยละ 33.12 ขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 37.81 และบุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 17.19 และมีการสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มเกษตรกร จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มหัวหน้าค่ายทอง จังหวัดอุดรธานี และกลุ่มเกษตรกรจังหวัดบุรีรัมย์ และสัมภาษณ์สหกรณ์จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และสหกรณ์นิคมดงมูล จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งยังมีการสุ่มเลือกตัวอย่าง (Random) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดจากพ่อค้าท้องถิ่น จำนวน 3 ราย และบริษัท/โรงงานแปรรูปขึ้นต้น จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ บริษัทนอร์ทอีสรับเบอร์ จำกัด จังหวัดบุรีรัมย์ และบริษัท ไทยฮั่วยางพารา จำกัด (มหาชน) จังหวัดอุดรธานี โดยไม่ใช้แบบสัมภาษณ์/แบบสอบถาม นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักงานตลาดกลางยางพารา จังหวัดหนองคาย และเจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการทำงานวิจัยครั้งนี้

1.3.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview schedule) สัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Personal interview) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา จำนวน 320 ครัวเรือน ซึ่งแบบสัมภาษณ์ที่ใช้นั้นจะ

ประกอบด้วยคำถามที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือก (Close-ended question) และคำถามที่มีลักษณะให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ (Open-ended question)

1.3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการผลิตและการตลาด ต้นทุนและผลตอบแทน ช่องทางการกระจายผลผลิต โครงสร้างการตลาด ต้นทุนการตลาด ส่วนเหลือการตลาด และปริมาณของผลผลิตยางพาราที่นำมาจำหน่ายในตลาด และราคาจำหน่าย ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของตลาดยางพารา ขั้นตอนกระบวนการขายยาง หน้าที่การตลาดยางพารา รูปแบบและแนวทางการพัฒนาตลาดยางพารา และปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ

1.1 ทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตรายพารา จำนวน 30 ชุด เพื่อปรับแก้ความบกพร่องในด้านความหมายของคำถามในแบบสอบถามให้ชัดเจนมากขึ้น

การวิเคราะห์ความเชื่อถือ (Reliability) เบื้องต้น โดยดำเนินการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำผลที่ได้มาทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของคำถามและแบบสอบถาม โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach' Alpha ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach' Alpha จะมีค่าตั้งแต่ 0 -1 และค่าที่เหมาะสมซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้นั้นควรมีค่ามากกว่า 0.60

ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficeint) ของครอนบาก (Cronbach.1970 : 161)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน จำนวนข้อในแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

S^2 แทน คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเพื่อใช้สนับสนุนการศึกษาให้มีความสมบูรณ์โดยรวบรวมข้อมูลจาก เอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมทั้งข้อมูลจากหน่วยงานทางราชการที่เกี่ยวข้อง เช่นตลาดประมูลยางทั่วไป ตลาดกลางยางพาราและ ตลาดเครือข่าย

3. การประชุมระดมความคิด แลกเปลี่ยนความคิดเห็นวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค

1.3.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับวิเคราะห์ตลาดยางพารา

2. ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square Test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดการองค์กร ขั้นตอนการซื้อขาย การคัดคุณภาพยางพารา สถานที่ให้บริการ ปริมาณผลผลิตที่ดำเนินธุรกิจ ราคาผลผลิต กับประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาดประมุลยางทั่วไป ตลาดกลาง ตลาดกลางเครือข่าย

3. การวิเคราะห์ระดับทัศนคติของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในการประเมินปัญหาและอุปสรรคใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับสำหรับวัดตัวแปรทั้งหมด

ค่าคะแนนของระดับปัญหา

ระดับมากที่สุด = 5

ระดับมาก = 4

ระดับปานกลาง = 3

ระดับน้อย = 2

ระดับน้อยที่สุด = 1

ส่วนการแปลความหมาย ระดับปัญหาของเกษตรกรโดยการนำค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคำตอบแต่ละด้าน และแต่ละข้อ แล้วแปลผลตามเกณฑ์ของเบสต์และคาห์น (Best & Kahn, 1993) ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ค่าเฉลี่ยกลาง (Mid - point) เป็นเกณฑ์ ซึ่งกำหนดค่าคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

4.การจัดทำฐานข้อมูล ชนิด คุณภาพ และปริมาณของผลผลิตยางพาราที่นำมาจำหน่ายในตลาดและราคาจำหน่ายในตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.4.1 ส่วนเหลือการตลาด

สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2549) กล่าวว่าส่วนเหลือการตลาด (Marketing margin) หมายถึง ส่วนต่างระหว่างราคาขายปลีกกับราคาขายของผู้ผลิต สำหรับสินค้าเกษตรก็หมายถึงราคาขายของเกษตรกรนั่นเอง ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

ส่วนเหลือการตลาด = ราคาขายปลีก – ราคาขายของเกษตรกร

หรือ $MMU = Pr - Pf$

มูลค่าส่วนเหลือการตลาด (The value of marketing margin : VMM)

หมายถึง ส่วนต่างระหว่างราคาขายปลีกกับราคาขายของผู้ผลิตหรือเกษตรกร คูณด้วยปริมาณสินค้าที่ซื้อขายในตลาด เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

มูลค่าส่วนเหลือการตลาด = (ราคาขายปลีก – ราคาขายของเกษตรกร) X ปริมาณสินค้าที่ซื้อขายในตลาด

หรือ $VMM = (Pr - Pf) Qrf$

มูลค่าส่วนเหลือการตลาด แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) ต้นทุนการตลาด (Marketing cost) และ 2) ค่าบริการการตลาด (Marketing charge) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ต้นทุนการตลาด หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ปัจจัยต่างๆในการผลิตสินค้า แปรรูป และการทำหน้าที่การตลาดอื่นๆ เช่น การซื้อ การขาย การเก็บรักษา การขนส่ง การเสี่ยงภัย การบริการด้านการเงิน การแข่งขันคุณภาพ เป็นต้น โดยนับตั้งแต่จุดที่สินค้าเริ่มเคลื่อนย้ายจากมือผู้ผลิตหรือเกษตรกรไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย ผลตอบแทนที่ได้นั้นประกอบไปด้วย ค่าจ้าง ค่าเช่า และค่าดอกเบี้ย ซึ่งก็คือผลตอบแทนต่อแรงงาน ที่ดินหรืออาคารสำนักงาน และทุน ตามลำดับ

ในการพิจารณาด้านต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิด จำเป็นต้องทราบถึงวิธีการตลาดของสินค้านั้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เช่น บางอย่างเน่าเสียง่าย บางอย่างต้องมีกระบวนการแปรรูปหลายขั้นตอน บางอย่างผลิตได้เฉพาะบางฤดูกาล ทำให้จำนวนคนกลางในตลาดสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน อันเป็นผลให้ส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดแต่ละประเภทจึงมีมากน้อยแตกต่างกันไป

2. ค่าบริการการตลาด หมายถึง ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางในตลาดแต่ละระดับ อันได้แก่ ผลตอบแทนหรือกำไรต่อการบริการของผู้ขายปลีก ผู้ขายส่ง ผู้รวบรวม นายหน้า และผลตอบแทนต่อกิจกรรมการแปรรูปของพ่อค้าแปรรูป ผลตอบแทนต่อการบริการของคนกลางตลาดในแต่ละระดับนั้น จะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า

จะเห็นว่าส่วนเหลือการตลาดจะเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่จะช่วยในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการดำเนินการของระบบการตลาดของสินค้านั้นๆ โดยจะสามารถชี้ให้เห็นว่า เงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะตกไปถึงมือผู้ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้แปรรูป พ่อค้าในระดับตลาดต่างๆ เป็นสัดส่วนเท่าใด ผู้ใดและในตลาดระดับใดมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง มากน้อยเพียงใดตลอดจนพ่อค้าในระดับใดได้รับผลตอบแทนเป็นสัดส่วนมากน้อยเพียงใด ทั้งยังช่วยในการวิเคราะห์การตลาดของสินค้านั้นด้วย เมื่อพิจารณาว่าส่วนเหลือการตลาดมีแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งแล้ว อาจจะสามารถศึกษาและวิเคราะห์ได้ว่า

เหตุใดส่วนเหลือของการตลาดของสินค้านั้นๆมีแนวโน้มไปในลักษณะเช่นนั้น พฤติกรรมส่วนใดในระบบตลาดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนั้น เป็นต้น

1.3.5 การใช้ผลงานวิจัยและผู้ใช้งาน

1.สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) ตลาดกลางยางพาราหนองคาย และตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ใช้เป็นแนวทางการกำหนดนโยบายหรือมาตรการพัฒนาตลาดยางพารา

2.กลุ่มสหกรณ์ยางพาราคำบอน อ.เซกา จ.บึงกาฬ เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราหนองคาย และกลุ่มสหกรณ์ยางพาราภูผอยลุม อ.บุณฑริก จ.อุบลราชธานี เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ นำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงตลาดเครือข่ายของกลุ่มตนเองให้มีความเข้มแข็ง

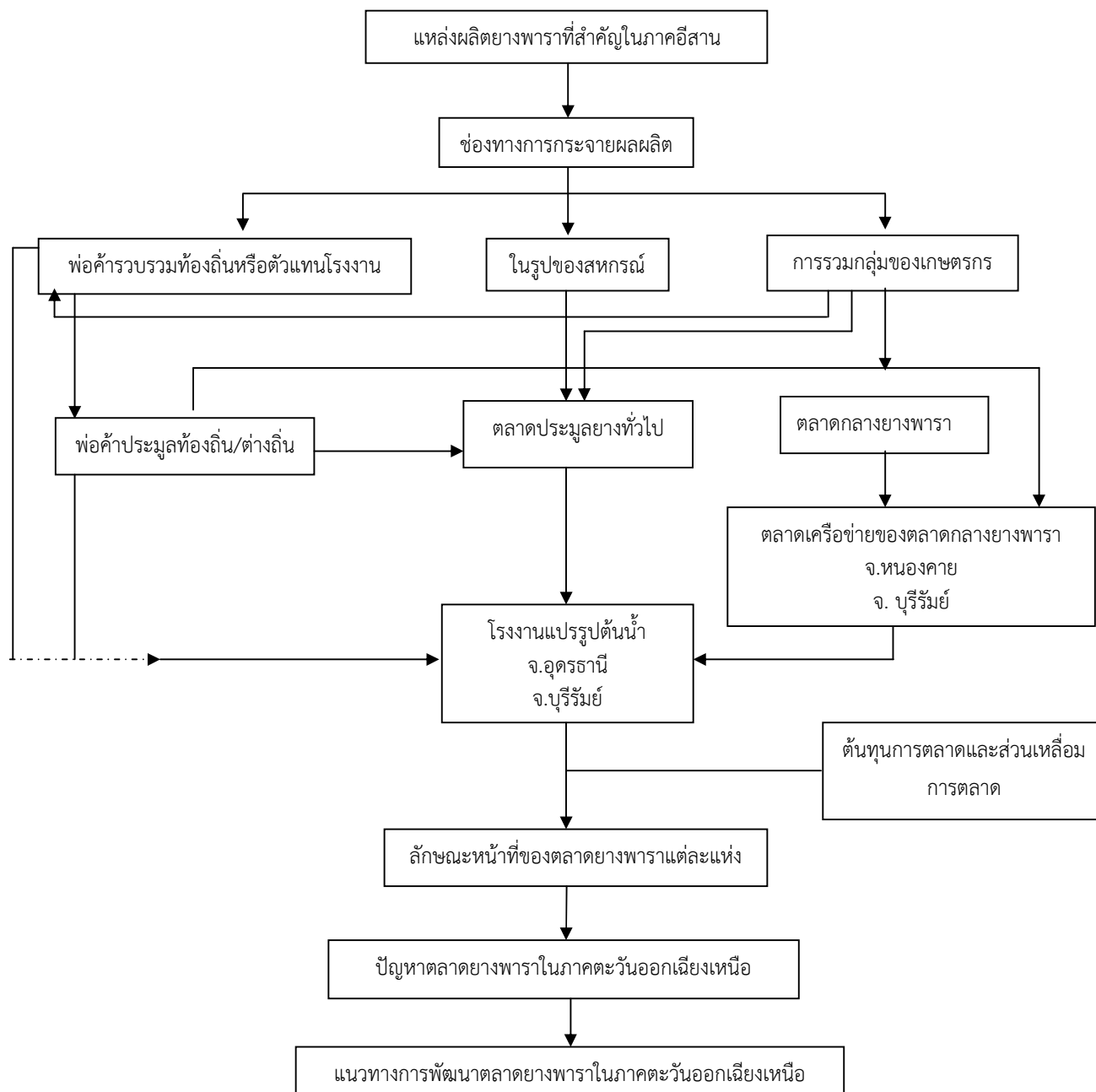
3.กลุ่มสหกรณ์ยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการตลาด

4.กลุ่มกองทุนสวนยางของเกษตรกรและพ่อค้าระดับต่างๆในภาคตะวันออกเฉียงเหนือใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมความเข้มแข็งและพัฒนาการตลาด

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งผลผลิตที่สำคัญ ลักษณะการผลิตและการตลาด การแปรรูป การเก็บรักษา และการขนส่ง ช่องทางการกระจายผลผลิตยางพารา ส่วนแบ่งการตลาด ต้นทุนและส่วนเหลือการตลาดของผู้ผลิตในระดับเกษตรกร พ่อค้าในระดับต่างๆ การซื้อและการขายยางพาราผ่านตลาดประมูลยางท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดหนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และบุรีรัมย์ ตลาดกลางยางพาราจังหวัดหนองคาย และจังหวัดบุรีรัมย์ ตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราหนองคายและบุรีรัมย์ ได้แก่ กลุ่มสหกรณ์ยางพาราคำบอน อ.เซกา จังหวัดบึงกาฬ เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราหนองคาย และกลุ่มสหกรณ์ยางพาราภูผอยลุม อ.บุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี เป็นตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ และพ่อค้าในระดับต่างๆ ตลอดจนกำหนดแนวทางการแก้ไขและนำไปสู่การพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดยางพารา

1.4.1 กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษากลไกการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ในการศึกษากลไกการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือครั้งนี้จะเริ่มจากการเลือกแหล่งผลิตยางพาราที่สำคัญในภาคอีสาน ซึ่งได้แก่ จังหวัดหนองคาย/บึงกาฬ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเกษตรกรจะมีช่องทางการกระจายผลผลิตดังนี้คือ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นหรือตัวแทนโรงงาน สหกรณ์ และการรวมกลุ่มของเกษตรกร ซึ่งสามารถขายผลผลิตของตนเองให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นหรือตัวแทนโรงงาน พ่อค้าประมวลท้องถิ่น/ต่างถิ่น ตลาดประมูลยาง ตลาดกลางยางพารา ตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพารา (จะช่วยลดต้นทุนการขนส่งผลผลิต เนื่องจากแหล่งผลิตของเกษตรกรอยู่ไกลจากแหล่งจำหน่ายหลัก ดังนั้นตลาดเครือข่ายจึงช่วยให้เกษตรกรมีความสะดวก และย่นระยะทางในการขนส่งมาจำหน่ายในที่ไกลจากแหล่งผลิต) และโรงงานแปรรูปขึ้นต้นได้เช่นกัน จากนั้นจะศึกษาต่อไปว่ามีต้นทุนการตลาดและส่วนเหลือจากการตลาดเป็นอย่างไร ตลาดยางพาราแต่ละแห่งมีลักษณะหน้าที่อย่างไร รวมไปถึงปัญหาของตลาดยางพาราและแนวทางการพัฒนาตลาดยางพาราตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

1.4.2 ความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

1.4.2.1 ยางพารา (Para Rubber) ชื่อวิทยาศาสตร์ *Hevea Brasiliensis* ชื่อวงศ์ EUPHORBICEAE (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2552) ยางพารา เป็นต้นไม้ยืนต้น มีถิ่นกำเนิดบริเวณลุ่มน้ำอเมซอน ประเทศบราซิล และเปรู ทวีปอเมริกาใต้ โดยชาวพื้นเมืองเรียกว่า คาอูท์ชุก (Caoutchouc) แปลว่าต้นไม้ร้องไห้ จนถึงปี พ.ศ. 2313 (1770) โจเซฟ ปริสตี จึงพบว่า ยางสามารถนำมาสกัดของดินสอได้ จึงเรียกว่า ยางลบหรือตัวลบ (Rubber) ซึ่งเป็นศัพท์ใช้ในอังกฤษและฮอลแลนด์เท่านั้น ในอเมริกาใต้มีศูนย์กลางของการซื้อขายยางก็อยู่ที่เมืองท่าชื่อพารา (Para) จึงมีชื่อเรียกว่า ยางพารา (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2555)

1.4.2.2 ยางก้อนถ้วย (Cup Lump) หมายถึง ผลผลิตที่ได้จากน้ำยางสด ที่ออกมาในรูปของน้ำยางข้นจับตัวกันโดยผสมกรดฟอร์มิค มีลักษณะเป็นรูปถ้วย สะอาด สีสวย ไม่มีสิ่งปะปน และไม่มีกลิ่นเหม็น มีน้ำหนักประมาณ 80 – 500 กรัม การผลิตยางก้อนถ้วยมีอยู่ 2 วิธีคือ 1.) วิธีหยอดน้ำกรดลงในถ้วยแล้วปล่อยให้จับตัวตามธรรมชาติ 2.) วิธีหยอดน้ำกรดแล้วคน (เดลินิวส์, 2551)

1.4.2.3 ยางแผ่นดิบ (Unsmoked Sheet : USS) หมายถึง ยางแผ่นที่ทำจากน้ำยางสด ที่ทำให้จับตัวเป็นก้อนด้วยกรดแล้วรีดเป็นแผ่นบางๆ เป็นยางที่มีความชื้นอยู่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

1.4.2.4 ยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet : RSS) หมายถึงยางแผ่นที่ทำให้แห้งโดยใช้ความร้อน แล้วปล่อยให้ควันเข้าไปเคลือบผิวของแผ่น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

1.4.2.5 ยางแผ่นผึ่งแห้ง (Air Dried Sheet : ADS) หมายถึงยางแผ่นที่ทำให้แห้งโดยใช้อากาศธรรมชาติหรืออากาศร้อน มีคุณสมบัติพิเศษคือ มีสีใส (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

1.4.2.6 ยางแท่ง (Block Rubber, Technically Specified Rubber) หมายถึงยางที่ผ่านการย่อยเป็นชิ้นเล็กๆแล้วอบให้แห้งด้วยความร้อนแล้วจึงอัดเป็นแท่ง เป็นยางที่มีการกำหนดมาตรฐานคุณสมบัติทางเทคนิค (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

1.4.2.7 น้ำยางสด (Latex) หมายถึง ของเหลวสีขาวที่ไหลออกจากต้นยาง มีส่วนประกอบหลายชนิดอยู่ภายในและมีปริมาณเนื้อยางแห้งอยู่ประมาณ ร้อยละ 30 – 40 (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

1.4.2.8 ผู้ผลิต (producer) หมายถึง เจ้าของสวนยาง และคนกรีดยาง โดยในปัจจุบันผู้ผลิตหันไปผลิตยางก้อนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผลิตง่ายกว่า ใช้เวลาน้อยกว่า และต้นทุนต่ำกว่า ถึงแม้ว่าราคาจะถูกกว่าก็ตาม

บทที่ 2

บททวนวรรณกรรม

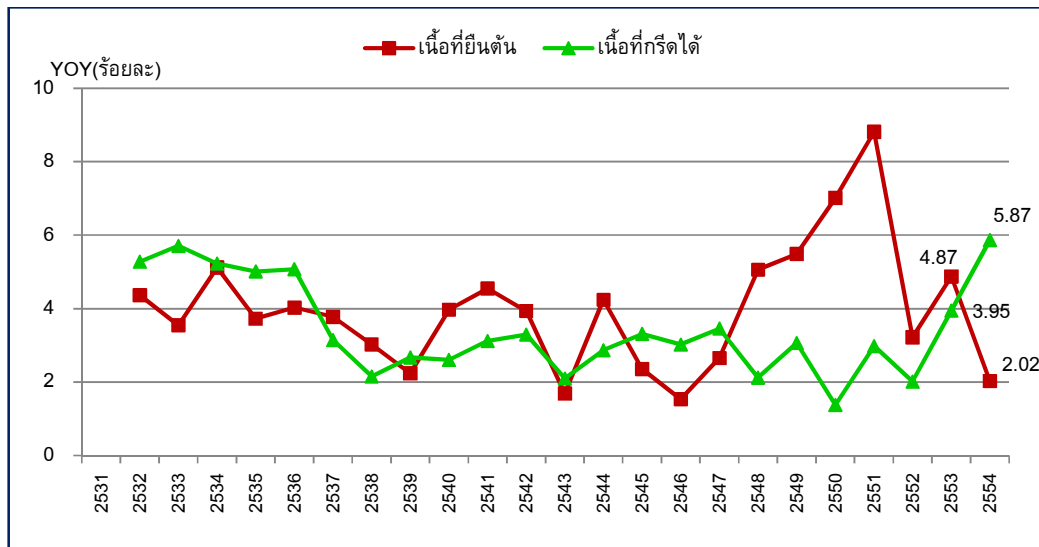
การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการศึกษาสถานการณ์การผลิตและการค้ายางพาราของไทยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยต่างๆ และสถานการณ์การผลิตและการค้ายางพาราของไทย ดังนี้

2.1 การผลิตยางพาราของไทย

2.1.1 การผลิตยางพาราไทย

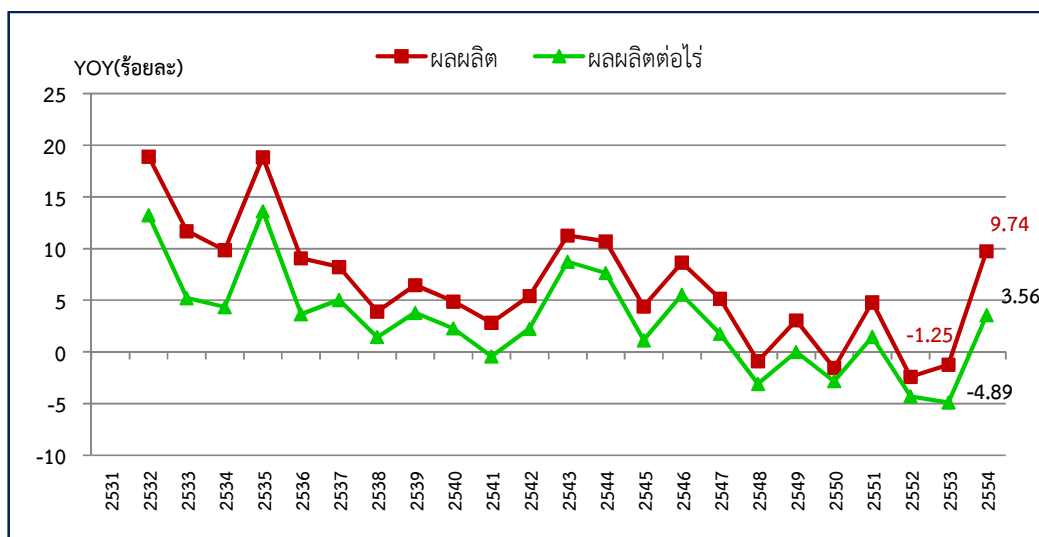
จากที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้นในบทที่ 1 การผลิตยางพาราไทย ปี 2554 มีผลผลิตยางพารารวมทั้งประเทศ 3,569,033 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ประมาณ 1,222,546 หรือมีอัตราผลผลิตอยู่ที่ร้อยละ 9.74 (คิดเทียบกับปี 2553) เติบโตขึ้นจากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.77 ตามทิศทางการต้องการใช้ยางทั่วโลกที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว 2554 มีเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของประเทศ 18,461,231 ไร่ และ 12,765,636 ไร่ ตามลำดับ โดยมีเนื้อที่ยืนต้นเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 366,203 ไร่ หรือมีอัตราเพิ่มร้อยละ 3.95 (ปี 2531-2554) และมีเนื้อที่กรีตได้เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 707,399 ไร่ หรือมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.44 (ปี 2531-2554) ซึ่งทางสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) กล่าวว่านโยบายสนับสนุนการขยายเนื้อที่ปลูกยางพาราของรัฐบาล ส่งผลให้พื้นที่ปลูกยางพาราของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากอินโดนีเซีย และมีผลผลิตยางพารามากที่สุดในโลก โดยในปี 2554 ประเทศไทย มีเนื้อที่ปลูกยางพาราทั้งหมดประมาณ 18,461,231 ไร่ ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 18.30 ล้านไร่ในปี 2553 มีพื้นที่กรีตยางพารารวมประมาณ 13.81 ล้านไร่ เพิ่มขึ้นจาก 18,095,028 ไร่ ในปี 2553 และมีผลผลิต 3,348,897 ตัน เพิ่มขึ้นจาก 3,051,781 ตัน ในปี 2553 และมีผลผลิตต่อไร่ 262 กิโลกรัม ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 253 กิโลกรัม ในปี 2553 แสดงให้เห็นว่าในปี 2554 มีเนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีตได้ ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ขยายตัวขึ้นจากปีก่อนหน้า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการขยายเนื้อที่ปลูกยางตามโครงการเพิ่มพื้นที่ปลูกยางพาราของรัฐบาล กอปรกับราคายางอยู่ในเกณฑ์ดีและสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2546 จึงเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นมากกว่าเป้าหมาย และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อปริมาณผลผลิตยางพารา รวมไปถึงการดูแลรักษา การจัดการ การใส่ปุ๋ยบำรุง การกรีดยางที่ถูกวิธี หรือปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อปริมาณน้ำยาง ซึ่งจะเห็นได้จากอัตราของเนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีตได้ ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ ในปี 2554 อยู่ที่ร้อยละ 2.02 , 5.87, 9.74 และ 3.56 ตามลำดับ (คิดเทียบกับปี 2553) ซึ่งจะเห็นการเคลื่อนไหวของเนื้อที่และผลผลิตดังกล่าวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเนื้อที่ให้ผล

ผลิตมีการขยายตัวสูงขึ้น แต่เนื้อที่ยืนต้นกลับมีการชะลอตัวลง อาจเนื่องจากการส่งเสริมการปลูกยางพาราในเขตพื้นที่ใหม่ไปก่อนหน้านี้แล้ว จึงส่งผลให้ ใน ปี 2554 มีอัตราเนื้อที่ยืนต้นลดลงจากปีก่อนหน้า ส่วนผลผลิตและผลผลิตต่อไร่มีอัตราที่เร่งขึ้นจากปีก่อนหน้า (ภาคผนวกตารางที่ 2 และภาพที่ 2.1, 2.2)



ภาพที่ 2.1 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตยางพาราในประเทศไทย จากปี 2531-2554

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 2.2 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ยางพาราในประเทศไทย จากปี 2531-2554

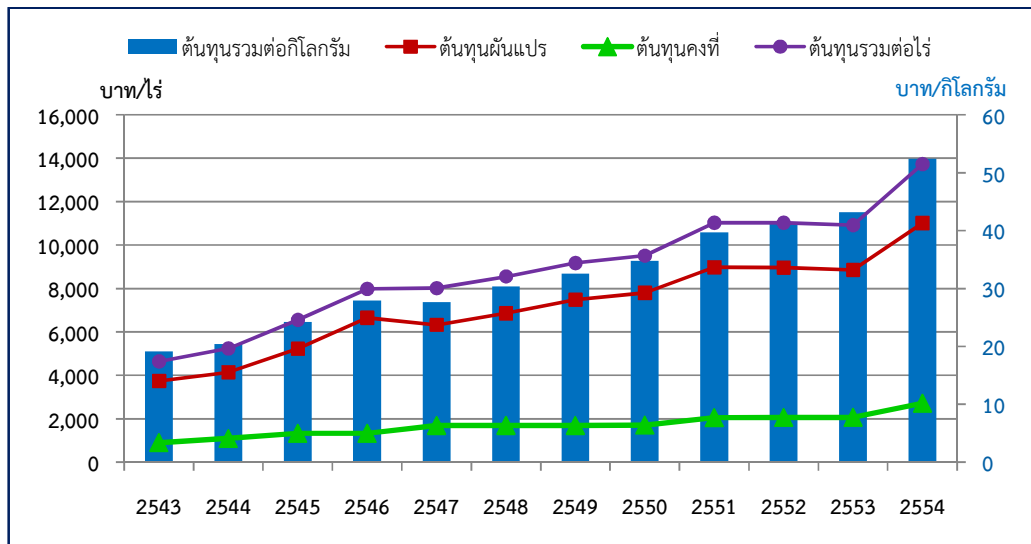
ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2.1.1.1 การกระจายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศไทย

จากที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้นในบทที่ 1 และข้อมูลทางสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ได้ระบุว่า เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทยในแต่ละจังหวัดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (ปี 2551-2554) ซึ่งส่งผลให้ในแต่ละภูมิภาคมีการกระจายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยภาคใต้มีเนื้อที่ปลูกมากที่สุด เพิ่มขึ้นจาก 11,339,698 ไร่ ในปี 2551 เป็น 11,906,882 ไร่ ในปี 2554 ซึ่งมีเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้น 567,184 ไร่ รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพิ่มขึ้นจาก 2,799,209 ไร่ ในปี 2551 เป็น 3,477,303 ไร่ ในปี 2554 ซึ่งมีเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้น 678,094 ไร่ ภาคกลาง (ภาคตะวันออก) เพิ่มขึ้นจาก 1,977,460 ไร่ ในปี 2551 เป็น 2,209,644 ไร่ ในปี 2554 ซึ่งมีเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้น 232,184 ไร่ และภาคเหนือ มีพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นจาก 600,578 ไร่ ในปี 2551 เป็น 867,402 ไร่ ในปี 2554 ซึ่งมีเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้น 266,824 ไร่ (ภาคผนวกตารางที่ 3, 4 และภาพที่ 1.3)

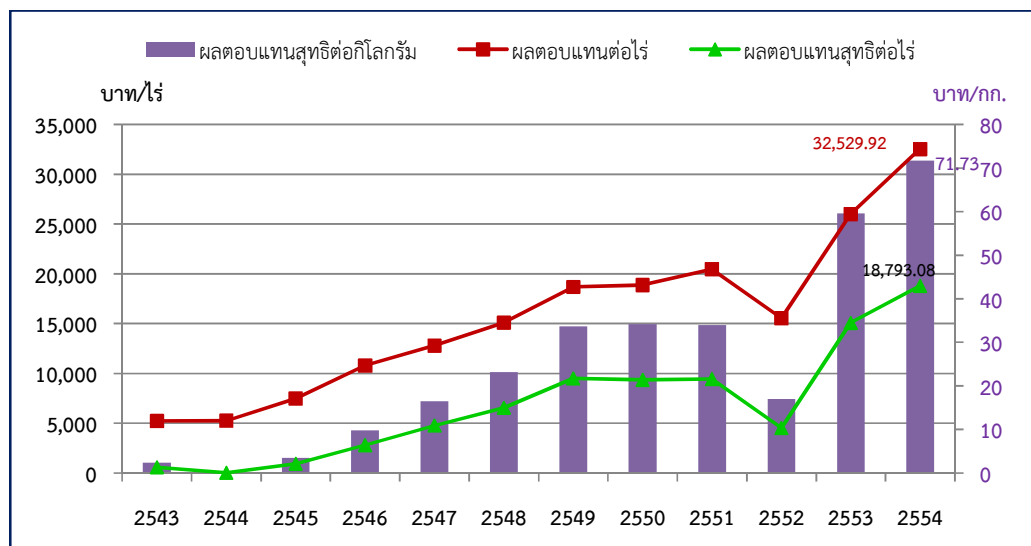
2.1.1.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราไทย

จากข้อมูลทางสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ระบุว่า ในปี 2554 ต้นทุนรวมต่อไร่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ และต้นทุนรวมต่อกิโลกรัมภายในประเทศ เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 2,165.37 บาทต่อไร่, 649.04 บาทต่อไร่, 2,814.41 บาทต่อไร่ และ 9.26 บาทต่อกิโลกรัม หรือมีอัตราเพิ่มร้อยละ 10.32, 10.53, 10.36 และร้อยละ 9.61 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าต้นทุนการผลิตยางพาราของประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาปุ๋ยบำรุงต้นยางหรือวัสดุอุปกรณ์ต่างๆมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย โดยในปี 2554 เกษตรกรได้รับผลตอบแทนต่อไร่ ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ และผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 6,531.92 บาทต่อไร่, 3,717.23 บาทต่อไร่ และ 12.14 บาทต่อกิโลกรัม หรือมีอัตราเพิ่มร้อยละ 18.07, 37.01, และร้อยละ 36.08 ตามลำดับ ถึงแม้ว่าต้นทุนจะมีแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่ยังให้ผลตอบแทนที่เร่งตัวสูงขึ้นเช่นกัน โดยสังเกตได้จากแนวโน้มผลตอบแทนปี 2552 (ภาคผนวกตารางที่ 7 และภาพที่ 2.3, 2.4)



ภาพที่ 2.3 ต้นทุนการผลิตยางพาราในประเทศไทย ปี 2543-2554

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 2.4 ผลตอบแทนการผลิตยางพาราในประเทศไทย ปี 2543-2554

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2.1.2 ระบบการตลาดยางพาราของประเทศไทย

สุภาภรณ์ และเพียรศักดิ์ (2553) ระบุว่า ระบบการตลาดยางพาราของประเทศไทยมี 3 ระบบ คือระบบตลาดท้องถิ่น ระบบตลาดกลางยางพารา และระบบยางซื้อขายล่วงหน้า

1) ระบบตลาดยางท้องถิ่น เป็นระบบตลาดที่ชาวสวนยางส่วนใหญ่ขายยางแผ่น ระบบนี้ประมาณร้อยละ 94 ของปริมาณยางทั้งประเทศ ประกอบด้วยร้านค้ายางซึ่งมีกระจายอยู่ใน 46 จังหวัดทั่วประเทศ มีพ่อค้ารับซื้อยางหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับหมู่บ้าน/ตำบล ระดับอำเภอและระดับจังหวัด นอกจากเกษตรกรจะขายยางโดยลำพังตนเองแล้ว ในบางจังหวัดเฉพาะอย่างยิ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการรวมกลุ่มขายยางอยู่เป็นจำนวนมาก และมีการผลิตยางแผ่นรมควันในรูปของสหกรณ์กองทุนสวนยางในบางจังหวัดทางภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2) ระบบตลาดกลางยางพารา ให้บริการซื้อขายยางประเภทต่างๆโดยวิธีประมูล เช่น ยางแผ่นดิบ ยางแผ่นรมควัน ยางแผ่นผึ่งแห้ง หรือแม้กระทั่งยางก้อนถ้วย ให้บริการซื้อขายผ่านห้องค้ายาง และยังให้ข้อมูลสนเทศด้านยาง มีการซื้อขายผ่านระบบนี้ประมาณร้อยละ 6 ของปริมาณยางทั้งประเทศ

3) ระบบตลาดซื้อขายล่วงหน้า ได้เปิดดำเนินการซื้อขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS3) เป็นการซื้อขายสัญญาล่วงหน้า (บรรจง, 2548) ทำให้ผู้ศึกษาเห็นว่าประสิทธิภาพในการผลิตการตลาด การรวมกลุ่มสหกรณ์เป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษากิจการผลผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพของผลผลิตยางพาราต่อไป

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2532) รายงานว่า ตลาดยางพาราในประเทศ ประกอบด้วยบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขายมาตกลงซื้อขายกัน

1) ผู้ซื้อ หมายถึง พ่อค้าคนกลางในระดับต่างๆกัน ซึ่งประกอบด้วย

- พ่อค้าในระดับท้องถิ่น ได้แก่ พ่อค้าเร่หรือซาปั้ว พ่อค้าในตำบลหรือหมู่บ้านและสหกรณ์การเกษตร เป็นผู้รับซื้อยางจากเกษตรกรโดยตรง โดยอาจจะเข้าไปซื้อถึงในสวนหรือรับซื้อที่ร้านหรือสำนักงานที่ตั้งอยู่ในตำบลหรือหมู่บ้าน

- พ่อค้าระดับท้องถิ่น ได้แก่ พ่อค้าในเมืองหรือยี่ปั้ว เป็นผู้รับซื้อยางรายใหญ่จากสวน พ่อค้าเร่ พ่อค้าในตำบลหรือหมู่บ้าน และอาจจะประมูลรับซื้อจากกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางด้วย โดยมีร้านรับซื้ออยู่ในอำเภอหรือจังหวัด

- ผู้แปรรูปหรือส่งออก ได้แก่ โรงงานยางและโรงงานแปรรูปยางอื่นๆเป็นผู้รับซื้อยางรายใหญ่จากพ่อค้าท้องถิ่น สหกรณ์การเกษตร และเกษตรกร เพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ และน้ำยางข้น เป็นต้น สำหรับยางที่ผลิตได้จะถูกส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และมีบางส่วนนับเป็นส่วนน้อยที่ขายให้โรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในประเทศ เพื่อนำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิต ยางรถยนต์ ถังมือ ยางรัดของ รองเท้า (ผ้าใบ, ฟองน้ำ) ยางยืด อะไหล่รถยนต์ และอื่นๆ เพื่อใช้ในประเทศ และเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

2) ผู้ขาย หมายถึง ผู้ผลิตได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกยาง และเป็นเจ้าของสวนยางในขนาดต่างๆกัน ได้แก่

- เกษตรกรผู้ปลูกรายย่อย หมายถึง เกษตรกรที่ถือครองเนื้อที่สวนยางขนาดเล็ก โดยประมาณ 10-15 ไร่ ทั่วทั้งประเทศมีอยู่ประมาณร้อยละ 95 ของจำนวนผู้ปลูกยางทั้งหมด ประกอบไปด้วยชาวสวนยางอิสระ ชาวสวนยางที่เป็นสมาชิกกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยาง และชาวสวนยางที่เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร เป็นต้น

- เกษตรกรผู้ปลูกรายใหญ่ หมายถึง เกษตรกรที่ถือครองเนื้อที่สวนยางขนาดใหญ่ ในประเทศมีอยู่เพียงร้อยละ 5 เท่านั้น

2.1.2.1 ลักษณะโครงสร้างของตลาดการซื้อขายยางพาราภายในประเทศ

ลักษณะตลาด การซื้อขายยางพารา อาศัยปัจจัยหลายอย่างรวมเข้าด้วยกันจนกลายเป็นโครงสร้างของตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของตลาดและพ่อค้า จำนวนผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด ลักษณะของการประกอบธุรกิจ ชนิดของธุรกิจของผู้ประกอบการ ขนาดของธุรกิจ และความง่ายในการเข้าออกในวงการค้า ดังนี้

1) ประเภทตลาดและพ่อค้า ประกอบไปด้วย ตลาดระดับท้องถิ่น มีหน้าที่ทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรตั้งแต่อยู่ในแหล่งผลิต ซึ่งได้แก่ พ่อค้าในหมู่บ้าน พ่อค้าเร่ และนายหน้าหรือตัวแทนผู้เข้าร่วมประมูลยาง ซึ่งมีเงินทุนหมุนเวียนน้อยในการรับซื้อการซื้อขายในระดับนี้จึงเป็นแบบซื้อมาขายไปนั่นเอง ตลาดระดับท้องถิ่น หรือตลาดในเมืองหรือตลาดอำเภอ ตลาดนี้จะทำหน้าที่รับซื้อจากเกษตรกรและจากพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น แล้วนำไปขายต่อยังแหล่งรับซื้ออื่นๆ ใช้เงินทุนหมุนเวียนค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นจุดศูนย์รวมการรับซื้อจากท้องถิ่นๆ ซึ่งมีการซื้อขายที่แน่นอนเป็นที่จักของพ่อค้าในท้องถิ่น และตลาดระดับประเทศ เป็นตลาดที่รับซื้อยางพาราจากเกษตรกร ตลาดท้องถิ่น และตลาดท้องถิ่น ไปทำการแปรรูปเพื่อการส่งออก หรือส่งขายให้กับโรงงานที่ทำการแปรรูปภัณฑ์ยางพาราภายในประเทศนั่นเอง

2) จำนวนผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด นั่นคือตัวเกษตรกรผู้ทำการผลิตยางพาราจากสวนมาเพื่อจำหน่ายให้กับตลาดโดยตรง รวมทั้งพ่อค้าในระดับต่างๆที่เข้ามาทำการรับซื้อและขายยางพาราจากสวนไปจนถึงนำส่งให้กับโรงงานเพื่อการแปรรูปเป็นภัณฑ์ ทั้งนี้จำนวนพ่อค้าอาจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสภาพของปริมาณการปลูกยางพาราในแต่ละพื้นที่ หากเป็นพ่อค้าในระดับท้องถิ่นที่มีค่อนข้างมาก กว่าพ่อค้าในระดับท้องถิ่นเนื่องจากมีความเสี่ยงในเรื่องของเงินทุนน้อยกว่าพ่อค้าในระดับท้องถิ่นที่มีการใช้เงินทุนหมุนเวียนค่อนข้างสูงเพื่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรและจากพ่อค้าท้องถิ่น ดังนั้นจำนวนพ่อค้าในระดับท้องถิ่นมีไม่มากนักในแต่ละพื้นที่ มีเพียง 1-2 รายในแต่ละพื้นที่ที่มีแหล่งผลิตขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับพ่อค้าในระดับประเทศที่จำนวนไม่มากในการซื้อขายยางพาราเพื่อการแปรรูปและส่งออกขายยังต่างประเทศและขายภายในประเทศ

3) ลักษณะของการประกอบการ สำหรับลักษณะของการประกอบการในตลาดระดับต่างๆ โดยส่วนใหญ่แล้วตลาดในท้องถิ่นที่มีลักษณะการซื้อขายแบบซื้อมาขายไปภายใน 1-2 วัน ให้กับพ่อค้าในระดับท้องถิ่นนั้นๆ มักอิงราคาจากราคาตลาดในท้องถิ่นในการซื้อขาย

ตลาดระดับท้องถิ่นมีลักษณะธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าธุรกิจท้องถิ่นเนื่องจากว่ามีการใช้เงินทุนเป็นจำนวนมากในการรับซื้อยางพารา มีโกดังเก็บรักษายางพาราไว้เพื่อจำหน่ายเมื่อได้ราคาดี มีรถบรรทุกเพื่อการขนส่ง มีระบบการชั่งตวงวัดที่ได้มาตรฐาน และมีสถานที่ในการซื้อขายที่แน่นอน อิงราคารับซื้อจากสำนักงานตลาดกลางหาดใหญ่ และสำหรับตลาดระดับประเทศ มีลักษณะธุรกิจที่ใหญ่กว่าตลาดท้องถิ่น และตลาดท้องถิ่น สามารถรับซื้อยางพาราได้ในครั้งละปริมาณมาก เพื่อนำมาแปรรูปและทำการส่งออกไปยังตลาดประเทศ และขายส่งให้กับโรงงานผู้แปรรูปผลผลิตจากยางพาราภายในประเทศ ราคาที่ใช้ในการซื้อขายอ้างอิงจากราคาจากตลาดซื้อขายล่วงหน้าSICOM ของสิงคโปร์ และ TOCOM ของญี่ปุ่น เพื่อช่วยในการกำหนดราคาขาย

4) ชนิดของธุรกิจของผู้ประกอบการ การซื้อขายในระดับท้องถิ่นนั้นทำธุรกิจอย่างอื่นรวมกับการรับซื้อยางพารา เช่น ธุรกิจการค้าปุ๋ย วัสดุภัณฑ์และอุปกรณ์ทางการเกษตรฯ พอในระดับนี้จะทำการรับซื้อยางพาราหน้าร้าน หรือตั้งจุดรับซื้อบริเวณใกล้เคียงแหล่งผลิตหรือเข้าไปรับซื้อผลผลิตจากสวนยางหรือพ่อค้าที่มีสวนยางพาราอยู่แล้วแต่รับซื้อยางพาราเพิ่มเติมเพื่อไปขายยังตลาดท้องถิ่นเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของทรัพย์สินที่มีอยู่นั่นเอง ทั้งนี้ชนิดของธุรกิจจะเป็นแบบซื้อมาขายไปในตลาดระดับท้องถิ่น สำหรับตลาดท้องถิ่นก็เช่นเดียวกันที่มักทำธุรกิจร่วมกับธุรกิจอื่นๆ และมีทั้งทำการรับซื้อและขายเฉพาะยางพาราเท่านั้น ซึ่งในตลาดท้องถิ่นเป็นชนิดธุรกิจที่สามารถเก็บรักษาผลผลิตที่รับซื้อไว้ได้นาน อีกทั้งมีการใช้เงินทุนค่อนข้างสูงเพื่อรับซื้อจากเกษตรกรและตลาดท้องถิ่น และต้องจ่ายค่าเก็บรักษาก่อนที่จะส่งขายไปยังตลาดระดับประเทศเพื่อการแปรรูปและส่งออกและส่งขายไปยังโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราภายในประเทศ และตลาดระดับประเทศเป็นตลาดที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรและตลาดสองตลาดดังที่กล่าวมาเพื่อทำการแปรรูปและส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศและส่งขายให้กับโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราภายในประเทศ

5) ขนาดของธุรกิจ สำหรับขนาดของธุรกิจมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กมีความแตกต่างกันออกไป โดยภาพรวมแล้ว ขนาดของธุรกิจท้องถิ่นมักมีขนาดเล็กเนื่องจากเป็นพ่อค้าโดยทั่วไปมีเงินทุนในการรับซื้อค่อนข้างน้อย รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรภายในหมู่บ้าน ตำบล และพื้นที่ใกล้เคียงได้ในปริมาณที่ไม่มากนักเพื่อส่งขายจำหน่ายไปยังตลาดท้องถิ่นต่อไป สำหรับตลาดท้องถิ่นมีขนาดธุรกิจในระดับขนาดปานกลางรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรและพ่อค้าในตลาดท้องถิ่นเพื่อส่งขายไปยังตลาดระดับประเทศและโรงงานแปรรูป ใช้เงินทุนหมุนเวียนค่อนข้างสูง รับซื้อในระดับอำเภอหรือระดับจังหวัดและรับซื้อในบางพื้นที่ในจังหวัดที่ใกล้เคียงสามารถรองรับปริมาณยางพาราได้ 40-100 ตัน/เดือน และสำหรับตลาดระดับประเทศเป็นกระบวนการซื้อขายเกือบขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดใหญ่มีการเงินทุนหมุนเวียนในอัตราที่สูงเพื่อซื้อขายยางพาราและส่งไปยังโรงงานแปรรูป ตลาดระดับนี้จะเน้นด้านแปรรูปขึ้นต้นและส่งออกไปยังต่างประเทศซึ่งสามารถรองรับปริมาณยางพาราได้ 1,000-1,500 ตัน/เดือน อีกทั้งมีการส่งขายให้กับโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราภายในประเทศอีกด้วย

6) ความยากง่ายในการเข้าออกในวงการค้า การทำธุรกิจมักประสบปัญหาความยากง่ายในการก้าวเข้าสู่วงการทางการค้า ดังนั้นนักธุรกิจรายใหม่จำเป็นจะต้องพิจารณาถึงความยากและความง่ายของระบบ เนื่องจากว่านักธุรกิจรายเก่ามักจะพิจารณาจากสิ่งกีดขวางที่ก้าวเข้ามาสู่วงการค้า จึงพิจารณาขนาดขององค์กรธุรกิจว่ามีความได้เปรียบธุรกิจที่มีอยู่เดิมมากน้อยเพียงใด อีกทั้งพิจารณาถึงต้นทุนในการจัดตั้งองค์กรว่ามีการประหยัดและมีประสิทธิภาพมากกว่าธุรกิจเดิมมากเพียงไร ซึ่งมีอีกหลายปัจจัยที่จะต้องพิจารณาได้แก่ ขนาดของธุรกิจ ซึ่งถือเป็นสิ่งกีดขวางความทางด้านธุรกิจเนื่องจากการทำธุรกิจนั้นมีความมุ่งมั่นที่จะได้มาซึ่งปริมาณธุรกิจที่มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ดังนั้นพ่อค้าในแต่ละรายจึงมีการซื้อขายในปริมาณที่ไม่เท่ากัน ความได้เปรียบที่เกิดขึ้นของธุรกิจของพ่อค้า นั่นคือ การเป็นที่รู้จักคุ้นเคยของเกษตรกรผู้ขาย หรือพ่อค้ารายอื่นในท้องที่และในท้องถื่นนั้น ความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์ทางด้านการค้าเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆในการซื้อขาย โดยส่วนใหญ่พ่อค้าที่มีประสบการณ์พบในภาคใต้หรือภาคตะวันออก ส่วนภาคอื่นยังมีประสบการณ์ค่อนข้างน้อยในการค้าอย่างพารา และการให้บริการต่างแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง เนื่องจากการเป็นกลวิธีที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าและเป็นสิ่งกีดขวางแก่พ่อค้าที่เข้ามาทำการค้าใหม่ได้ อาทิเช่น การให้บริการในด้านสินเชื่อ ด้านปัจจัยการผลิตหรืออุปกรณ์การผลิตต่างๆนั่นเอง แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อขายอย่าง พ่อค้าจำเป็นจะต้องมีแหล่งสนับสนุนที่ดีในด้านเงินทุนจึงจะได้เปรียบทางการค้า อีกทั้งอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการทำธุรกิจสิ่งเหล่านั้นถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกและรวดเร็วในทางการค้าทำให้ได้เปรียบแก่ผู้ที่เข้ามาแข่งขันทางการตลาด และตลาดระดับประเทศมีความรุนแรงทางด้านการค้าน้อยในการแข่งขัน เมื่อเทียบกับพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น เป็นตลาดที่มีการใช้เงินลงทุนมาก ในตลาดระดับนี้จึงเพื่อหาความได้เปรียบทางการค้าพ่อค้าเข้าออกในแต่ละปีจำนวนน้อย ทั้งนี้พ่อค้าที่อยู่ในระดับตลาดนี้มักมีประสบการณ์ที่สูงในการค้านั่นเอง นั่นคือความยากง่ายในการเข้าออกในวงการค้าอย่างพาราของหน่วยธุรกิจใหม่ที่ก้าวเข้าสู่วงการค้านี้ย่อมต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญในการค้า (พัชรินทร์ ศรีวารินทร์ และ จุมพฏ สุขเกื้อ, 2551)

2.1.2.2 ตลาดการค้าอย่างพาราในประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับยางพาราเนื่องจากประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลกจึงทำให้ยางพารากลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยในการแปรรูปและส่งออกไปยังนานาประเทศ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย ฯ จึงมีศูนย์การค้าอย่างพาราหรือตลาดการซื้อขายยางพาราที่สำคัญ 8 แห่ง อยู่ในภาคใต้ 5 แห่ง คือหาดใหญ่ ตรัง ยะลา นราธิวาส ภูเก็ต อยู่ในภาคกลาง 1 แห่ง คือกรุงเทพมหานคร และอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีก 2 แห่ง คือหนองคาย และบุรีรัมย์ กล่าวโดยสรุปดังนี้

1) ตลาดหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางทางการค้ายางที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ มีปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้หาดใหญ่มีความสำคัญในการค้ายาง คือ มีแหล่งสถาบันทางการเงิน

หลากหลายแห่งอีกทั้งมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก เนื่องจากมีชุมทางรถไฟที่ไม่ห่างไปจากท่าเทียบเรือสงขลาไม่มากนัก มีเรือขนส่งสินค้าที่สม่ำเสมอ มีบริษัทส่งออกยางพารารายใหญ่หลายบริษัท และมีโรงงานแปรรูปยางพารามากที่สุด อีกทั้งสามารถส่งออกผ่านท่าศุลกากรสงขลาและปาดัง เบซาเป็นส่วนใหญ่ในการขนส่งสินค้า

2) ตลาดตรัง จังหวัดตรังเป็นจังหวัดแรกที่มีการปลูกยาง และเคยเป็นศูนย์กลางทางการค้าที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง แต่ปัจจุบันมีบทบาททางการค้าที่ลดลงรองเป็นอันดับสองรองจากหาดใหญ่ ปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้ตรังเป็นศูนย์กลางทางการค้าอย่างนั้นมีลักษณะเช่นเดียวกับกับตลาดหาดใหญ่ มีบริษัทผู้ส่งออกเป็นจำนวนมาก มีสถาบันการเงิน มีโรงงานแปรรูปหลายแห่ง มีเรือขนส่งสินค้าจากกันตังซึ่งสามารถรับซื้อสินค้าไปปิ่นได้ตลอดทั้งปี รางที่รวบรวมได้จะส่งออกผ่านด่านศุลกากรตรัง

3) ตลาดยะลา จังหวัดยะลา มีความเสียเปรียบเนื่องจากไม่มีท่าเทียบเรือแต่ยะลา ก็ตั้งอยู่ตรงศูนย์กลางของผู้ปลูกยาง และมีเส้นทางคมนาคมขนส่งผลผลิตจากสวนยางมายังตัวเมืองที่เป็นไปอย่างสะดวก กอปรกับมีสำนักงานของผู้ส่งออก มีโรงงานแปรรูปยางพาราเป็นจำนวนมาก การซื้อขายในตรังโดยส่วนใหญ่จะมาจากในตัวจังหวัดยะลาเอง แล้วยังมีบางส่วนที่มาจากสงขลา ปัตตานี และนราธิวาส ทั้งนี้การส่งออกจะส่งผ่านทางด่านปัตตานีและเบตง

4) ตลาดนราธิวาส เป็นตลาดทางการค้ายางพาราที่อยู่ใต้สุดของประเทศไทย พ่อค้ายางในนราธิวาสส่วนใหญ่ เป็นพ่อค้าขนาดเล็กแต่มีจำนวนมาก คุณภาพยางอยู่ในเกณฑ์ต่ำ การคมนาคมไม่ค่อยสะดวก อยู่ห่างจากท่าเทียบเรือจึงมีค่าใช้จ่ายสูง หากในช่วงฤดูฝนจะต้องขนส่งยางพาราโดยทางรถยนต์ไปลงเรือที่ปัตตานีและเบตง

5) ตลาดภูเก็ต จังหวัดภูเก็ตแม้จะมีเนื้อที่ในการปลูกยางพาราไม่มากนัก แต่ภูเก็ตอยู่ใกล้พื้นที่ปลูกทางภาคใต้ฝั่งตะวันตก คือ ระนอง กระบี่ พังงา และมีโรงงานแปรรูปยางพาราขนาดใหญ่ มีท่าเทียบเรือสามารถส่งไปลงเรือใหญ่ที่ปิ่นได้

6) ตลาดกรุงเทพ เป็นศูนย์กลางทางการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่ง เนื่องจากว่าเป็นสถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัทส่งออก อีกทั้งเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตภัณฑ์ยางจำนวนมาก เป็นศูนย์กลางทางการเงินของประเทศ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งสามารถติดต่อทางด้านธุรกิจกับต่างประเทศได้ทั่วโลกได้ตลอดเวลา รางที่เข้ามาในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกและจะส่งต่อไปยังท่าเรือกรุงเทพเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ

7) ตลาดหนองคาย สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคายได้ ทำการทดลองเปิดการซื้อขาย ในครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2551 และมีการเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2552 และได้จัดตั้งเป็นหน่วยงานตามคำสั่งของกรมวิชาการเกษตร เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2553 ภายใต้สังกัดของสถาบันวิจัยยางพารา กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยให้บริการในด้านการซื้อขายยางพารา ซึ่งช่วยสร้างความเป็นธรรมทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ด้านราคา คุณภาพ และน้ำหนักยางที่ได้มาตรฐาน ดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบ

ทั้ง 2 ฝ่ายยอมรับ และกระตุ้นตลาดให้มีการแข่งขันเสรี ก่อให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจยางพารา และเพื่อให้บริการทางด้านสารสนเทศข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคายางพาราให้กับเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

8) ตลาดบุรีรัมย์ เนื่องด้วยกรมวิชาการเกษตร โดยสถาบันวิจัยยาง ได้ทำการดำเนินการขยายตลาดยางพาราในเขตพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่แล้ว 3 แห่ง ในภาคใต้ของประเทศไทย และได้ทำการขยายตลาดมายังพื้นที่ปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อีกแห่ง 1 แห่งคือ ตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2553 ให้เป็นสถานที่ในการบริการซื้อ-ขายยางในเขตภาคอีสานตอนล่าง เพื่อสร้างกลไกระบบตลาดให้เกิดความเป็นธรรมทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ภายใต้กฎระเบียบของตลาดกลางที่ทุกฝ่ายยอมรับ และเพื่อที่จะรองรับปริมาณยางที่คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้น และยังเป็นการสร้างทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตให้ได้ราคาที่เป็นธรรม ตรงตามคุณภาพมาตรฐาน

2.1.2.3 ปัญหาด้านการตลาดภายในประเทศ

ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์ (2541) รายงานว่า ปัญหาด้านการตลาดภายในประเทศ ได้แก่

1) เกษตรกรสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยและมีฐานะยากจน ประกอบกับการขาดความรู้ความเข้าใจในเชิงธุรกิจและการตลาด ทำให้ขาดอำนาจต่อรอง และมักขายผลผลิตได้ในราคาที่ไม่เป็นธรรม

2) ตลาดที่มีการประมูลยางพาราในท้องถิ่นยังไม่มีการแข่งขันกันอย่างแท้จริง และหน่วยงานของรัฐที่เข้าไปร่วมประมูลยางด้วยก็ไม่สามารถเข้าไปประมูลได้ตลอดเนื่องจากขาดงบประมาณและเจ้าหน้าที่

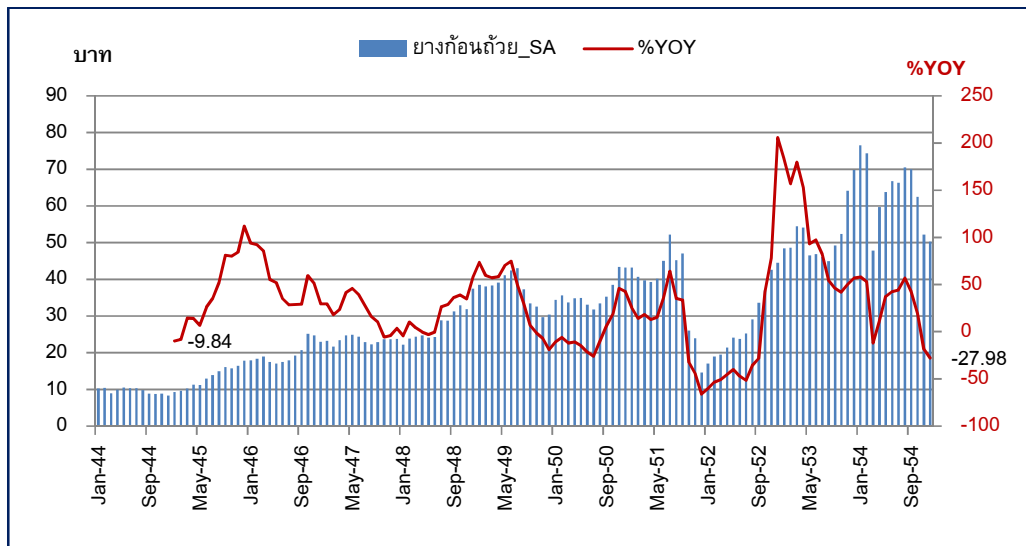
3) สถาบันเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายยางพารายังไม่มีความเข้มแข็งพอเนื่องจากขาดความรู้ความสามารถในเชิงธุรกิจ การตลาด และความแม่นยำในข้อมูลข่าวสาร

2.1.2.4 แนวโน้มราคายางพาราไทย

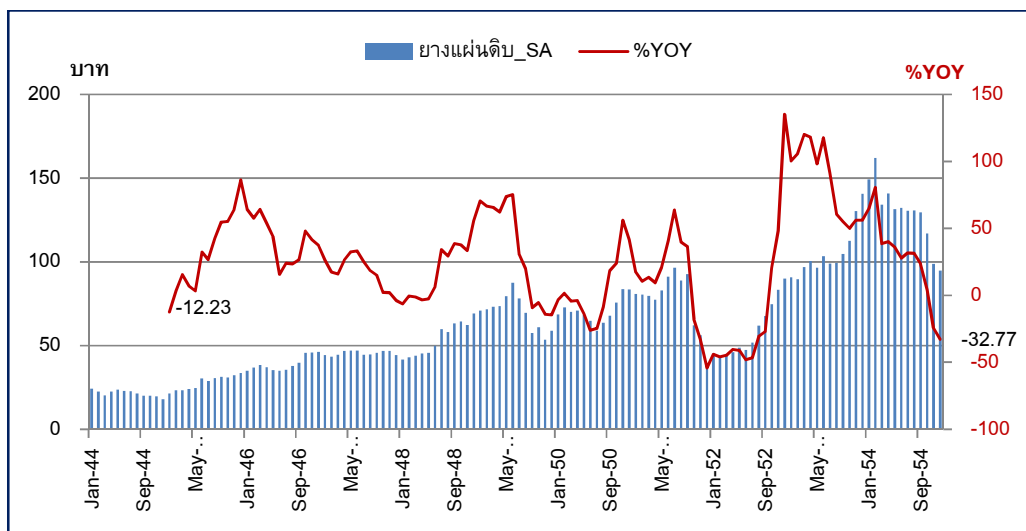
ในปี 2554 การปรับตัวของราคายางในประเทศไทยมีแนวโน้มรุนแรงกว่าในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากการเก็งกำไรของบรรดาพ่อค้ายางในตลาดท้องถิ่นด้วย ซึ่งคาดว่าในปี 2555 การเก็งกำไรในตลาดยางยังคงมีแนวโน้มรุนแรงอย่างต่อเนื่อง การดำเนินมาตรการแทรกแซงตลาดยางของรัฐบาล และบทบาทของบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศ นโยบายรัฐบาลในการดำเนินการแทรกแซงตลาดยางเพื่อพยุงราคายาง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือนโยบายที่ดำเนินการโดยรัฐบาลไทย และนโยบายที่ดำเนินการผ่านบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศ (ประเทศผู้ผลิตยางรายใหญ่คือ ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย) โดยปัจจุบันบทบาทในการพยุงราคายางของบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งมาตรการแทรกแซงตลาดยางของไทยนี้น่าจะเป็นปัจจัยที่จะช่วยพยุงราคาให้อยู่ในระดับที่

เหมาะสมเพื่อสร้างเสถียรภาพให้แก่รายได้เกษตรกรผู้ปลูกยาง การขยายพื้นที่ปลูกยาง เนื่องจากราคายางที่อยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเปรียบเทียบกับพืชเกษตรประเภทอื่นๆ จากความต้องการในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆที่มีการขยายตัวอย่างมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ นับเป็นแรงจูงใจให้ประเทศต่างๆเร่งขยายพื้นที่ปลูกยาง เช่น ไทยมีการขยายพื้นที่ปลูกยาง 1 ล้านไร่ ในปี 2546 (ส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปัจจุบันเริ่มทยอยให้ผลผลิตแล้ว) และมีนโยบายจะขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มอีก 800,000 ไร่ คาดว่า จะเริ่มดำเนินการในปี 2555 (จะอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐในหัวข้อที่ 2.1.3) ส่วนอินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตยางรายใหญ่ของโลกก็ขยายพื้นที่ปลูกยางเช่นกัน ส่วนจีนซึ่งเป็นประเทศผู้ใช้อย่างรายใหญ่ของโลกก็ลงทุนปลูกยางเพิ่มทั้งในประเทศ และนอกประเทศ โดยเฉพาะกัมพูชา พม่า และลาว เป็นต้น การขยายพื้นที่ปลูกยาง ส่งผลให้ปริมาณการผลิตยางในตลาดโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันภาพรวมอุปทาน อุปสงค์ และราคายางพาราของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้ยางพารามากขึ้น กอปรกับผู้ผลิตมีความต้องการจำหน่ายผลผลิตของตนเองมากขึ้น ซึ่งทำให้ราคายางพารามีแนวโน้มสูงขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีอัตราการเพิ่มที่ชะลอตัวลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (สมาคมยางพาราไทย, 2554)

สำหรับแนวโน้มของราคายางพาราในประเทศไทยซึ่งจะกล่าวถึงราคายางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบ จากข้อมูลทางสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ราคายางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากราคายางก้อนถ้วยถูกกำหนดจากราคายางแผ่นดิบ โดยราคาเฉลี่ยของยางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบในปี 2554 เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เป็น 54.29 บาทต่อกิโลกรัม และ 108.41 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ แต่มีอัตราการชะลอตัวลงจากปีที่ผ่านมา(ปี2553)ร้อยละ -27.98 และ-32.77 ซึ่งในปี 2551-2552 ราคายางหดตัวลงมาก สร้างความเดือดร้อนให้แก่เกษตรกร อาจเป็นเพราะปริมาณผลผลิตยาง ในปี 2551 ของประเทศผู้ผลิตยางหลักมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีปริมาณยางออกสู่ตลาดมากขึ้นกว่าปีที่แล้ว หรือประเทศคู่ค้าชะลอ/ลด การซื้อ/นำเข้ายางจากไทย โดยในปี 2554 รัฐบาลจึงมีโครงการสนับสนุนสถาบันเกษตรกรแปรรูปยางเพิ่มมูลค่าเพื่อแก้ไขปัญหายางพาราดกต่ำ โดยซื้อยางจากสมาชิกแปรรูปและเก็บสต็อก(โครงการเสถียรภาพยางพารา) ทำให้ราคายางเริ่มขยับตัวสูงขึ้น (ภาคผนวกตารางที่ 12 และภาพที่ 2.5, 2.6)



ภาพที่ 2.5 ราคายางก้อนถ้วย ณ ไตรมาสและการเปลี่ยนแปลงปีต่อปี จากปี 2544-2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

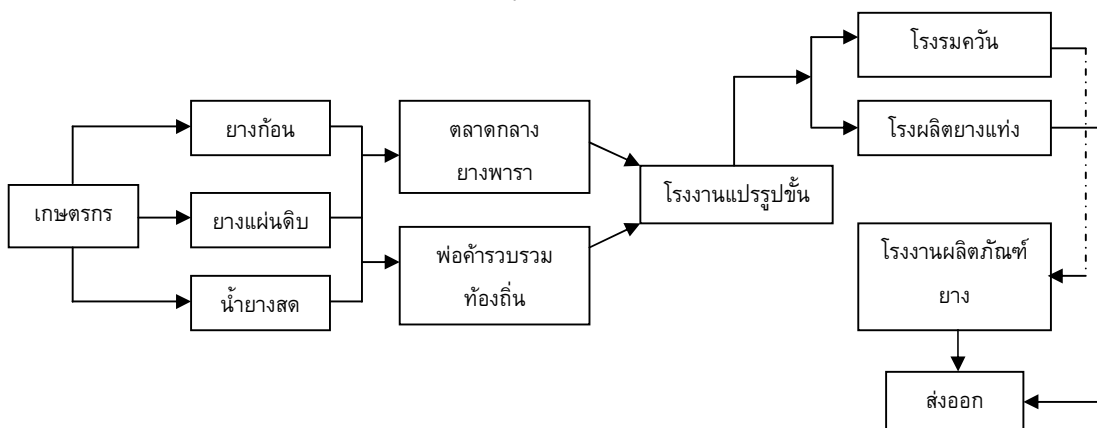


ภาพที่ 2.6 ราคายางแผ่นดิบ ณ ไตรมาสและการเปลี่ยนแปลงปีต่อปี จากปี 2544-2554
ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

2.1.2.5 วิธีการตลาดยางพาราไทย

วรลี ศรีสมบัติ (2542) ได้กล่าวถึงวิธีการตลาดยางพาราของไทย ทั้งในตลาดท้องถิ่นและในตลาดปลายทางไว้ว่า วิธีการตลาดในตลาดท้องถิ่นที่ พ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นและโรงงานแปรรูปเบื้องต้น ได้แก่ โรงรมควัน โรงผลิตยางแท่ง โดยหากใกล้ตลาดกลางยางพารา

ก็จะจำหน่ายผ่านตลาดกลางยางพารา ส่วนโรงรมควันเป็นแหล่งรวบรวมผลผลิตทั้งจากเกษตรกร พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าท้องถิ่น และตลาดกลางยางพาราเพื่อทำยางแผ่นดิบให้เป็นยางแผ่นรมควัน แล้วกระจายผลผลิตไปยังโรงงานผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออก ส่วนผลผลิตที่เป็นน้ำยางสดนั้น เกษตรกรจะนำน้ำยางสดจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐดำเนินธุรกิจยางเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมยางดิบอื่น แล้วกระจายผลผลิตไปยังอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออก สำหรับวิธีการตลาดของยางพาราในตลาดปลายทางนั้นเริ่มเมื่อยางแผ่นดิบผ่านอุตสาหกรรมยางดิบแล้ว จะให้ผลผลิตเป็นยางแผ่นรมควันและยางแท่ง ส่วนน้ำยางสด เมื่อผ่านอุตสาหกรรมยางดิบแล้ว จะได้ผลผลิตเป็นน้ำยางข้น ยางเครพ ยางผึ่งแห้ง ฯลฯ ซึ่งผลผลิตยางธรรมชาติเหล่านี้ จะถูกจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ 2 ประเภท ประเภทแรกคือ อุตสาหกรรมยางรถยนต์ รองเท้า ถุงมือ ยางรัดของ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศและอีกส่วนหนึ่งส่งออก ส่วนประเภทที่ 2 คือผู้ส่งออกยางธรรมชาติ จะเป็นผู้นำผลผลิตที่ผ่านการแปรรูปขั้นต้นแล้ว เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ ยางผึ่งแห้ง เป็นต้น และส่งออกจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น



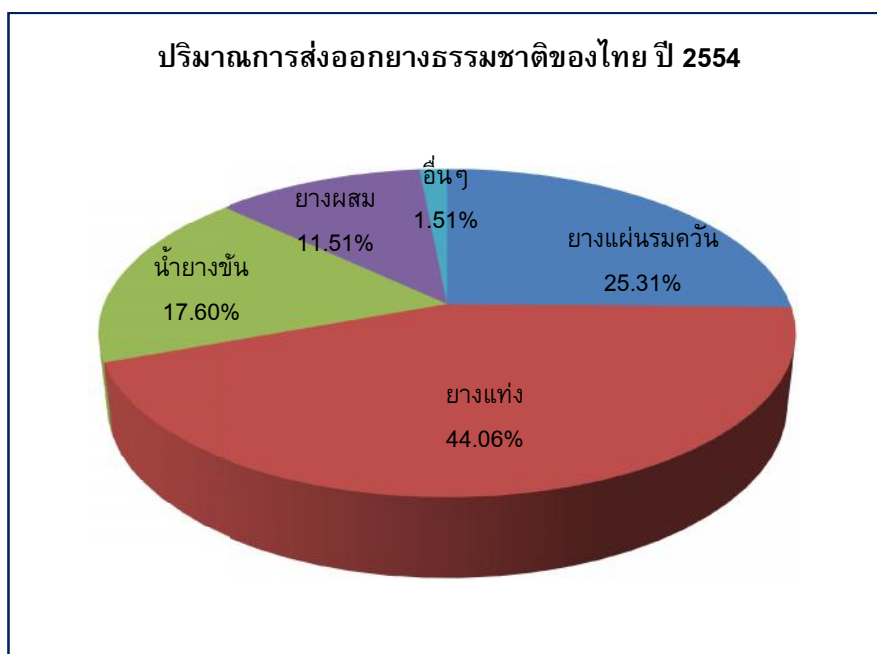
ภาพที่ 2.7 วิธีการตลาดยางพาราของไทย

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2.1.2.6 การส่งออกยางพาราไทย

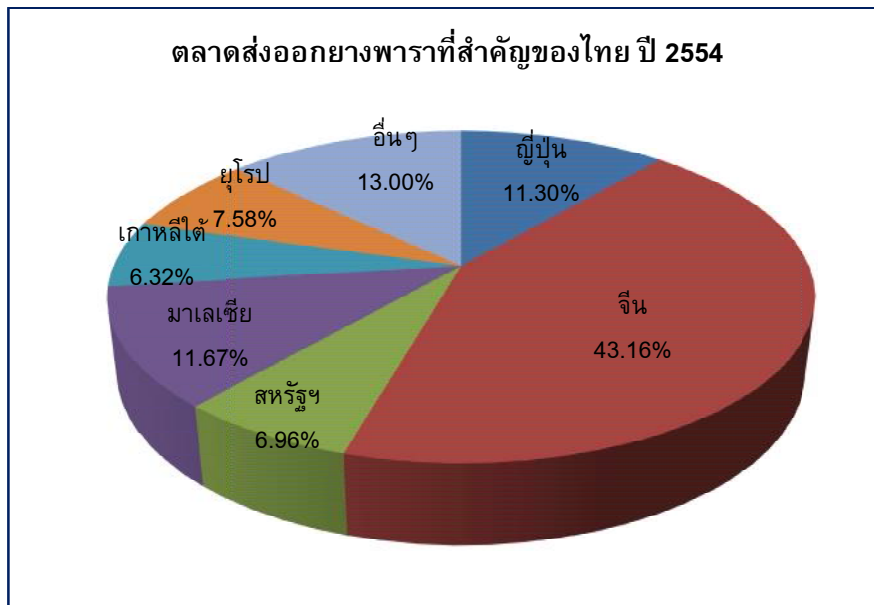
อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นสินค้าส่งออกหลัก และก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 6 ล้านคน โดยปัจจุบันไทยผลิตและส่งออกยางธรรมชาติมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยส่งออกราวร้อยละ 40 ของปริมาณการส่งออกยางทั้งหมดทั่วโลกและยังส่งออกเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาไทยส่งออกยางพาราไปยังตลาดโลกคิดเป็นมูลค่าเกือบ 2.5 แสนล้านบาทต่อปี โดยส่วนใหญ่เป็นการส่งออกยางในรูปแบบยางแท่ง (ร้อยละ 39) ตามมาด้วยยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นที่ร้อยละ 27 และร้อยละ

14 ตามลำดับ ซึ่งนับได้ว่าทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังเกษตรกรจำนวนมาก ทั้งนี้ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) คาดว่ามูลค่าส่งออกยางพาราของไทยในปี 2555 จะเพิ่มขึ้นถึงประมาณร้อยละ 60 จากปี 2010 จากแนวโน้มราคายางพาราที่ปรับตัวสูงขึ้นและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกซึ่งมีผลให้ความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะความต้องการจากจีนที่ขยายตัวสูงขึ้นค่อนข้างมากในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากพื้นที่ปลูกยางพาราสำคัญของจีนได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่แปรปรวนและภัยธรรมชาติทำให้ผลผลิตยางพาราลดลงมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมยางพาราของไทยจึงมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่องตามทิศทางราคายางและความต้องการใช้ยางทั่วโลกที่คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีข้างหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการจากตลาดจีนและอินเดียที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่ปัจจัยเสี่ยงที่ต้องจับตามองคือ ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลก การแข็งค่าของเงินบาท และการแข่งขันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นในอนาคต (วิชชุดา ชุ่มมี, 2555) จากข้อมูลทางสถิติของสถาบันวิจัยยาง (2555) ระบุว่า ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย (จำแนกตามชนิด) มีดังนี้ ยางแท่งร้อยละ 44.06 ยางแผ่นรมควันร้อยละ 25.31 น้ำยางข้นร้อยละ 17.60 ยางผสมร้อยละ 11.51 และยางแปรรูปอื่น ๆ ร้อยละ 1.51 ในส่วนของตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีนร้อยละ 43.16 ญี่ปุ่นร้อยละ 11.30 มาเลเซียร้อยละ 11.67 ยุโรปร้อยละ 7.58 สหรัฐฯร้อยละ 6.96 เกาหลีใต้ร้อยละ 6.32 และอื่นๆร้อยละ 13.00 (ภาคผนวกตารางที่ 13, 14 และภาพที่ 2.8 และ 2.9)



ภาพที่ 2.8 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทย

ที่มา : ข้อมูลสถิติจากสถาบันวิจัยยาง



ภาพที่ 2.9 ตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญของไทย
ที่มา : ข้อมูลสถิติจากสถาบันวิจัยยาง

2.1.3 นโยบายที่เกี่ยวข้อง

ยางพารา เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย สร้างรายได้และอาชีพให้แก่ประชาชนให้สามารถเลี้ยงชีพได้ ยางพาราและผลิตภัณฑ์ที่มาจากยางพาราของประเทศไทยนั้น เป็นที่ยอมรับว่ามีคุณภาพมาตรฐาน ทำให้การส่งออกไม่มีปัญหามากนัก แต่ในช่วงที่ประสบปัญหา เช่น ในด้านของราคายาง รัฐบาลจึงต้องเข้ามาแทรกแซงเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรโดยการใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น นโยบายเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ ดังนี้

1) โครงการปลูกยางพาราเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในแหล่งปลูกยางใหม่ ปี 2547-2549 เป็นโครงการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มอีก 1 ล้านไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ภาคเหนือ 3 แสนไร่ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 7 แสนไร่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในเขตแห้งแล้ง ปริมาณน้ำฝนและจำนวนวันฝนตกต่ำกว่าในเขตปลูกยางเดิมในภาคใต้ การเจริญเติบโตของต้นยางในเขตปลูกยางใหม่ ยังมีความแปรปรวนสูง (กรมวิชาการเกษตร, 2554)

2) นโยบายสนับสนุนการขยายเนื้อที่ปลูกยางพารา ทำให้เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ปัจจุบันไทยมีเนื้อที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับที่ 2 ของโลกรองจากอินโดนีเซีย แต่ไทยเป็นประเทศที่มีผลผลิตยางพารามากที่สุดในโลก โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.07 ต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการใช้ยางพาราของไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.26 ต่อปี รวมทั้งการส่งออกยางพาราของไทยก็เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.91 ต่อปี เนื่องจากความต้องการใช้ยางพาราใน

อุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องของจีนและอินเดีย จีนจึงนำเข้ายางพาราจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.08 ต่อปี (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2554)

3) โครงการพัฒนาตลาดและแปรรูปยางเพื่อเพิ่มมูลค่ายางพารา เพื่อให้เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือจำหน่ายผลผลิตยางพาราในราคาที่เป็นธรรม และมีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น กอปรกับองค์การสวนยางได้ทำหน้าที่เป็นกลไกของภาครัฐในการรักษาเสถียรภาพการผลิต ราคาขาย และการตลาด ซึ่งเป็นการกระจายรายได้สู่เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ ทำให้ให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างงาน ลดการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของแรงงาน และลดปัญหาสังคมที่เกิดจากการว่างงาน อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างศักยภาพด้านการผลิตยางพารารอบอย่างครบวงจรให้กับเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนืออีกด้วย (องค์การสวนยาง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554)

4) มาตรการสนับสนุนให้ใช้ยางธรรมชาติให้มากขึ้น เป็นหนึ่งในมาตรการล่าสุดจากมติที่ประชุมรัฐมนตรีสภาไตรภาคียางพารา หรือ International Tripartite Rubber Council: ITRC ของบริษัทร่วมทุนยางพาราระหว่างประเทศ จำกัด หรือ IRCO ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเทศสมาชิก คือ ไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยหวังว่าวิธีการดังกล่าวจะช่วยสร้างเสถียรภาพราคายางในตลาดโลกได้ในระยะยาว แต่นโยบายต่างๆ ของรัฐบาล กลับไม่สามารถรักษาระดับราคายางให้เป็นที่พึงพอใจของชาวสวนยางได้ (ไทยพับลิก้า, 2555)

5) โครงการพัฒนาศักยภาพสถาบันเกษตรกรเพื่อรักษาเสถียรภาพราคายาง เนื่องจากราคายางตกต่ำมาก เงินงบประมาณจำนวน 4.5 หมื่นล้านบาท จึงถูกนำมาใช้เพื่อรับซื้อยางจากสถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วม ซึ่งจะรับซื้อยางแผ่นดิบในราคา 100 บาทต่อกิโลกรัม และยางแผ่นรมควันชั้น 3 ในราคา 104 บาทต่อกิโลกรัม แต่โครงการดังกล่าวถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่ามีเกษตรกรที่เข้าถึงสถาบันเกษตรกรเท่านั้น ที่สามารถรับประโยชน์จากเม็ดเงินจำนวนนี้ และยังมี “ช่องว่าง” ที่อาจทำให้เกิดการ “สวมสิทธิ์” ได้ (ไทยพับลิก้า, 2555)

6) โครงการสนับสนุนการปลูกยางอื่นๆ ได้แก่ โครงการอีสานเขียว (ปี 2532-2536) โครงการสงเคราะห์ปลูกยางพาราแก่ผู้ซึ่งไม่มีสวนยาง ปี 2538 -2547 โครงการปลูกยางพาราเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในแหล่งปลูกยางใหม่ ปี 2549-2553 และ ปี 2553-2555 ซึ่งภาคอีสานได้รับการจัดสรรพื้นที่ปลูกยางจำนวน 500,000 ไร่ จากพื้นที่รวมทั้งประเทศ 800,000 ไร่ (ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2554) นอกจากนี้ภาครัฐควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพาราเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและรักษาตำแหน่งผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลกเอาไว้ จากแนวโน้มความต้องการใช้ยางพาราและราคายางธรรมชาติที่มีทิศทางสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต ทำให้ไทยต้องเร่งคว้าโอกาสและปรับตัวเพื่อรองรับแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา

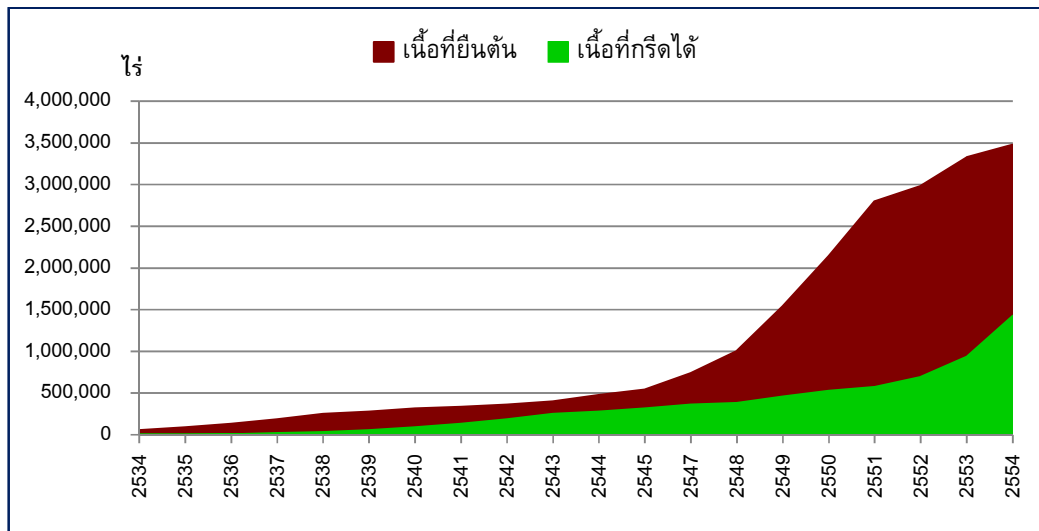
อุตสาหกรรมยางพาราของไทยอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพโดยเน้นการวิจัยและพัฒนาเพื่อผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมยางแบบครบวงจรและมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางยางพาราในภูมิภาคนี้ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลกได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งควรสนับสนุนให้มีการเพิ่มสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มากขึ้น และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ร่วมด้วย อาทิ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไม้ยางพารา เพื่อต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมยางและขยายผลการใช้ยางพาราในเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้จากการส่งออก และลดผลกระทบที่อาจเกิดจากความผันผวนของราคายางธรรมชาติในตลาดโลก

2.2 การผลิตยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

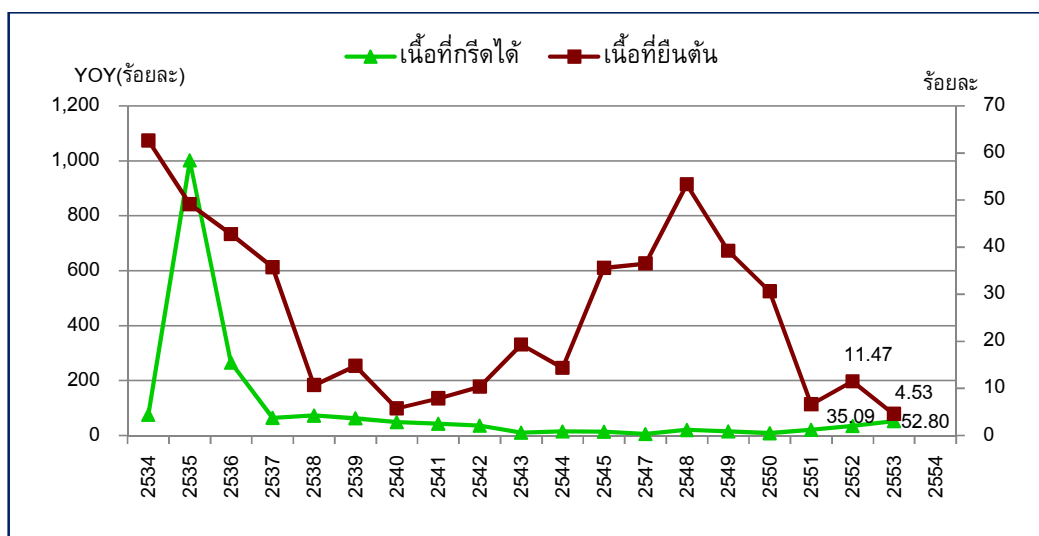
2.2.1 การผลิตยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้นในบทที่ 1 หัวข้อ 1.1 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ปลูกยางพารารวม 3.16 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ยางเล็ก 2.24 ล้านไร่ พื้นที่กรีด 0.92 ล้านไร่ หรือประมาณร้อยละ 29 ของพื้นที่ปลูกทั้งภาค ให้ผลผลิตประมาณ 230,504 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 2.76 หมื่นล้านบาท ในปัจจุบันพบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีการปลูกยางพารามากกว่าในพื้นที่ตอนล่าง โดยตอนบนมีพื้นที่ปลูก 2,563,256 ไร่ พื้นที่กรีดได้จำนวน 638,953 ไร่ มีผลผลิตทั้งสิ้น 161,975 ตัน และมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 300 กิโลกรัม (สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย, 2553) ในส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีพื้นที่ปลูกยางรวมทั้งหมด 840,655 ไร่ มีพื้นที่กรีดยางได้ 309,576 ไร่ และมีปริมาณผลผลิตรวม 70,744 ตัน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554) ในปี 2554 มีพื้นที่กรีด 1.5 ล้านไร่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 56.3 หรือเพิ่มขึ้น 524,801 ไร่ มีผลผลิตรวม 348,100 ตัน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 51 หรือเพิ่มขึ้น 117,596 ตัน โดยมีผลผลิตต่อไร่ 239 กิโลกรัม ลดลงจากก่อนที่มีผลผลิตต่อไร่ 247 กิโลกรัม โดยจังหวัดที่มีผลผลิตสูงสุดคือจังหวัดบึงกาฬ 87,110 ตัน (มีสัดส่วนร้อยละ 25.0 ของผลผลิตของภาค) รองลงมาคือเลย 46,700 ตัน (สัดส่วนร้อยละ 13.4) บุรีรัมย์ 31,060 ตัน (สัดส่วนร้อยละ 8.9) ศรีสะเกษ 25,370 ตัน (สัดส่วนร้อยละ 7.3) อุตรดิตถ์ 24,830 ตัน (สัดส่วนร้อยละ 7.1) ในปีนี้ผลผลิตในภาคอีสานเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 51.0 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการส่งเสริมของภาครัฐที่เพิ่มพื้นที่ปลูกยาง ในเขตพื้นที่ปลูกยางใหม่เมื่อปี 2549 ซึ่งเริ่มทยอยกรีดยางได้ในปีนี้ และราคาที่สูงช่วยให้เกษตรกรชาวอีสานหันมาปลูกยางเพิ่มขึ้น ตลอดจนผลตอบแทนจากการปลูกยางในภาคอีสานที่สูงกว่าภาคอื่นส่วนหนึ่งมาจากแรงงานกรีดยางของอีสาน ซึ่งอดีตเคยรับจ้างกรีดยางที่ภาคใต้กลับมาปลูกและรับ จ้างกรีดยางที่ภาคอีสาน สำหรับในปี 2555 คาดว่าภาคอีสานจะมีพื้นที่กรีดได้ 2.0 ล้านไร่ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 40.0 และมีผลผลิตรวม 411,820 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.3 สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2554) ระบุว่าพื้นที่ปลูกยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งแต่ปี 2551-2554 มีการเพิ่มพื้นที่ปลูกมากขึ้น จาก 2,799,209 ไร่ ในปี

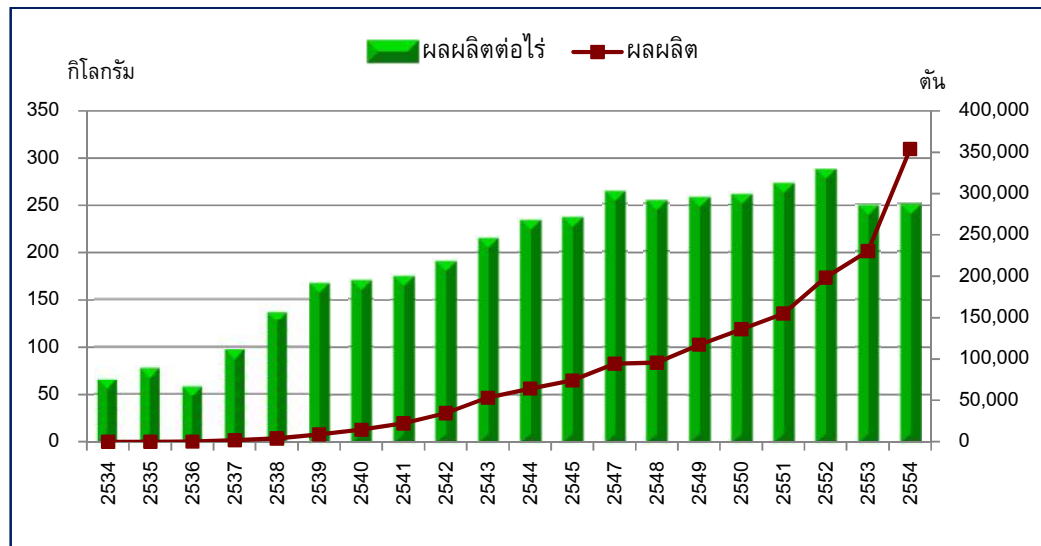
2551 เป็น 3,471,943 ไร่ ในปี 2554 ซึ่งมีพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้น 672,734 ไร่ อีกทั้งในส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่างยังคงมีพื้นที่ปลูกยางเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีพื้นที่ปลูกยางจาก 2,036,234 ไร่ ในปี 2551 เป็น 2,522,593 ไร่ ในปี 2554 ซึ่งมีพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้น 486,359 ไร่ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีพื้นที่ปลูกยางจาก 762,975 ไร่ ในปี 2551 เป็น 949,350 ไร่ ในปี 2554 ซึ่งมีพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้น 186,375 ไร่ โดยในพื้นที่ศึกษาได้แบ่งการสำรวจเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนล่าง ซึ่งตอนบนได้แก่ จังหวัดหนองคาย และอุดรธานี ตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น และบุรีรัมย์ โดยจังหวัดบึงกาฬ มีเนื้อที่ปลูกยางพารามากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ 626,819 ไร่ รองลงมาคืออุดรธานี 332,383 ไร่ บุรีรัมย์ 210,223 ไร่ และ 52,364 ไร่ ตามลำดับ (ภาคผนวกตารางที่ 4,5,6 และภาพที่ 1.3, 1.5, 1.6) และในปี 2554 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีตได้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ที่ร้อยละ 4.53 และร้อยละ 52.80 ตามลำดับ ซึ่งเนื้อที่ยืนต้นชะลอตัวลงจากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 11.47 ส่วนเนื้อที่กรีตได้มีการเร่งตัวขึ้นจากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 35.09 เนื่องจากมีโครงการส่งเสริมการปลูกยางพาราในพื้นที่ใหม่ก่อนหน้านี้นี้จึงทำให้เนื้อที่ยืนต้นมีอัตราการที่ลดลง ส่งผลให้มีเนื้อที่กรีตได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากยางพาราคบกำหนดการกรีตแล้ว ทำให้มีผลผลิตและผลผลิตต่อไร่เร่งตัวขึ้นจากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 16.16 และ -13.94 เป็นร้อยละ 53.54 และ ร้อยละ 0.40 ตามลำดับ ซึ่งภาคเหนือตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ มีสัดส่วนผลผลิตเมื่อเทียบจากทั่วประเทศ เท่ากับ ร้อยละ 1.28, 10.57, 12.43 และร้อยละ 75.72 ตามลำดับ และมีสัดส่วนเนื้อที่กรีตได้เมื่อเทียบจากทั่วประเทศ เท่ากับร้อยละ 1.51, 11.16, 11.43 และร้อยละ 75.89 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าภาคใต้มีเนื้อที่กรีตและปริมาณผลผลิตมากที่สุด รองลงมาคือภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ตามลำดับ นอกจากนี้สำนักงานตลาดกลางยางพาราจังหวัดหนองคาย (2554) ระบุว่า ยางก้อนถ้วยของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคุณภาพสูงกว่ายางก้อนถ้วยในภาคอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่ปลูกยางใหม่ ทำให้เกษตรกรปฏิบัติตามกระบวนการผลิตยางพาราอย่างเคร่งครัด จึงได้ผลผลิตยางก้อนถ้วยที่ได้มาตรฐาน (ภาพที่ 2.11, 2.13 และภาพที่ 2.14)



ภาพที่ 2.10 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีดได้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2534-2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

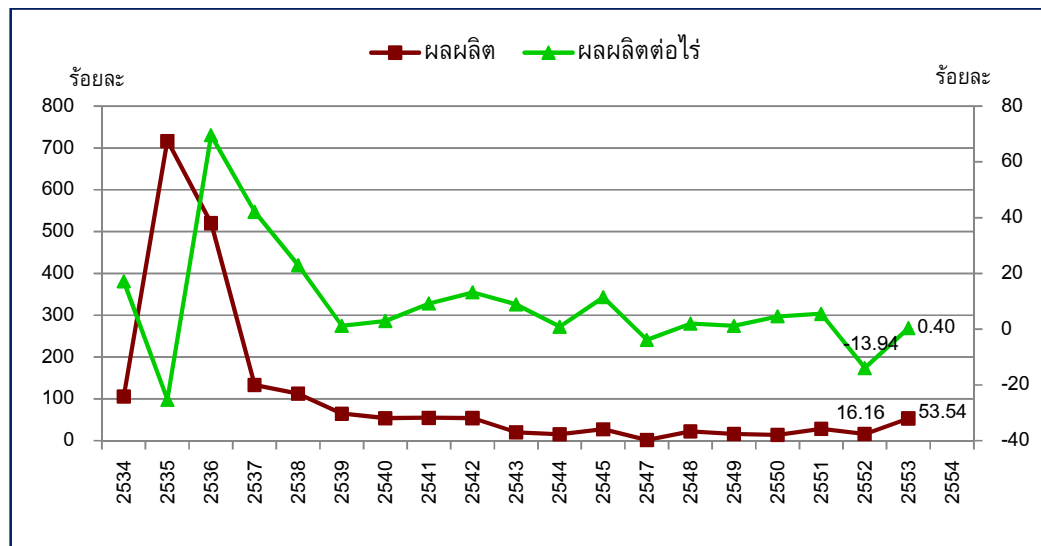


ภาพที่ 2.11 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีดได้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากปี 2534-2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



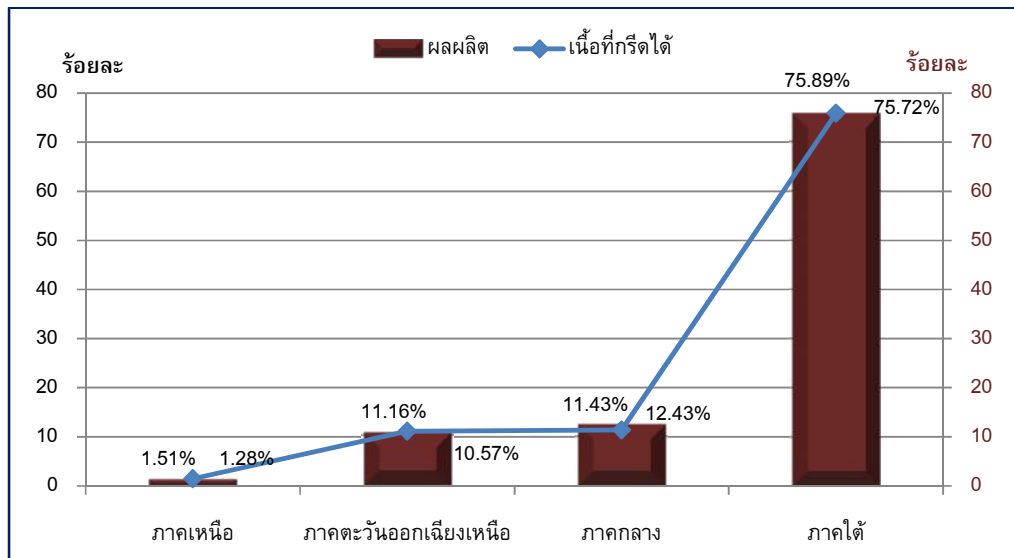
ภาพที่ 2.12 ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของภาคตะวันออกเงี่ยงเหนือปี 2534-2554

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 2.13 การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีดได้ของภาคตะวันออกเงี่ยงเหนือ จากปี 2534-2554

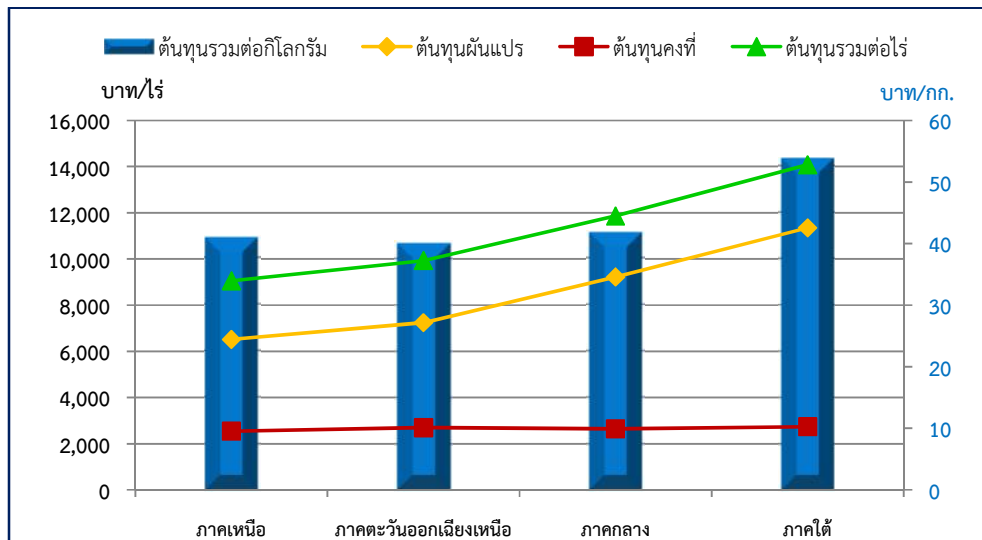
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 2.14 เปรียบเทียบสัดส่วน(ร้อยละ)เนื้อที่กรีดได้และผลผลิตรายภาค ปี 2554
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

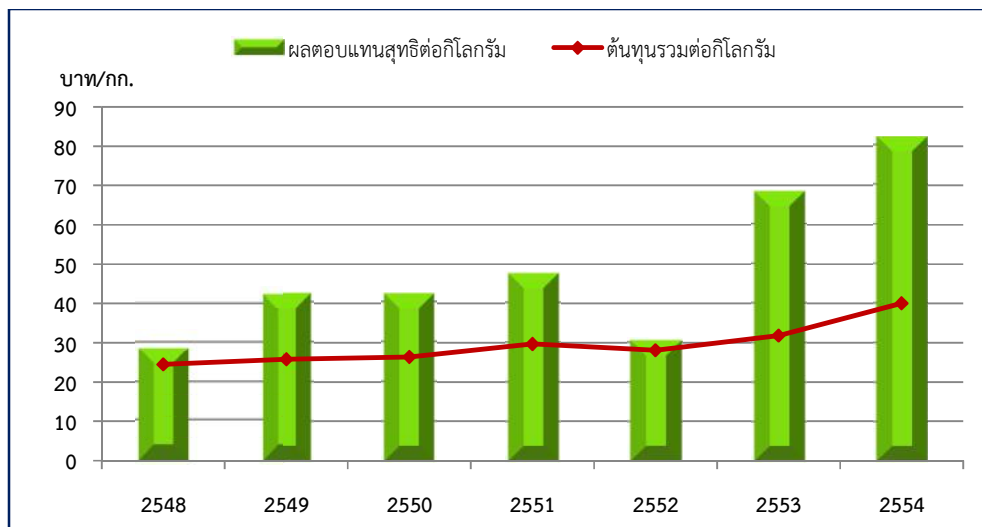
2.2.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2554) รายงานว่า เนื่องจากภาคอีสานมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าภาคใต้ และได้รับผลตอบแทนที่สูงจึงเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรหันมาปลูกยางมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ในเดือนมีนาคม 2554 ภาคอีสานมีต้นทุนการผลิตยางที่ต่ำกว่าภาคใต้และค่าเฉลี่ยของประเทศและได้ผลตอบแทนที่สูง โดยมีต้นทุนการผลิตที่กิโกรัมละ 35.19 บาท และให้ผลตอบแทนที่กิโกรัมละ 102.26 บาท หรือไร่ละ 24,000 บาท ซึ่งนับว่าสูงมากเมื่อเทียบกับการปลูกพืชหลักๆ ชนิดอื่น ทั้งนี้ภาคอีสานมีข้อได้เปรียบกว่าภาคใต้ในเรื่องค่าจ้าง และแรงงานกรีดยาง ซึ่งทำให้ต้นทุนในการปลูกยางภาคอีสานต่ำกว่าภาคใต้ร้อยละ 30-40 เนื่องจากภาคใต้ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน ขณะที่แรงงานอีสานส่วนใหญ่เคยไปเป็นแรงงานกรีดยางที่ภาคใต้และกลับมาปลูกยางรวมทั้งรับจ้างกรีดยางที่ภาคอีสานด้วย หากเปรียบเทียบผลตอบแทนการปลูกยางกับพืชสำคัญอื่นๆ เช่น ข้าว มันสำปะหลัง และอ้อยโรงงาน มูลค่าของผลตอบแทนจะสูงกว่าจึงสร้างแรงจูงใจให้แก่เกษตรกรมากกว่า จากข้อมูลสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ระบุว่า ภาคใต้มีต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนต่อไร่สูงสุด อยู่ที่ 14,076.28 บาทต่อไร่ และ 32,530 บาทต่อไร่ ตามลำดับ รองลงมาคือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (มีต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนต่อไร่สูงสุด อยู่ที่ 9,925.10 บาทต่อไร่ และ 30,283 บาทต่อไร่ ตามลำดับ) ซึ่งภาคกลางได้รับผลตอบแทนต่อกิโกรัมและราคาขายสูงสุด คือ 83.09 บาท และ 124.65 บาท ตามลำดับ (ภาคผนวกตารางที่ 8, 9, 11 และภาพที่ 2.15, 2.16, 2.17 และ 2.18)



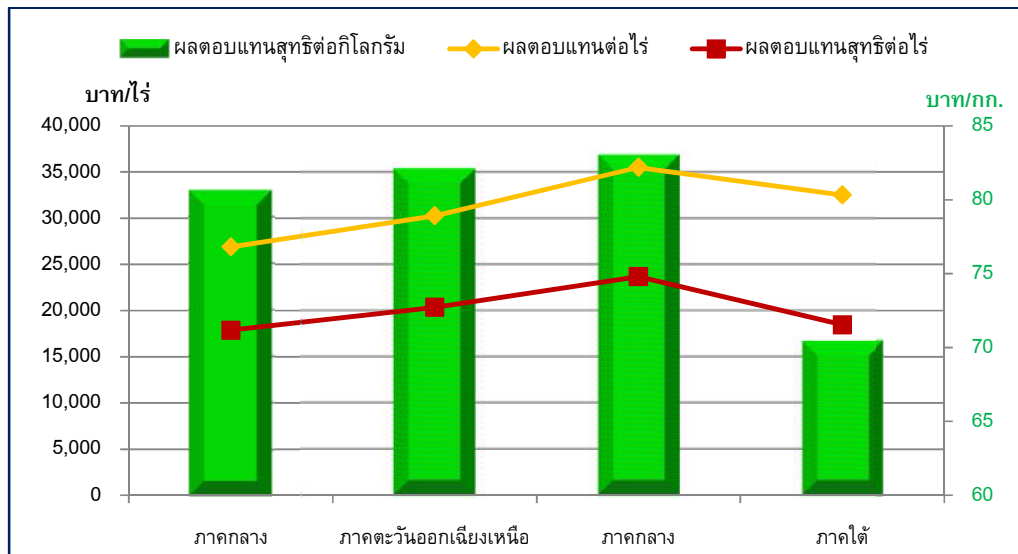
ภาพที่ 2.15 ต้นทุนการผลิตยางพารารายภาค ปี 2554

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

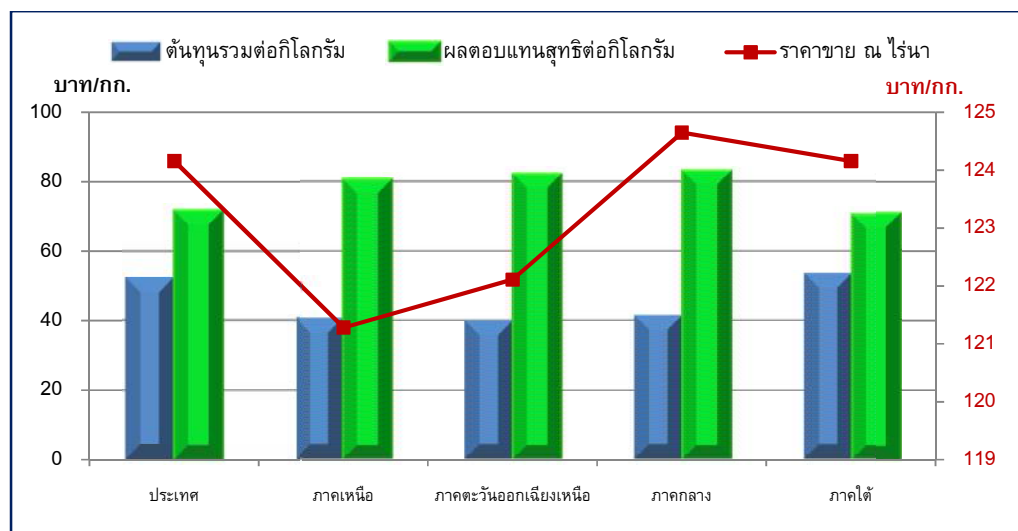


ภาพที่ 2.16 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางแผ่นดิบของภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2554

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 2.17 ผลตอบแทนการผลิตยางพารารายภาค ปี 2554
ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 2.18 ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทน และราคาขาย รายภาค ปี 2554
ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2.2.3 ระบบการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากหัวข้อ 2.1.2.2 ได้กล่าวมาแล้วในส่วนของการค้ายางพาราในประเทศไทยว่าประเทศไทยมีตลาดการซื้อขายยางพารากลางที่สำคัญ 8 แห่ง อยู่ในภาคใต้ 5 แห่ง คือ หาดใหญ่ ตรัง ยะลา นราธิวาส ภูเก็ต อยู่ในภาคกลาง 1 แห่ง คือกรุงเทพมหานคร และอยู่ใน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีก 2 แห่ง คือ หนองคาย และบุรีรัมย์ ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภูมิภาคหนึ่งที่ปลูกยางพาราอันดับสองรองลงมาจากภาคใต้ ทำให้มีการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราเพื่อทำการรับซื้อผลผลิตในพื้นที่เพาะปลูก

1) ตลาดกลางยางพาราหนองคาย

จากผลการดำเนินงานการซื้อขายยางแผ่นดิบในปีงบประมาณ 2552-2554 พบว่าราคายางแผ่นดิบเฉลี่ย (บาท/กก.) มีส่วนต่างทางการตลาดที่เพิ่มอย่างต่อเนื่องในทุกปี ซึ่งในปี 2552 ส่วนต่างของราคายางแผ่นดิบ ณ สถานที่ราคาท้องถิ่นกับตลาดกลางยางพาราหนองคายจากราคาเฉลี่ย (บาท/กก.) 1.48 บาท/กก. และส่วนต่างทางการตลาดระหว่างตลาดกลางยางพาราหนองคายกับตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่จากราคาเฉลี่ย (บาท/กก.) 1.18 บาท/กก. แสดงให้เห็นว่าราคายางพาราเฉลี่ย ณ ตลาดกลางยางพาราหนองคายสูงกว่าราคาท้องถิ่นเฉลี่ย และในขณะเดียวกันราคาเฉลี่ย ณ ตลาดกลางหนองคายยังมีค่าที่ต่ำกว่าราคาตลาดกลางยางพาราที่หาดใหญ่เฉลี่ยนั่นเอง ต่อมาเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2553 พบว่าส่วนต่างทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากปี 2552 เป็น 0.3 บาท/กก. เนื่องจากมีต้นทุนในการขนส่งที่เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้ส่วนต่างการตลาดระหว่างราคาท้องถิ่นกับตลาดกลางยางพาราหนองคายจากราคาเฉลี่ย (บาท/กก.) 1.78 บาท/กก. และพบว่าราคาเฉลี่ยยางแผ่นดิบ ณ ตลาดกลางยางพาราหนองคายกับราคาตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่เพิ่มสูงขึ้นจากปี 2552 เป็น 0.91 บาท/กก. และมีส่วนต่างการตลาดในปี 2553 จากราคาเฉลี่ย 2.09 บาท/กก. นั้นแสดงให้เห็นว่าส่วนของราคาเฉลี่ยท้องถิ่นกับราคาเฉลี่ยยางตลาดกลางยางพารายังต่ำกว่าราคาเฉลี่ยยางพาราทลาดกลางหนองคายกับราคาเฉลี่ยยางพาราทลาดกลางหาดใหญ่ และผลการดำเนินงานของปี 2554 ยังคงมีส่วนต่างการตลาดที่เพิ่มขึ้น จากปีที่ผ่านเป็น 1.03 บาท/กก. ระหว่างรับซื้อท้องถิ่นกับตลาดกลางยางพาราหนองคายเฉลี่ย (บาท/กก.) 2.81 บาท/กก. ส่วนราคาเฉลี่ยยางแผ่นดิบ ณ ตลาดกลางยางพาราหนองคายกับราคาตลาดกลางหาดใหญ่กับมีส่วนต่างทางการตลาดที่ลดลงจากปี 2553 เป็น 0.08 บาท/กก. ซึ่งส่วนต่างในปี 2554 จากราคาเฉลี่ย 2.01 บาท/กก. จากส่วนต่างที่ได้รับในปี 2554 นั้นถึงแม้ว่าส่วนต่างทางการตลาดของยางแผ่นดิบจะเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆปี ณ ระดับราคาในสถานที่ตลาดต่างๆ แต่ในปี 2554 ต่างก็พบว่ามีส่วนต่างที่ผิดแปลกไปจากปีอื่นๆ เนื่องจากว่าราคา ณ ตลาดท้องถิ่นกับตลาดกลางยางพารา มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าส่วนตลาดระหว่างตลาดกลางยางพาราหนองคายกับตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ เนื่องจากในปี 2554 มีสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมเกิดอุทกภัย ครั้งใหญ่ทั่วกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจของประเทศจึงมีผลต่อส่วนต่างทางการตลาดทำให้ค่าขนส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ(ภาคอีสาน)มีราคาที่สูงขึ้น ทำให้พ่อค้ารับซื้อ ณ ระดับราคาท้องถิ่นสามารถถดถอยรับซื้อจากเกษตรกรได้ ทำให้ส่วนต่างทางการตลาดระหว่างราคาเฉลี่ยตลาดกลางหนองคายกับราคาเฉลี่ยท้องถิ่นค่อนข้างสูงกว่าทุกปีที่ผ่านมา (สำนักงานตลาดกลางยางพารา, 2552-2554)

2) ตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์

การซื้อขายยางพาราแผ่นดิบผ่านตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ ในปีงบประมาณ 2552-2554 พบว่าราคายางแผ่นดิบเฉลี่ย (บาท/กก.) มีส่วนต่างการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยมาทุกปี ซึ่งในปี 2552 พบว่าส่วนต่างทางการตลาดระหว่างราคาเฉลี่ยท้องถิ่นกับราคาเฉลี่ยตลาดกลางบุรีรัมย์ (บาท/กก.) เป็น 2.36 บาท/กก. และราคาเฉลี่ยตลาดกลางบุรีรัมย์กับราคาเฉลี่ยตลาดกลางหาดใหญ่ (บาท/กก.) เป็น 0.07 บาท/กก. แสดงให้เห็นว่าราคาเฉลี่ยตลาดท้องถิ่นต่ำกว่าราคาเฉลี่ยที่ตลาดกลางบุรีรัมย์ และราคาเฉลี่ยตลาดกลางบุรีรัมย์มีราคาต่ำกว่าราคาเฉลี่ยตลาดกลางหาดใหญ่นั้นเอง สำหรับในปีงบประมาณปี 2553 พบว่าส่วนต่างการตลาดระหว่างราคาเฉลี่ยท้องถิ่นกับราคาเฉลี่ยตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ (บาท/กก.) เป็น 1.74 บาท/กก. และพบว่าราคาเฉลี่ยตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์มีส่วนต่างการตลาดต่ำกว่าราคาเฉลี่ยตลาดใหญ่ (บาท/กก.) 0.1 บาท/กก. นั้นหมายความว่าความแตกต่างของราคาตลาดกลางบุรีรัมย์สูงกว่าราคาเฉลี่ยท้องถิ่น และราคาเฉลี่ยตลาดกลางบุรีรัมย์กับต่ำกว่าราคาเฉลี่ยตลาดกลางหาดใหญ่ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2552 กับพบว่าส่วนต่างการตลาดของราคาเฉลี่ยท้องถิ่นกับราคาเฉลี่ยตลาดกลางยางพารามีส่วนต่างที่ต่ำกว่าปีที่ผ่านมา เนื่องมาจากเกิดการกดราคารับซื้อผลผลิตของพ่อค้าในแต่ละท้องถิ่นเอง และอาจเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงเนื่องมาจากปัญหาทางการเมือง ทำให้พ่อค้าประมูลสามารถที่จะกดราคารับซื้อได้ และในปีงบประมาณ 2554 นั้นพบว่าราคาเฉลี่ยท้องถิ่นกับราคาเฉลี่ยตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ (บาท/กก.) เป็น 5.01 บาท/กก. และราคาเฉลี่ยตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์กับราคาเฉลี่ยตลาดกลางหาดใหญ่ (บาท/กก.) 4.6 บาท/กก. ซึ่งให้เห็นว่าในปี 2554 ส่วนต่างทางการตลาดนั้นเพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัดในปีนั้น เนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจของไทยที่ถูกกระทบกระเทือนโดยอุทกภัยภัยธรรมชาติ ที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นเพิ่มตามขึ้นไปด้วยทำให้ค่าขนส่งยางพาราต่อหน่วยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เมื่อเปรียบเทียบกับราคาเฉลี่ยยางพารา ณ ระดับต่างๆ เห็นได้ว่าส่วนต่างราคาเฉลี่ยระหว่างราคาเฉลี่ยท้องถิ่นกับราคาตลาดกลางบุรีรัมย์นั้นสูงกว่าราคาเฉลี่ยระหว่างราคาเฉลี่ยตลาดกลางบุรีรัมย์กับราคาเฉลี่ยตลาดกลางหาดใหญ่ อยู่ 0.46 บาท นั้นเอง แสดงให้เห็นว่าตลาดกลางบุรีรัมย์มีการพัฒนาศักยภาพในการรับซื้อ-ขายยางพาราได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพด้านการตลาดของในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (สำนักงานตลาดกลางบุรีรัมย์, 2552-2554)

ด้วยเหตุที่ว่าพื้นที่ในการปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้น จากพื้นที่ปลูก ปี 2552 มีพื้นที่ปลูก 2,984,097 ไร่ ในปี 2553 มีพื้นที่ปลูก 3,362,791 ไร่ และ 3,477,303 ไร่ จากตัวเลขการเพิ่มขึ้นของพื้นที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงนำไปสู่การพัฒนากระบวนการตลาดในรูปแบบใหม่ ในรูปแบบของตลาดเครือข่ายโดยผ่านตลาดกลาง ซึ่งอาศัยการอิงราคารับซื้อ-ขายจากราคาตลาดกลางทั้งในอีสานตอนบน และอีสานตอนล่าง เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถที่จะนำผลผลิตที่ได้ไปจำหน่ายได้ในราคาที่สูง มีคุณภาพ

ตรงตามมาตรฐานการรับซื้อ และเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารการเปลี่ยนแปลงด้านราคารับซื้อที่จะสามารถช่วยลดต้นทุนในการขนส่งยางพาราได้ เพื่อเปิดโอกาสให้กับชาวสวนที่อยู่ห่างไกลความเจริญ ป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ในด้านการคัดคุณภาพ การชั่งน้ำหนัก และเพื่อให้มีโอกาสขายยางพาราในระบบตลาดกลาง ได้รับราคาที่เป็นธรรม ยางได้คุณภาพตามมาตรฐาน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรชาวสวนยางมีขนาดสวนเล็กและได้ผลผลิตน้อย ซึ่งการที่จะนำไปขายให้กับตลาดกลางมีค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้น จึงได้รับการสนับสนุนการจัดตั้งเครือข่ายตลาดยางพารา ทำให้เกิดทางเลือกของเกษตรกรในการนำผลผลิตไปจำหน่าย (สถาบันวิจัยยางพาราไทย, 2552-2554) และเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับแผนปรับโครงสร้างยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งได้แก่ ระบบตลาดเครือข่ายตลาดกลางยางพาราหนองคาย และระบบเครือข่ายตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ ดังนี้

1) ระบบตลาดเครือข่ายตลาดกลางหนองคาย

สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ได้จัดตั้งตลาดกลางยางพาราระบบเครือข่ายฯ เปิดให้บริการในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวสวนยางที่อยู่ในที่ห่างไกลได้มีโอกาสขายยางพาราในระบบตลาดกลาง ซึ่งมีขั้นตอนการบริการเช่นเดียวกับการซื้อ-ขายในตลาดกลางยางพาราหนองคาย แต่ลักษณะการประมูลยางพาราจะต้องนำยางเข้าตลาดเครือข่ายก่อนวันทำการประมูล 1 วัน เพื่อแจ้งน้ำหนักสุทธิให้ตลาดกลางยางพาราหนองคาย ทราบก่อนเวลา 09.00 น. ของวันประมูลเพื่อรวมน้ำหนักกับตลาดยางพาราหนองคาย แล้วสู่ขั้นตอนการประมูลเป็นราคาเดียวกัน และส่งมอบยางพาราให้ผู้ประมูลโดยตรง ปัจจุบันมี 1 แห่ง ตลาดกลางยางพาราเครือข่าย อ.เซกา จ.บึงกาฬ

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งตลาดเครือข่ายฯ

1. เพื่อเพิ่มการบริการบริการซื้อ-ขายยางพาราผ่านระบบตลาดกลางเพิ่มขึ้น ด้วยการตั้งตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราในพื้นที่ท้องถิ่นที่ห่างไกลความเจริญ
2. เพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในด้านราคา ยาง น้ำหนัก ยาง และคุณภาพยาง ในลักษณะระบบสหกรณ์มีจุดรวบรวมยาง ทำหน้าที่การตลาดแทนเกษตรกรรายย่อย โดยตลาดกลางยางพาราหนองคายได้สนับสนุนอุปกรณ์ทางการตลาด

3. เพื่อให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้ในราคาสูงกว่าราคาท้องถิ่น

การดำเนินงานด้านการบริการของตลาดเครือข่ายฯ

1. การรวบรวมยางแผ่นมอบหมายให้สหกรณ์เป็นผู้รวบรวมก่อน 1 วัน โดยทำการชั่งน้ำหนักและคัดคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานของสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย แล้วส่งข้อมูล การชั่งน้ำหนัก และคุณภาพไปยังสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคายในวันประมูลก่อนเวลา 09.00 น.

2. กรณีการรับซื้อยางแผ่นรมควันให้รวบรวมยางรมควันชั้น 1-3
3. ราคาที่ใช้ประมูลให้ยึดราคาในวันที่ทำการประมูล ของสำนักงานตลาดกลางยางพารา
4. การส่งมอบยาง ให้ตลาดเครือข่ายส่งมอบเอง โดยให้มีการทดสอบน้ำหนักก่อนส่งมอบยางทุกครั้ง เพื่อป้องกันน้ำหนักไม่ให้ขาดหาย
5. สำหรับการจ่ายเงินค่ายางจะต้องมีการชำระผ่านตลาดกลางโดยใช้เงินสำรองจ่ายให้กับเกษตรกรเครือข่ายก่อน เมื่อผู้ประมูลโอนเงินค่ายางเข้าบัญชีสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคายแล้ว ตลาดเครือข่ายจึงจะส่งมอบยางได้

ประโยชน์จากการจัดตั้งระบบตลาดเครือข่ายหนองคาย

1. สร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันเกษตรกร ด้านการตลาดและความสามารถสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคาให้เกิดความเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น
2. เกษตรกรชาวสวนได้รับความเป็นธรรมจากการขายยาง ทั้งด้านราคา คุณภาพ และน้ำหนัก
3. เกษตรกรสามารถขายยางได้ในราคาประมูลของตลาดกลางยางพารา
4. ทำให้เกษตรกรลดภาระค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาด และนำไปสู่รายได้ของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้น

2) ระบบตลาดเครือข่ายตลาดกลางบุรีรัมย์

สำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ ได้ดำเนินการจัดตั้งระบบตลาดเครือข่ายตลาดกลางฯ เปิดบริการในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่อบริการซื้อ-ขายยางให้กับเกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลตลาดกลางบุรีรัมย์ โดยเกษตรกรรวมกลุ่มกันดำเนินงานภายใต้กฎและระเบียบที่ตลาดกลางได้กำหนด เพื่อเป็นศูนย์กลางการให้บริการซื้อ-ขายยางที่เป็นธรรมทั้งผู้ซื้อ-ผู้ขาย โดยเกษตรกรจะได้รับประโยชน์และความเป็นธรรมเช่นเดียวกับการนำไปขายที่ตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ จึงได้รับการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งเครือข่ายตลาดกลางยางพาราเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับแผนโครงสร้างยางและผลิตภัณฑ์ยาง โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปัจจุบันมี 1 แหล่งที่กลุ่มผู้ผลิตราย วิสาหกิจยางพารา ตำบลคอแสน อำเภอบุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งตลาดระบบเครือข่าย

1. เพื่อจัดตั้งตลาดเครือข่ายของตลาดกลางยางพาราให้เป็นแหล่งขายยางของเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลจากตลาดกลางยางพารา
2. เพื่อเป็นศูนย์กลางการให้บริการซื้อขายยางที่เป็นธรรมทั้งผู้ซื้อและผู้ขายทั้งด้านราคา ยาง น้ำหนักยาง และคุณภาพยาง
3. เพื่อเป็นการยกระดับราคายางท้องถิ่นให้สูงขึ้นนั่นเอง

การดำเนินงานด้านการบริการตลาดเครือข่าย

1. ตลาดเครือข่ายต้องเป็นผู้รวบรวมยางก่อนนำน้ำหนักรับเข้าประมูลก่อน 1 วัน
2. การคัดคุณภาพ จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานเดียวกันกับตลาดกลางยางฯ และอยู่ในการควบคุมดูแลของเจ้าหน้าที่คัดคุณภาพของตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์
3. การชั่งน้ำหนักยาง ตลาดเครือข่ายต้องทำการชั่งน้ำหนักให้เสร็จก่อนวันประมูล 1 วัน เพื่อส่งข้อมูลปริมาณยางไปยังตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์
4. การประมูลยาง ตลาดเครือข่ายต้องแจ้งน้ำหนักยางสุทธิยางภายในเวลา 12.00 น. ของวันประมูลโดยสำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์จะเป็นผู้รวบรวมน้ำหนักยางของตลาดแม่ข่ายและตลาดเครือข่ายเพื่อประมูลเป็นราคาเดียวกัน
5. การจ่ายเงินค่ายางของตลาดเครือข่าย เงินจะต้องโอนผ่านเข้าสำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์เสียก่อน ถึงโอนเงินค่ายางเข้าบัญชีตลาดเครือข่ายโอนผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด สาขาบุรีรัมย์

6. การส่งมอบยาง ของระบบตลาดเครือข่าย มี 2 วิธี คือ

- 6.1 ตลาดเครือข่ายทำการส่งมอบยางให้กับผู้ประมูลโดยตรง
- 6.2 ผู้ประมูลสามารถไปรับยางได้ที่ตลาดเครือข่ายได้เอง

ประโยชน์ของการจัดตั้งระบบตลาดเครือข่าย

1. ทำให้สถาบันเกษตรกรมีความเข้มแข็งในด้านการบริหารจัดการตลาดและสามารถสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคาทำให้เกิดความเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น
2. เกษตรกรจะได้รับความเป็นธรรมจากการขายยาง ทั้งด้านราคา คุณภาพและน้ำหนักยาง
3. เกษตรกรสามารถจำหน่ายยางได้ในราคาเท่ากับราคาประมูล ณ ตลาดกลางยางพารา
4. ทำให้ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดของเกษตรกรและนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้น กระบวนการซื้อขายยางแผ่นดิบและยางก้อนผ่านตลาดกลางยางพาราและตลาดเครือข่าย (สมจิตต์ ศิขรินมาศ สุขุม แก้วกลับ สุชาติ ช่วยชูกุล และสมศักดิ์ คงสุข, 2552)

2.2.3.1 วิธีการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 3 (2550) รายงานว่า เส้นทางในการนำผลผลิตยางพาราได้แก่ น้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และ ยางก้อนถ้วยของเกษตรกร ออกสู่ตลาดจนถึงโรงงานแปรรูปซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นต้นนั้นได้ผ่านตลาดต่างๆ ดังนี้

- 1) ตลาดประมูลยางท้องถิ่น เป็นสถานที่รวบรวมยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยเป็นลักษณะการรวมกลุ่มของเกษตรกร ในรูปกลุ่มสหกรณ์ โดยมีสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เป็นหน่วยงานราชการให้การสนับสนุนการดำเนินงานเปิดประมูลยางเดือนละครั้ง สถานที่จัดประมูลจะอยู่ใกล้แหล่งผลิตอำเภอละ 1 ตลาด เกษตรกรจะทำผลผลิตมาที่ตลาด

เพื่อเปิดการประมูล โดยมีพ่อค้าท้องถิ่นจะเป็นผู้ประมูลได้เป็นส่วนใหญ่ ตลาดประมูลยางท้องถิ่นเป็นตลาดที่เกษตรกรนำผลผลิตมาขายประมาณร้อยละ 80

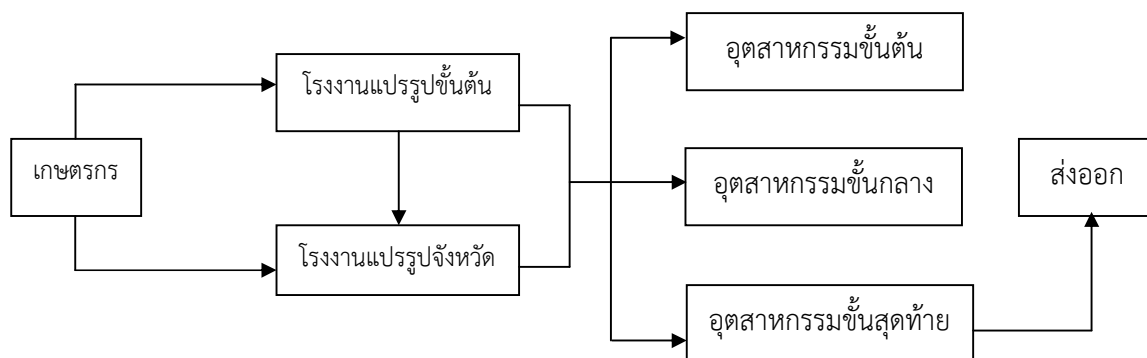
2) พ่อค้าท้องถิ่น เป็นผู้ประกอบการด้านการค้าผลผลิตยางที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตในพื้นที่ การดำเนินงานเป็นผู้ประมูลในตลาดประมูลยางท้องถิ่น และรับซื้อผลผลิตทั้งน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย และเศษยาง จากเกษตรกรโดยตรงแล้วทำการรวบรวมจนมีจำนวนมาก แล้วส่งขายโรงงานแปรรูปในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี หนองคาย มุกดาหาร เป็นพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งเป็นการดำเนินการซื้อขายปกติในช่วงผลผลิตยางขาดแคลน และราคาสูง จะดำเนินการรวบรวมขายให้โรงงานแปรรูปนอกพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วย เช่น โรงงานแปรรูปในจังหวัดระยองและชลบุรี พ่อค้าท้องถิ่นเป็นตลาดที่เกษตรกรนำผลผลิตมาขายประมาณร้อยละ 15 และเป็นผู้ไปประมูลในตลาดประมูลยางท้องถิ่นประมาณร้อยละ 75 แล้วรวบรวมผลผลิตขายต่อไปยังโรงงานแปรรูปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประมาณร้อยละ 80 นอกภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 10

3) โรงงานแปรรูปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีทั้งหมด 7 โรงงาน ประกอบด้วย จังหวัดอุดรธานี มี 2 โรงงาน คือ บริษัทไทยอ้อยางพารา จำกัด ตั้งอยู่ที่อำเภอหนองหาน บริษัทมหากิจรับเบอร์ จำกัด ตั้งอยู่ที่อำเภอกุดจับ จังหวัดหนองคาย มี 4 โรงงาน คือ บริษัทไทยอ้อยางพารา จำกัด, ไทยรับเบอร์ลาเท็กซ์กรุ๊ป จำกัด, รุ่งเรืองยางพาราตั้งอยู่ที่ อำเภอบึงกาฬ และบริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์ จำกัด ตั้งอยู่ที่อำเภอปากคาด จังหวัดมุกดาหารมี 1 โรงงาน คือ บริษัทพุทธรักษาไทยรับเบอร์ จำกัด ตั้งอยู่ที่อำเภอดงหลวง โดยโรงงานแปรรูปทั้งหมดรับซื้อผลผลิตยางพาราจากเกษตรกรโดยตรง บางส่วนที่อยู่ใกล้กับโรงงานแปรรูปปริมาณรับซื้อร้อยละ 5 และไปประมูลที่ตลาดประมูลยางท้องถิ่นประมาณร้อยละ 5 แล้วนำผลผลิตทั้งหมดมาแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมขั้นต้น คือน้ำยางชั้นยางสกิม ยางแผ่นรมควัน ยางแผ่นรมควันอัดก้อน ยางเครพ และยางแท่งเสร็จแล้วร้อยละ 70 เป็นยางแผ่นรมควันและยางแท่ง ส่งออกทำเรือคลองเตยและแหลมฉบัง ไปยังประเทศคู่ค้า เช่น ญี่ปุ่น ส่วนอีกประมาณร้อยละ 20 ส่งเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมขั้นกลางและขั้นสุดท้ายในเขตภาคกลางและภาคตะวันออก

4) โรงงานแปรรูปขั้นต้นนอกภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดชลบุรี และระยอง ได้มารับซื้อผลผลิตขั้นต้นจากเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยผ่านพ่อค้าท้องถิ่นประมาณร้อยละ 10

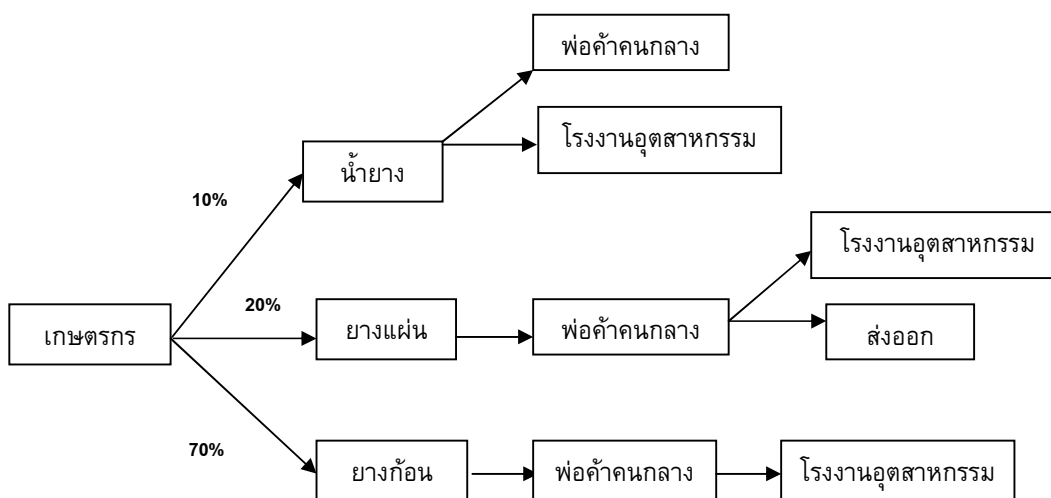
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 3 (2550) รายงานว่า เส้นทางเคลื่อนย้ายผลผลิตยางขึ้นปฐมจากเกษตรกรสู่โรงงานแปรรูปขั้นต้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จะใช้รถบรรทุกเป็นส่วนใหญ่โดยจังหวัดเลย หนองบัวลำภู และส่วนหนึ่งของจังหวัดสกลนครจะเคลื่อนย้ายผลผลิตขึ้นปฐมไปยังโรงงานแปรรูปในจังหวัดอุดรธานีซึ่งมีอยู่ 2 โรงงาน และในโรงงานแปรรูปจังหวัดหนองคาย รวม 4 โรงงาน จะรับผลผลิตยางในจังหวัดสกลนคร

นครพนม และโรงงานแปรรูปในจังหวัดมุกดาหาร 1 โรง จะรับผลผลิตจากจังหวัดนครพนม และจังหวัดสกลนคร และเมื่อโรงงานแปรรูปทั้งหมด ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นต้น ได้แปรรูปผลผลิตขั้นปฐมเป็นวัตถุดิบ ส่งต่อไปยังอุตสาหกรรมขั้นกลางและขั้นสุดท้าย ในจังหวัดภาคกลางและภาคตะวันออก รวมทั้งส่งออกเป็นยางแผ่นดิบและยางแท่งที่ทำเรือคลองเตย และแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรีไปยังต่างประเทศต่อไป โดยใช้รถบรรทุก จากจังหวัดหนองคายและอุดรธานี ตามเส้นทางถนนมิตรภาพสู่ภาคกลางและภาคตะวันออก ส่วนจังหวัดมุกดาหารใช้บรรทุกตามเส้นทางเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก(East West Economic Corridor : EWEC) และเส้นทางสายแหลมฉบัง-สระแก้ว-บุรีรัมย์-มุกดาหาร (Eastern Sea Board ESB) สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง (2551) รายงานว่า เกษตรกรภาคตะวันออกเชิงเหนือตอนบนจะแปรรูป ผลผลิตยางพารา และขายเป็นยางแผ่นดิบร้อยละ 20 ขายเป็นยางก้อนถ้วยร้อยละ 70 และขายเป็นน้ำยางร้อยละ 10 ผ่านพ่อค้าคนกลางและโรงงานอุตสาหกรรม ไปจนถึงส่งออกต่างประเทศ ส่วนน้ำยางสดเกษตรกรสามารถขายโดยตรงให้กับพ่อค้า หรือโรงงานอุตสาหกรรมได้ทันที (ภาพที่ 2.19 และ 2.20) ซึ่งจะอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมไว้ในบทที่ 4



ภาพที่ 2.19 วิธีการตลาดยางพาราโดยรวมของภาคตะวันออกเชิงเหนือ

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



ภาพที่ 2.20 สัดส่วนการผลิตและวิธีการตลาดยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง

2.2.3.2 เปรียบเทียบวิธีการตลาดระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคใต้

ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ภาคใต้ต้นบนชาวสวนยางจะนำน้ำยางหรือยางแผ่นดิบไปขายให้กับพ่อค้ายาง สหกรณ์หรือตลาดกลางยางพารา แล้วเข้าสู่โรงงานแปรรูป จะได้ผลผลิตเป็นยางแผ่นรมควันหรือยางแท่ง ส่งไปยังท่าเรือแหลมฉบังหรือท่าเรือที่เป็นจุดส่งออก แล้วจะนำตู้คอนเทนเนอร์ขึ้นเรือพาณิชย์ส่งต่อไปยังท่าเรือประเทศจีนโดยผ่านท่าเรือฮ่องกง (ภาพที่ 2.21) ส่วนภาคใต้ตอนล่าง ชาวสวนยางจะนำน้ำยางหรือยางแผ่นดิบไปขายให้กับพ่อค้ายาง สหกรณ์หรือตลาดกลางยางพารา แล้วเข้าสู่โรงงานแปรรูป จะได้ผลผลิตเป็นยางแผ่นรมควันหรือยางแท่ง ส่งไปยังท่าเรือหรือด่านการค้าชายแดน เพื่อส่งออกได้ 3 แบบ คือ รถบรรทุก รถหัวลาก และรถไฟ ซึ่งหากส่งผ่านท่าเรือสงขลาจะสามารถเข้าถึงได้ด้วยรถบรรทุกและรถหัวลาก จากนั้นนำตู้คอนเทนเนอร์ขึ้นเรือ feeder เพื่อขึ้นไปเรือแม่ที่ฮ่องกง หรือสิงคโปร์ หากส่งผ่านด่านสะเดาจะสามารถเข้าถึงด่านด้วยรถบรรทุกและรถหัวลาก จากนั้นเดินทางบน Express way ไปยังท่าเรือปีนัง และหากส่งผ่านด่านปาดังเบซาร์สามารถเข้าถึงด่านได้ด้วยรถบรรทุก รถหัวลากและรถไฟ จากนั้นไปท่าเรือปีนังด้วยรถไฟ (ภาพที่ 2.22) ซึ่งจะเห็นได้ว่าภาพรวมของวิธีการตลาดในภาคใต้จะมีลักษณะคล้ายกันทั้งภาคใต้ตอนบนและภาคใต้ตอนล่าง คือ ชาวสวนยางจะนำน้ำยางหรือยางแผ่นดิบไปขายให้กับพ่อค้ายาง สหกรณ์หรือตลาดกลางยางพารา เข้าสู่โรงงานแปรรูปแล้วส่งออกต่อไป โดยมีสัดส่วนการผลิตน้ำยาง ยางแผ่น และเศษยาง เท่ากับ ร้อยละ 30, 60 และร้อยละ 10 ตามลำดับ (ภาพที่ 2.23) เมื่อเทียบกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ(หัวข้อ 2.2.2.1)จะเห็นว่าสัดส่วนผลผลิตนั้นมีความแตกต่างกันมาก เนื่องจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่จะผลิตยางก้อนถ้วย ส่วนภาคใต้จะผลิตยางแผ่นเป็นส่วนใหญ่

บทที่ 3

สถานการณ์การผลิตยางพารา

จากที่ได้กล่าวมาในบทที่ 1 และ 2 เกี่ยวกับสถานการณ์การผลิตยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้ทราบว่า มีเนื้อที่ปลูก เนื้อที่กรีดยาง และผลผลิตต่อไร่ เป็นอย่างไร รวมทั้งเปรียบเทียบข้อมูลดังกล่าวกับภาคอื่นๆในประเทศ เพื่อให้ทราบถึงสัดส่วนของแต่ละภาค รวมไปถึงต้นทุนและผลตอบแทนที่เกษตรกรจะได้รับ สำหรับบทนี้จะกล่าวถึงสถานการณ์การผลิตยางพาราของเกษตรกรที่ได้จากการสำรวจ จำนวน 320 ครัวเรือน ดังนี้

3.1 สภาพทั่วไปของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา

3.1.1 ลักษณะทั่วไป

เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.30 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.80 เกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.30 ซึ่งเป็นช่วงอายุที่เกษตรกรให้ความสนใจในการประกอบอาชีพนี้มากที่สุด รองลงมา อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.40 และให้ความสนใจประกอบอาชีพนี้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.70 ซึ่งมีอายุน้อยกว่า 30 ปี และเกษตรกรได้เข้ารับการศึกษาในระดับชั้นต่างๆ ตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาตอนต้นไปจนถึงระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4-ป.6) คิดเป็นร้อยละ 56.88 รองลงมาคือจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา (ม.4-ม.6 หรือ ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 17.50 และเกษตรกรจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 0.63 จะเห็นได้ว่า สัดส่วนของเกษตรกรที่จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายมากกว่าเกษตรกรที่จบการศึกษาในระดับสูง (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 เพศ ช่วงอายุ และระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา

รายการ	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
เพศ		
1.ชาย	180	56.30
2.หญิง	140	43.80
รวม	320	100.00

ตารางที่ 3.1 เพศ ช่วงอายุ และระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
ช่วงอายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 30 ปี	31	9.70
31-40	78	24.40
41-50	97	30.30
51-60	75	23.40
มากกว่า 61 ปี	39	12.20
รวม	320	100.00
อายุน้อยที่สุด = 18 ปี อายุมากที่สุด = 84 ปี อายุเฉลี่ย = 46.23 ปี		
ระดับการศึกษา		
1.ประถมศึกษาตอนต้น	15	4.69
2.ประถมศึกษาตอนปลาย	182	56.88
3.มัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช.	43	13.43
4.มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวส.	56	17.50
5.ปริญญาตรี	17	5.31
6.สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.63
7.อื่นๆ(ป.7,มศ.5,อนุปริญญา)	5	1.56
รวม	320	100.00
ต่ำสุด = ประถมศึกษาตอนต้น สูงสุด= สูงกว่าปริญญาตรี		

สำหรับอาชีพหลักและอาชีพรองของเกษตรกร โดยส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 95.00 จากการสำรวจยังพบว่าเกษตรกรประกอบอาชีพหลักโดยทำการเกษตรเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 95.00 และไม่มีการประกอบอาชีพเสริมหรืออาชีพรองใดๆเลย คิดเป็นร้อยละ 65.00 เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ทำการเกษตรเป็นอาชีพหลักในการสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว และใช้จ่ายในครัวเรือน ในรอบปีที่ผ่านมา (2554) พบว่าเกษตรกรมีรายได้จากในภาคการเกษตรเฉลี่ย 285,643 บาทต่อปี โดยมีรายได้ต่ำสุดและรายได้สูงสุด 5,000 บาทต่อปี และ 2,600,000 บาทต่อปี ตามลำดับ ส่วนรายได้จากนอกภาคการเกษตรเฉลี่ย 102,145.60 บาทต่อปี โดยมีรายได้ต่ำสุดและรายได้สูงสุด 4,000 บาทต่อปี และ 2,400,000 บาทต่อปี ตามลำดับ (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 อาชีพหลักและอาชีพรองของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

อาชีพหลัก	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ	อาชีพรอง	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
การเกษตร	304	95.00	ไม่มีอาชีพรอง	208	65.00
ค้าขาย	6	1.90	การเกษตร	45	14.10
ข้าราชการ/ ลูกจ้าง	4	1.30	ค้าขาย	12	3.80
รับจ้างอิสระ	5	1.60	รับจ้างอิสระ	45	14.10
ธุรกิจส่วนตัว	1	0.30	ข้าราชการ(รวมลูกจ้างรัฐ)	7	2.20
			ธุรกิจส่วนตัว	3	0.90
รวม	320	100.00	รวม	320	100.00
รายได้ในภาคการเกษตร			รายได้นอกภาคการเกษตร		
รายได้ต่ำสุด = 5,000 บาท/ปี			รายได้ต่ำสุด = 4,000 บาท/ปี		
รายได้สูงสุด = 2,600,000 บาท/ปี			รายได้สูงสุด = 2,400,000 บาท/ปี		
รายได้เฉลี่ย = 286,538.9 บาท/ปี			รายได้เฉลี่ย = 102,145.60 บาท/ปี		

สมาชิกในครัวเรือนของเกษตรกรเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเพิ่มปริมาณผลผลิต หากมีสมาชิกในครัวเรือนจำนวนมาก ก็จะสามารถลดค่าจ้างแรงงานที่เป็นเงินสดลงได้ จากการสำรวจพบว่าจำนวนสมาชิกในครัวเรือนโดยเฉลี่ยมี 5 คนต่อครัวเรือน ซึ่งเป็นจำนวนที่ค่อนข้างมาก แต่พบว่ามีจำนวนแรงงานที่ใช้ในการเกษตร (ยางพารา) เฉลี่ยเพียง 2 คนต่อครัวเรือน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีสมาชิกบางท่านยังเป็นนักเรียน นักศึกษา หรือประกอบอาชีพอย่างอื่น(แรงงานแฝง) เช่น ลูกจ้างพนักงานบริษัท ข้าราชการ เป็นต้น จึงทำให้จำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ทำการเกษตรมีจำนวนน้อยลง

3.1.2 การถือครองที่ดินและการใช้แหล่งน้ำในการทำการเกษตร

เกษตรกรผู้ปลูกยางพารามีพื้นที่ถือครองในการทำการเกษตรทั้งหมดเฉลี่ย 34.55 ไร่ต่อครัวเรือน แสดงให้เห็นได้ว่าเกษตรกรมีทรัพย์สินเป็นที่ดินเฉลี่ยค่อนข้างมาก โดยเกษตรกรมีพื้นที่น้อยที่สุด 1ไร่ต่อครัวเรือน และมีพื้นที่มากที่สุด 399 ไร่ต่อครัวเรือน เป็นพื้นที่ที่เกษตรกรใช้ทำประโยชน์ในด้านการเกษตร (ตารางที่ 3.3) การแสดงสิทธิความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่เกษตรกรแทบทุกรายจะมีเอกสารสิทธิ์แสดงความเป็นเจ้าของ เช่น โฉนดที่ดิน(นส.4) รองลงมาเป็น สปก.4-01 ฯ ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นที่ราบและที่ดอน และเกษตรกรส่วนใหญ่อาศัยน้ำฝนและสระน้ำส่วนตัวในการทำการเกษตร

ที่ดินที่ใช้ในการเกษตรของเกษตรกร มีการถือครองที่ดินต่ำกว่า 20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมา มีที่ดินที่ใช้ในการเกษตรในช่วง 20 – 39 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 26.90 และ มีพื้นที่ครอบครอง 40 – 59 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.80 และมีจำนวนแปลงที่ดินเฉลี่ย 5 แปลงต่อครัวเรือน โดยน้อยที่สุดมี 1 แปลงต่อครัวเรือน และมากที่สุดมี 5 แปลงต่อครัวเรือน (ตารางที่ 3.3) โดยเกษตรกรที่มีที่ดินแปลงที่ 1 เฉลี่ยอยู่ที่ 16.60 ไร่ต่อครัวเรือน น้อยที่สุด 2 ไร่ต่อครัวเรือน และมากที่สุด 200 ไร่ต่อครัวเรือน, เกษตรกรที่มีที่ดินแปลงที่ 2 เฉลี่ย 6.00 ไร่ต่อครัวเรือน น้อยที่สุด 3 ไร่ต่อครัวเรือน และมากที่สุด 100 ไร่ต่อครัวเรือน, ที่ดินแปลงที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 1.45 ไร่ต่อครัวเรือน น้อยที่สุด 2 ไร่ต่อครัวเรือน และมากที่สุด 33 ไร่ต่อครัวเรือน, โดยส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรจะไม่มีที่ดินแปลงที่ 4 อยู่ร้อยละ 88.90 แต่โดยเฉลี่ยเกษตรกรที่มีที่ดินแปลงที่ 4 อยู่ที่ 0.50 ไร่ต่อครัวเรือน น้อยที่สุด 6 ไร่ต่อครัวเรือน และมากที่สุดอยู่ที่ 25 ไร่ต่อครัวเรือน, ที่ดินแปลงที่ 5 ส่วนใหญ่มีมากถึงร้อยละ 91.2 ไม่มีที่ดินแปลงที่ 5 แต่มีค่าเฉลี่ยที่ดินแปลงนี้คือ 0.23 ไร่ต่อครัวเรือน น้อยที่สุด 4 ไร่ต่อครัวเรือน และมากที่สุด 20 ไร่ต่อครัวเรือน และที่ดินแปลงที่ 6 ร้อยละ 93.00 ไม่มีที่ดินแปลงที่ 6 โดยเฉลี่ยคือ 0.11 ไร่ต่อครัวเรือน น้อยสุด 5 ไร่ต่อครัวเรือน และมากที่สุด 16 ไร่ต่อครัวเรือน

ตารางที่ 3.3 ที่ดินที่ใช้ในการเกษตรของเกษตรกร

จำนวนที่ดินที่ใช้ในการเกษตร (ไร่)	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	120	43.80
20 – 39	86	26.90
40 – 59	60	18.80
60 – 79	14	4.40
80 – 99	8	2.50
100 ขึ้นไป	12	3.80
รวม	320	100.00
ต่ำสุด = 1 ไร่/ครัวเรือน สูงสุด = 399 ไร่/ครัวเรือน เฉลี่ย = 34.55 ไร่/ครัวเรือน		

ส่วนในเรื่องของเอกสารสิทธิ์ความเป็นเจ้าของที่ดินนั้นในแปลงที่ 1 และ 2 จะมีเอกสารสิทธิ์มากที่สุดเป็น โฉนดที่ดิน (น.ส.4) คิดเป็นร้อยละ 43.40 และ 15.60 ตามลำดับ รองลงมา เป็น สปก.4-01 คิดเป็นร้อยละ 21.20 และ 11.30 ตามลำดับ ส่วนแปลงที่ 3 มีเอกสารสิทธิ์มากที่สุด เป็น สปก.4-01 คิดเป็นร้อยละ 5.00 รองลงมาเป็นโฉนด (น.ส.4) ร้อยละ 3.80 แปลงที่ 4 มีเอกสารสิทธิ์เป็น สปก.4-01 ร้อยละ 2.50 รองลงมาเป็น ภ.บ.ท.5,6 ร้อยละ 1.60 ส่วนแปลงที่ 5

มีเอกสารสิทธิ์เป็น สปก.4-01 และ ภ.บ.ท.5,6 คิดเป็นร้อยละ 0.90 รองลงมาเป็นโฉนด (น.ส.4) คิดเป็นร้อยละ 0.30 และสำหรับแปลงที่ 6 มีเอกสารสิทธิ์มากที่สุดเป็น ภ.บ.ท.5,6 คิดเป็นร้อยละ 0.60 และสปก.4-01ร้อยละ 0.30 อีกทั้งที่ดินในแต่ละแปลงนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป โดยแปลงที่ 1 มีลักษณะเป็นที่ราบ ร้อยละ 54.10 มีลักษณะเป็นที่ดอน ร้อยละ 38.10 และเป็นที่ลุ่ม ร้อยละ 6.30 ส่วนที่ดินแปลงที่ 2 เป็นที่ราบ ร้อยละ 22.20 เป็นที่ดอน ร้อยละ 15.00 และเป็นที่ลุ่ม ร้อยละ 4.10 ไม่มีที่ดินแปลงที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 58.80, ที่ดินแปลงที่ 3 มีลักษณะเป็นที่ราบร้อยละ 6.60 มีลักษณะที่ดอน ร้อยละ 5.30 และเป็นที่ลุ่ม ร้อยละ 2.20 ไม่มีที่ดินแปลงที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 85.90, ที่ดินแปลงที่ 4 มีลักษณะเป็นที่ราบ ร้อยละ 2.50 และที่ดอน ร้อยละ 2.20 และที่ลุ่ม ร้อยละ 0.60 ไม่มีที่ดินแปลงที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 94.70, แปลงที่ 5 มีลักษณะพื้นที่ราบ และที่ดอนร้อยละ 1.30 และไม่มีที่ดินแปลงที่ 5 ร้อยละ 97.50 ส่วนแปลงสุดท้ายแปลงที่ 6 มีลักษณะเป็นที่ราบร้อยละ 0.30 มีลักษณะเป็นที่ดอนร้อยละ 0.60 ไม่มีที่ดินแปลงที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 99.10

แหล่งน้ำที่เกษตรกรใช้ในส่วนยางนั้นในแปลงที่ 1-6 ส่วนใหญ่อาศัยน้ำฝนเป็นหลักในการทำการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 71.30, 30.00, 10.00, 4.70, 1.60 และ 0.90 ตามลำดับ รองลงมาจะมีเพียงแปลงที่ 1 และ 2 คิดเป็นร้อยละ 14.10 และ 4.70 ตามลำดับ และแปลงที่ 3-5 อาศัยน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติในการทำการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.30 ส่วนแปลงที่ 6 ไม่พบแหล่งน้ำที่ใช้ทำการเกษตร ร้อยละ 99.10 ส่วนแปลงที่ 1-3 ส่วนใหญ่ใช้แหล่งน้ำจากบ่อหรือบาดาลหรือสระส่วนตัว และไม่พบแหล่งน้ำที่ใช้ในการเกษตร ร้อยละ 9.40, 3.40, และ 1.30 ตามลำดับ ในแปลงที่ 4-6 เกษตรกรบางครัวเรือนอาศัยน้ำประปาในการทำการเกษตร ร้อยละ 85.90 ในแปลงที่ 1-3 ร้อยละ 1.90, 1.60 และ 0.30 ตามลำดับ และไม่พบแหล่งน้ำที่ใช้ทำการเกษตรในแปลงที่ 4-6 ร้อยละ 94.8

3.2 การจัดการด้านการผลิตยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

3.2.1 การลงทุนเริ่มแรก

เหตุผลในการตัดสินใจปลูกยางพาราของเกษตรกรนั้นแตกต่างกันไป โดยเหตุผลอันดับที่ 1 คือ ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจของไทยและให้ราคาดี คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 18.10 และเหตุผลอื่นๆ (อยากทดลอง เพื่อบ้านแนะนำ ฯ) คิดเป็นร้อยละ 39.40 และอันดับที่ 2 คือยังเป็นเหตุผลเดิมคือเป็นพืชเศรษฐกิจของไทยและให้ราคาดีคิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมาคือได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐคิดเป็นร้อยละ 9.70 และอีกร้อยละ 80.30 คือเหตุผลอื่นๆ (เพื่อนบ้านแนะนำ, ปลูกไม่ยาก, การดูแลง่ายฯ)

เงินลงทุนเริ่มแรกในการทำสวนยางของเกษตรกร ใช้เงินลงทุนในการปลูกยางพาราเริ่มแรกต่ำกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.40 รองลงมาอยู่ในช่วง 25,000 - 49,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.30 และอยู่ในช่วง 50,000 - 74,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.20 ตามลำดับ

โดยมีเงินลงทุนปลูกยางพาราเฉลี่ยเริ่มแรกอยู่ที่ 49,653.58 บาท ต่ำสุดและสูงสุด 1,050 บาท และ 1,000,000 บาท ตามลำดับ (ตารางที่ 3.4) นอกจากเงินลงทุนเริ่มแรกส่วนตัวแล้ว ยังมีค่าสนับสนุนปลูกยางพาราจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง(สกย.) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจประเภทส่งเสริมโดยไม่แสวงหากำไร สังกัด กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อดำเนินกิจการ ให้การสงเคราะห์การทำสวนยาง และส่งเสริมให้เกษตรกรในแต่ละพื้นที่ปลูกยางพารา ซึ่งเป็นเงินลงทุนให้เปล่า เพื่อให้เกษตรกรได้ทดลองปลูก โดยเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ที่ได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 93.80 รองลงมาได้รับทุนจากสำนักงานกองทุน-สงเคราะห์การทำสวนยางอยู่ในช่วง 10,000 – 29,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.80 และ มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ โดยเกษตรกรได้รับเงินช่วยเหลือจากสกย. เฉลี่ยเท่ากับ 3,659.71 บาทต่อครัวเรือน น้อยที่สุดเท่ากับ 1,000 บาทต่อครัวเรือน และมากที่สุดเท่ากับ 320,000 บาทต่อครัวเรือน (ตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.4 เงินลงทุนเริ่มแรกในการปลูกยางพาราของเกษตรกร

เงินลงทุนปลูกยางพาราเริ่มแรก	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25,000	171	53.40
25,000 – 49,999	68	21.30
50,000 – 74,999	39	12.20
75,000 – 99,999	6	1.90
100,000 – 124,999	13	4.10
125,000 – 149,999	3	0.90
150,000 – 174,999	2	0.60
175,000 – 199,999	0	0.00
200,000 ขึ้นไป	18	5.60
รวม	320	100.00
เงินลงทุนต่ำสุด = 1,050 บาท เงินลงทุนสูงสุด = 1,000,000 บาท เงินลงทุนเฉลี่ย = 73,139.07 บาท		

ตารางที่ 3.5 เงินทุนเริ่มแรกที่เกษตรกรได้รับจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.)

เงินลงทุนโดย สกย.	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	300	93.80
10,000 – 29,999	9	2.50
30,000 – 39,999	3	0.90
40,000 – 49,999	1	0.30
50,000 ขึ้นไป	7	2.20
รวม	320	100.00
เงินลงทุนโดย สกย. ต่ำสุด = 1,000 บาท/ครัวเรือน เงินลงทุนโดย สกย. สูงสุด = 320,000 บาท/ครัวเรือน เงินลงทุนโดย สกย. เฉลี่ย = 3,659.71 บาท/ครัวเรือน		

3.2.2 พื้นที่การปลูกยางพารา

ก่อนการปลูกยางพาราเกษตรกรต่างมีอาชีพต่างๆ เช่นการปลูกอ้อย ปลูกมันสำปะหลัง เป็นต้น แต่เมื่อตลาดมีความต้องการน้ำยางพาราที่จะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆทำให้เกษตรกรชาวอีสานให้ความสนใจปลูกยางพารากันแพร่หลาย ก่อนการปลูกยางพาราเกษตรกรให้ความสนใจ ปลูกมันสำปะหลังมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.50 อันดับ 2 ปลูกมันสำปะหลัง คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 0.90 ปลูกอ้อย และปัจจุบันนี้เกษตรกรบางรายยังมีการปลูกร่วมกับยางพาราอยู่ เช่น คิดเป็นร้อยละ 10.90 ปลูกข้าวในแปลงยางพารารองลงมาคือมันสำปะหลัง คิดเป็นร้อยละ 1.60 และพืชอื่นๆ เช่น ปลูกอ้อย ปลูกบวบ ปลูกสับปะรดฯ คิดเป็นร้อยละ 87.50

พื้นที่เฉลี่ยในการปลูกยางพาราครั้งแรก เฉลี่ย 15.25 ไร่ต่อครัวเรือน มีพื้นที่ปลูกครั้งแรกน้อยสุด 2 ไร่ต่อครัวเรือน และมีพื้นที่ปลูกยางพาราครั้งแรกมากที่สุดถึง 200 ไร่ต่อครัวเรือน พบว่าพื้นที่ในการปลูกยางพาราครั้งแรกของเกษตรกรชาวสวนยางพารานั้นก็ปลูกแตกต่างกันไปตามการถือครองเนื้อที่ดิน โดยคิดเป็นร้อยละ 77.80 ปลูกยางพาราเริ่มแรกในพื้นที่ 1-19 ไร่ รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 18.40 ปลูกยางพาราเริ่มแรกในพื้นที่ 20-39 ไร่ เกษตรกรมีพื้นที่กีดยางพาราในครั้งแรกกว่าร้อยละ 78.40 คือมีพื้นที่กีด 1-19 ไร่ ร้อยละ 18.10 คือลำดับรองลงมา มีพื้นที่กีดครั้งแรก 20-39 ไร่ โดยมีพื้นที่กีดยางพาราครั้งแรกเฉลี่ย 14.90 ไร่ต่อครัวเรือน พื้นที่ในการกีดน้อยสุด 2 ไร่ต่อครัวเรือน และมีพื้นที่กีดยางพารามากที่สุด 198 ไร่ต่อครัวเรือน ณ ปัจจุบันเกษตรกรมีพื้นที่ปลูกกีดยางพาราทั้งหมด ร้อยละ 64.10 คือ 1-19 ไร่

รองลงมาร้อยละ 25.30 คือมีพื้นที่กีดขวางพารา 20-39 ไร่ ซึ่งพื้นที่กีดขวางพาราเฉลี่ย 21.13 ไร่ ต่อครัวเรือน มีพื้นที่กีดขวางน้อยที่สุด 2 ไร่ต่อครัวเรือน และมีพื้นที่กีดขวางพารามากที่สุด ณ ปัจจุบันถึง 200 ไร่ต่อครัวเรือน (ตารางที่ 3.6)

ตารางที่ 3.6 พื้นที่ปลูกยางพาราในครั้งแรก พื้นที่กีดขวางพาราในครั้งแรก และพื้นที่กีดขวางพารา ของเกษตรกร ณ ปัจจุบัน (ปี 2555)

พื้นที่ปลูกและกีดขวางพารา (ไร่)	พื้นที่ปลูกครั้งแรก		พื้นที่กีดขวางครั้งแรก		พื้นที่กีดขวาง ณ ปัจจุบัน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 19	249	77.80	251	78.40	208	65.00
20 – 39	59	18.40	58	18.10	81	25.31
40 – 59	6	1.90	5	1.60	14	4.37
60 – 79	2	0.60	2	0.60	7	2.19
80 - 99	0	0.00	0	0.00	1	0.31
90 ไร่ขึ้นไป	4	1.30	4	1.30	9	2.81
รวม	320	100.00	320	100	320	100.00
พื้นที่ปลูกครั้งแรกต่ำสุด = 2 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่ปลูกครั้งแรกสูงสุด = 200 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่ปลูกครั้งแรกเฉลี่ย = 15.25 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่กีดขวางครั้งแรกต่ำสุด = 2 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่กีดขวางครั้งแรกสูงสุด = 200 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่กีดขวางครั้งแรกเฉลี่ย = 14.90 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่ปัจจุบันกีดขวางต่ำสุด = 2 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่กีดขวางปัจจุบันสูงสุด = 200 ไร่/ครัวเรือน พื้นที่กีดขวางปัจจุบันเฉลี่ย = 21.13 ไร่/ครัวเรือน						

3.2.3 ประสิทธิภาพของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

เกษตรกรบางท่านมีประสิทธิภาพในการปลูกมาแล้ว โดยเกษตรกรที่มีประสิทธิภาพในช่วงน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.60 ซึ่งอาจเนื่องมาจากยังเป็นเกษตรกรรายใหม่ที่มีความสนใจในการปลูกยางพารา รองลงมาคือมีประสิทธิภาพ 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.50 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรเริ่มให้ความสนใจในการปลูกยางพาราเพิ่มขึ้น เกษตรกรมีประสิทธิภาพ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.70 และมีประสิทธิภาพการปลูก 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.30 (ตารางที่ 3.7)

1.1) ประสิทธิภาพในการกีดขวางพาราก่อนปลูก

เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการกีดขวางมาก่อนเลย

คิดเป็นร้อยละ 84.40 และเคยมีประสบการณ์ในการกรีดยางมาก่อนจากสถานที่ต่างๆ เพียง ร้อยละ

15.60 เช่น สกย. เพื่อนบ้าน ศูนย์วิจัยยางพารา เป็นต้น

1.2) ประสบการณ์ในการดูแลสวนยางพาราก่อนการปลูก

เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในการดูแลสวนยางพาราก่อน คิดเป็นร้อยละ 85.00 และมีประสบการณ์ในการดูแลสวนยางมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์จากเพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง ศูนย์วิจัยยางพารา เป็นต้น

1.3) การเข้าร่วมฝึกอบรมเรื่องการปลูกและการดูแลสวนยางพาราก่อนปลูก

เกษตรกรที่เคยเข้าร่วมฝึกอบรมมาก่อนการปลูกยางพารา จาก สกย. ศูนย์วิจัยยางพารา สหกรณ์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 65.60 เป็นต้น โดยเฉลี่ย 2-3 ครั้ง และมีเกษตรกรที่ไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมมาก่อนเลย คิดเป็นร้อยละ 34.40

1.4) การเข้าร่วมอบรมเรื่องการกรีดยางพารา

เกษตรกรที่เคยเข้าร่วมการอบรมการกรีดยางมาก่อนการทำการกรีดยางจริง คิดเป็นร้อยละ 63.40 จาก สกย. ศูนย์วิจัยยางพารา สหกรณ์ เป็นต้น โดยเฉลี่ย 2 ครั้ง และไม่เคยเข้าร่วมการฝึกอบรมการกรีดยางเลย คิดเป็นร้อยละ 36.60

ตารางที่ 3.7 ช่วงระยะเวลาประสบการณ์ของเกษตรกรในการปลูกยางพารา

ประสบการณ์ในการปลูก (ปี)	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	146	45.60
6-10 ปี	107	33.50
11-15 ปี	31	9.70
16-20 ปี	36	11.30
รวม	320	100.00
น้อยที่สุด = 1 ปี สูงสุด = 39 ปี เฉลี่ย = 7 ปี		

3.2.4 การปลูกยางพาราในรอบปีที่ผ่านมา

เกษตรกรมีพื้นที่ถือครองและใช้ปลูกยางพาราเฉลี่ย 24.38 ไร่ต่อครัวเรือน มีจำนวนต้นยางพาราทั้งหมดเฉลี่ย 1,979 ต้น น้อยสุด 80 ต้น และมีมากที่สุด 18,000 ต้น โดยเฉลี่ย 82 ต้นต่อไร่ น้อยสุด 52 ต้นต่อไร่ และมากที่สุด 116 ต้นต่อไร่ มีจำนวนต้นยางพารา 70-79 และ 80-89 ต้น คิดเป็นร้อยละ 36.20 ต่อไร่ รองลงมา มีจำนวนต้นยางพารา 90-99 ต้นต่อไร่ ร้อยละ 28.40 โดยต้นยาง ๓ ปี 2554 มีอายุเฉลี่ย 17 ปี ต้นยางพารา ๓ ปี 2555 มีอายุเฉลี่ยเฉลี่ย 12 ปี จำนวนต้นยางพาราที่เพิ่มขึ้นอาจเนื่องมาจากเกษตรกรมีการปลูกซ่อมเพิ่มขึ้นหลังจากที่พบว่าต้นยางพาราล้ม ตาย หรือเป็นโรค จึงทำให้ต้นยางต่อไร่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งมีระยะปลูก

ต่างกันออกไปโดย มีระยะห่าง อยู่ที่ 3×7 เมตร คิดเป็นร้อยละ 71.30 รองลงมา มีระยะห่าง 3×6 เมตร คิดเป็นร้อยละ 18.40 เกษตรกรส่วนใหญ่จะใช้กล้วยในการปลูก ซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน ซึ่งต้นยางมีอายุเฉลี่ย 9 เดือน โดยใช้กล้วยในการปลูก คิดเป็นร้อยละ 97.80 และใช้เมล็ดปลูก คิดเป็นร้อยละ 2.20 ซึ่งพันธุ์ที่ได้รับความนิยมในการปลูกคือพันธุ์ RRIM 600 คิดเป็นร้อยละ 97.82 และพันธุ์อื่นๆ เช่น พันธุ์ 251 และพันธุ์ยอดดำ คิดเป็นร้อยละ 2.18 เหตุผลของการเลือกพันธุ์ที่ปลูกคือ สกย. ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูก คิดเป็นร้อยละ 26.60 รองลงมาคือสามารถทนแล้งได้ คิดเป็นร้อยละ 24.70 และให้น้ำยางสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 19.40 และเกษตรกรยังมีการปลูกซ่อมยางพารา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่หรือความเสียหายที่ได้รับ เช่น สัตว์เลี้ยงกัดกิน ภัยธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น สำหรับเกษตรกรที่ทำการปลูกซ่อมยางพารา โดยปลูกซ่อมเฉลี่ย 32 ต้นต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 70.90 และไม่ปลูกซ่อม คิดเป็นร้อยละ 29.10 โดยปล่อยให้เติบโตตามสภาพแวดล้อม การปลูกพืชแซมระหว่างแถวของยางพาราก็เป็นส่วนหนึ่งที่เกษตรกรให้ความสำคัญ เนื่องจากช่วยสร้างรายได้เสริมระหว่างการกรีดยางพารา เกษตรกรที่ปลูกพืชแซมระหว่างแถว คิดเป็นร้อยละ 14.40 แต่อยู่ในสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับการไม่ปลูกเลย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 85.60 พืชที่นิยมปลูกแซมระหว่างแถวมากที่สุดคือ มันสำปะหลัง คิดเป็นร้อยละ 8.80 รองลงมาคือถั่วลิสง คิดเป็นร้อยละ 1.30 และอื่นๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.60 เช่น หนุ่ยอาหารสัตว์ สับปะรด เป็นต้น ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่ม และไม่มีการปลูกพืชแซมระหว่างแถวยางพาราเลย คิดเป็นร้อยละ 85.90 (ตารางที่ 3.8)

ตารางที่ 3.8 จำนวนต้นยางพาราต่อไร่ ระยะปลูก พันธุ์ยางพาราที่เกษตรกรเลือกปลูก เหตุผลในการเลือกพันธุ์และชนิดพืชแซม

รายการ	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
จำนวนต้นยางพาราต่อไร่		
60 – 69	9	2.80
70 – 79	116	36.20
80 – 89	91	28.40
90 – 99	90	28.10
100 ต้นขึ้นไป	14	4.40
รวม	320	100.00
ต่ำสุด = 52 ต้น/ไร่ สูงสุด = 116 ต้น/ไร่ เฉลี่ย = 82 ต้น/ไร่		

ตารางที่ 3.8 จำนวนต้นยางพาราต่อไร่ ระยะปลูก พันธุ์ยางพาราที่เกษตรกรเลือกปลูก เหตุผลในการเลือกพันธุ์และชนิดพืชแซม (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
ระยะปลูก		
2×7	3	0.90
2.5×6	3	0.90
2.5×7	23	7.20
3×5	2	0.60
3×6	59	18.40
3×7	228	71.30
3×8	2	0.60
รวม	320	100.00
พันธุ์ยางพารา		
RRIM 600	313	97.82
พันธุ์อื่นๆ (RRIM 251และยอดดำ)	7	2.18
รวม	320	100.00
เหตุผลในการเลือกปลูก		
ให้น้ำยางสม่ำเสมอ	62	19.40
ต้านทานโรค	19	5.90
ทนแล้ง	79	24.70
สกย.ให้การส่งเสริม	85	26.60
เพื่อนบ้านแนะนำ	32	10.00
อื่นๆ(หาง่าย,โตเร็วฯ)	29	13.40
รวม	320	100.00

ตารางที่ 3.8 จำนวนต้นยางพาราต่อไร่ ระยะปลูก พันธุ์ยางพาราที่เกษตรกรเลือกปลูก เหตุผลในการเลือกพันธุ์และชนิดพืชแซม (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
ชนิดของพืชที่ปลูกแซม		
มันสำปะหลัง	28	8.80
ถั่วลิสง	4	1.30
กล้วย	2	0.60
อื่นๆ (หญ้า,อาหารสัตว์,สับปะรดฯลฯ)	11	9.60
ไม่ได้ปลูกพืชแซม	275	85.90
รวม	320	100.00

ปุ๋ยเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มปริมาณแร่ธาตุภายในดิน เพิ่มการเจริญเติบโตของต้นพืช และเพิ่มปริมาณผลผลิตยางพาราได้หากใส่ปุ๋ยในสัดส่วนที่พอเหมาะ โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะใส่ปุ๋ยให้กับต้นยางพารา คิดเป็นร้อยละ 97.80 และไม่ใส่ปุ๋ยเลย คิดเป็นร้อยละ 2.20 คือปลูกแบบธรรมชาติ ให้น้ำธรรมชาติ ซึ่งจะใส่ปุ๋ยเคมีเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 94.40 รองลงมาคือใส่ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อปรับสภาพดินให้มีความร่วนซุย คิดเป็นร้อยละ 45.60 และใส่ปุ๋ยคอกเพื่อเพิ่มแร่ธาตุในดิน คิดเป็นร้อยละ 38.40 เพื่อเป็นการรักษาหน้าดินไม่ให้เสื่อมโทรม เมื่อเกษตรกรทำสวนยางพาราย่อมเป็นเรื่องธรรมชาติที่ต้นยางจะเกิดโรค ได้แก่ โรคราสีชมพู โรคตายยอด เป็นต้น จากการสัมภาษณ์เกษตรกรพบว่าต้นยางเป็นโรค คิดเป็นร้อยละ 69.70 เป็นโรคราสีชมพูและโรคตายยอด คิดเป็นร้อยละ 7.50 และร้อยละ 5.60 ตามลำดับ โดยเฉลี่ย 1 ต้นต่อไร่เท่ากัน และโรคอื่นๆ เช่น โรคเปลือกแตก คิดเป็นร้อยละ 24.10 โดยเฉลี่ย 10 ต้นต่อไร่ รองลงมาโรคหนำยางแห้ง คิดเป็นร้อยละ 14.70 เป็น โดยเฉลี่ย 6 ต้นต่อไร่ เป็นต้น (ตารางที่ 3.9)

ตารางที่ 3.9 การเกิดโรคของต้นยางพารา

ชนิดของโรคที่เป็น	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
โรคราสีชมพู	24	7.50
โรคตายยอด	18	5.60
โรคเปลือกแตก	77	24.10
โรคหนำยางแห้ง	47	14.70
โรคราแป้ง/ราดำ	24	7.50
โรคอื่นๆ(ใบด่าง, ใบกรุ, ราน้ำค้างฯ)	130	38.80
รวม	320	100.00

ระบบการกรีตในช่วงฤดูฝนและในช่วงฤดูแล้งบ้างเล็กน้อยเนื่องจากพืชน้ำยางเกษตรกรมีหลายรูปแบบในการกรีต เช่น กรีต 1 วัน เว้น 1 วัน กรีต 2 วัน เว้น 1 วัน เป็นต้น พบว่าเกษตรกรจะกรีต 2 วัน เว้น 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 90.60 และร้อยละ 8.80 (ตารางที่ 3.10) เพื่อเป็นการพืชน้ำยางจะได้ออกได้ตามปริมาณที่ต้องการ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่นิยมกรีตยาง ในรูปแบบ กรีต 2 วัน เว้น 1 วันในช่วงฤดูฝน แต่ผลผลิตที่ได้ในช่วงฤดูฝนจะให้น้ำยางมากกว่าฤดูแล้ง แต่ช่วงฤดูฝนจะมีปัญหาน้ำฝนตกบ่อยทำให้ต้องงดกรีตยางพารา และในช่วงฤดูแล้งมีปริมาณน้ำยางลดลงเนื่องจากอากาศร้อนมากจนเกินไป ส่วนระบบการกรีตแบบอื่นๆ เช่น กรีต 1 วัน เว้น 2 วัน, กรีต 3 วัน เว้น 3 วัน และ กรีต 3 วัน เว้น 1 วัน โดยรวมในฤดูฝนและฤดูแล้ง คิดเป็นร้อยละ 2.20 และ 1.30 ตามลำดับ ซึ่งเป็นรูปแบบที่นิยมกรีตน้อยที่สุดสำหรับช่วงฤดูการกรีตที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอยู่ในช่วงเดือนพฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 74.40 รองลงมาคือเดือนมิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ตามลำดับ และสิ้นสุดการเปิดกรีตในเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือเดือนกุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 32.80 ร้อยละ ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่จะกรีตยางพารา 8-9 เดือน คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมากรีตยางพาราในช่วง 10-11 เดือน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รวมระยะเวลาในการกรีตทั้งหมดเฉลี่ย 9 เดือน น้อยที่สุด 3 เดือน และจะกรีตยางพาราสูงสุดทั้งปี (ตารางที่ 3.11) สำหรับช่วงเวลาในการกรีต อยู่ในช่วงเวลา 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมาอยู่ในช่วงเวลา 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยเฉลี่ยเกษตรกรจะใช้เวลาในการกรีตยางพารา 3 ชั่วโมงต่อวัน เกษตรกรใช้เวลาในการกรีตยางพาราน้อยที่สุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน และใช้เวลากรีตสูงที่สุดคือ 7 ชั่วโมงต่อวัน (ตารางที่ 3.12) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ของสวนยางพาราด้วย

ตารางที่ 3.10 ระบบการกรีดยางพาราในฤดูฝนและฤดูแล้งของเกษตรกร

ระบบการกรีดยางพารา	ฤดูฝน		ฤดูแล้ง	
	จำนวน (คร้วเรือน)	ร้อยละ	จำนวน (คร้วเรือน)	ร้อยละ
กรีต 2 วัน เว้น 1 วัน	290	90.60	28	8.80
กรีต 1 วัน เว้น 1 วัน	20	6.30	1	0.30
ระบบกรีตแบบอื่นๆ (กรีต 1 วัน เว้น 2 วัน, กรีต 3 วัน เว้น 3 วัน และ กรีต 3 วัน เว้น 1 วัน)	7	2.20	4	1.30
ปิดกรีต	-	-	287	89.70
ไม่ตอบ	3	0.90	-	-
รวม	320	100.00	320	100.00
น้อยสุด = กรีต 1 วัน เว้น 2 วัน สูงสุด = กรีต 2 วัน เว้น 1 วัน เฉลี่ย = กรีต 2 วัน เว้น 1 วัน				

ตารางที่ 3.11 รวมระยะเวลาในการกรีดยางพาราของเกษตรกรใน 1 ปี

ระยะเวลากรีดยางพารา (เดือน)	จำนวน (คร้วเรือน)	ร้อยละ
4 – 5	3	0.60
6 – 7	17	5.40
8 – 9	193	60.30
10 – 11	104	32.50
มากกว่า 11 เดือน	3	0.90
รวม	320	100.00
ต่ำสุด = 3 เดือน/ปี สูงสุด = 12 เดือน/ปี เฉลี่ย = 9 เดือน/ปี		

ตารางที่ 3.12 ระยะเวลาในการกรีดยางพาราทั้งหมดของเกษตรกรใน 1 ปี

ระยะเวลากรีดยางพารา (ชั่วโมง)	จำนวน (คร้วเรือน)	ร้อยละ
1 – 3	158	49.40
4 – 6	160	50.00
7 – 9	2	0.60
มากกว่า 10 ชั่วโมง	-	-
รวม	320	100
ต่ำสุด = 1 ชั่วโมง สูงสุด = 7 ชั่วโมง เฉลี่ย = 3 ชั่วโมง		

3.2.5 ผลผลิตหลักของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

เกษตรกรทำการเน้นการทำผลผลิตหลักในการออกจำหน่ายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายและต้นทุนที่ตนเองมี โดยส่วนใหญ่แล้วคิดเป็นร้อยละ 66.30 คือเน้นผลผลิตหลักเป็นยางก้อนเป็นผลผลิตที่ง่ายที่สุดเหมาะสำหรับผู้ที่มีกำลังทรัพย์น้อยหรือผู้ที่เริ่มทำการผลิตใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 33.80 คือเน้นการผลิตยางแผ่นเป็นหลักส่วนมากจะเป็นจำพวกที่มีเงินทุนเป็นจำนวนมากสามารถแปรรูปเพื่อเพิ่มให้เกิดรายได้เพิ่มได้โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ทำสวนยางพารารายใหญ่ และทำการผลิตมาแล้วอย่างน้อยเฉลี่ย 8 ปีต่อครัวเรือน เกษตรกรได้รับคำแนะนำจากแหล่งต่างๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตและส่งจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ ทำให้เกษตรกรตัดสินใจที่จะผลิตยางพาราเพื่อจำหน่ายให้ได้ตามปริมาณความต้องการของตลาดและความต้องการการเงิน เกษตรกรรู้วิธีการผลิตจากเจ้าหน้าที่สกก. คิดเป็นร้อยละ 79.40 รองลงมา รู้จักวิธีการผลิตจากเพื่อนบ้านคิดเป็นร้อยละ 8.80 และได้รับการบอกต่อจากญาติพี่น้องคิดเป็นร้อยละ 11.80 และสิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ได้แก่ ได้รับการส่งเสริมจาก สกย. คิดเป็นร้อยละ 68.80 รองลงมาคือทำให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจากเดิมคิดเป็นร้อยละ 24.40 และมีตลาดรองรับอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 1.30 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ร้อยละ 49.70 เกษตรกรมีพื้นที่ผลผลิตหลัก 1-10 ไร่ต่อครัวเรือน โดยคิดเป็นร้อยละ 43.80 คือให้ผลผลิต 11-30 ไร่ต่อครัวเรือน มีพื้นที่เฉลี่ย 16 ไร่ต่อครัวเรือน น้อยสุด 2 ไร่ต่อครัวเรือน และมากที่สุด 200 ไร่ต่อครัวเรือน (ตารางที่ 3.13) และปริมาณผลผลิตหลักที่ได้ในรอบปีที่ผ่านมา (2554) เฉลี่ย 5,944.27 กิโลกรัมต่อปี น้อยสุด 120 กิโลกรัมต่อปี และมากที่สุด 60,000 กิโลกรัมต่อปี ซึ่งมีจำนวนแรงงานทั้งหมดในการกรีดยางเฉลี่ย 2-3 คนต่อครั้ง ซึ่งแบ่งเป็นแรงงานถาวรเฉลี่ย 1 คนต่อครั้ง และมีจำนวนลูกจ้างชั่วคราวเฉลี่ย 1-2 คนต่อครั้ง

ตารางที่ 3.13 ผลผลิตยางพารา

พื้นที่ผลผลิตหลัก (ไร่)	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
1 – 10	159	49.70
11 – 30	140	43.80
31 – 50	13	4.10
มากกว่า 51	8	2.50
รวม	320	100
ต่ำสุด = 2 ไร่ครัวเรือน สูงสุด = 200 ไร่ต่อครัวเรือน เฉลี่ย = 16 ไร่ต่อครัวเรือน		

3.3 ต้นทุนและผลตอบแทน

การผลิตผลผลิตยางพาราออกจำหน่ายในแต่ละรอบปีการผลิตมีต้นทุนผันแปรเฉลี่ยหลังการเปิดกรีต รวมทั้งหมดเฉลี่ย 306.79 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 46.92 บาทต่อไร่ (ตารางที่ 3.14) ต้นทุนทางการตลาด เช่น ค่าบรรจุหีบห่อ(กระสอบ,ถุงปุ๋ย) ค่าน้ำมัน ค่าแรงงานขนส่ง ฯ ซึ่งรวมต้นทุนทางการตลาดโดยเฉลี่ย 18.65 บาทต่อไร่ (ตารางที่ 3.15) จากตารางที่ 3.17- 3.18 ผลผลิตและรายได้เฉลี่ยของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่เกษตรกรนิยมทำยางก้อนถ้วย เนื่องจากมีระบบการผลิตและการจัดการง่ายกว่ายางแผ่นดิบ ซึ่งจะจำหน่ายในจำนวนมากที่สุด เฉลี่ยเป็นกิโลกรัมต่อไร่คือการนำไปขายแบบรวมกลุ่ม เช่น ขายให้กับสหกรณ์ กลุ่มผู้รับซื้อแปรรูปยางพารา เป็นต้น จากการคำนวณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ พบว่ามีทั้งหมด 68.24 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งอยู่ระดับราคาเฉลี่ยในรอบปีที่ผ่านมา(2554) ยางแผ่นดิบราคาเฉลี่ย 40.41 บาทต่อกิโลกรัม ยางก้อนถ้วยราคาเฉลี่ย 37.99 บาทต่อกิโลกรัม และสำหรับการรวมกลุ่มไปจำหน่ายซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมนำยางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบไปขาย ดังนั้นผลตอบแทนจากการลงทุนในการปลูกยางพาราพิจารณาถึงผลกำไร หรือขาดทุน ในแต่ละปีเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มหรือแก้ไขส่วนที่ไม่คุ้มทุน (ตารางที่ 3.17) พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่จำหน่ายผลผลิตในรูปแบบต่างๆ ทั้งยางแผ่นดิบ และยางก้อนถ้วย คิดเป็นรายได้รวมทั้งหมดเฉลี่ย 2,642.63 บาทต่อไร่ หักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานการผลิต การตลาดและค่าใช้จ่ายคงที่รวมทั้งหมดเฉลี่ย 372.36 บาทต่อไร่ พบว่ายอดกำไรของเกษตรกรอยู่ที่ 2,270.27 บาทต่อไร่ ผลปรากฏว่าเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้จากการจำหน่ายยางพาราซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจชั้นนำของประเทศทั้งหมดเฉลี่ย 2,642.63 บาทต่อไร่ และมีรายได้สุทธิเฉลี่ย 2,270.27บาทต่อไร่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีผู้สนใจปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นด้วย

ตารางที่ 3.14 ต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ในการผลิตยางพาราหลังการเปิดกรีต

หน่วย : บาทต่อไร่	
รายการ	เฉลี่ย
ต้นทุนผันแปร	306.79
ค่าใส่ปุ๋ยบำรุงต้นยาง	59.60
-ค่าใส่ปุ๋ยบำรุงต้นยาง	57.68
-ค่าแรงงานใส่ปุ๋ย	1.92
ค่ากำจัดวัชพืชต้นยาง	8.61
-ค่าซื้อยากำจัดวัชพืช	4.61

ตารางที่ 3.14 ต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ในการผลิตยางพาราหลังการเปิดกรีต (ต่อ)

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เฉลี่ย
-ค่าแรงงานฉีดพ่นยากำจัดวัชพืช	1.85
-ค่าแรงงานกำจัดวัชพืชด้วยวิธีอื่นๆ	2.15
ค่าป้องกันโรคและแมลง	4.29
-ค่าซื้อยาป้องกันโรค	3.92
-ค่าแรงงานฉีดยาป้องกันโรค	0.21
-ค่าซื้อยากำจัดแมลง	0.13
-ค่าแรงงานกำจัดแมลง	0.03
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการทำยาง	227.62
-ค่าแก๊สและแบตเตอรี่ให้แสงสว่าง	1.92
-ค่าน้ำกรดฟอร์มิค	7.69
-ค่ายาทาหน้ายาง	4.23
-ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับปั่นกรีตยาง	4.61
-ค่าแรงงานจ้างกรีตรายวันต่อปี	92.28
-ค่าแรงงานในการผลิตรายวันต่อปี	92.28
-ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	24.61
ค่าไฟฟ้า	5.13
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1.54

ตารางที่ 3.15 ต้นทุนการตลาดในการผลิตยางพารา

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เฉลี่ย
ต้นทุนคงที่	46.92
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	46.92
ต้นทุนทางการตลาด	18.65
-ค่าหีบห่อบรรจุ (กระสอบ, ถุงปุ๋ย)	0.41
-ค่าน้ำมัน	8.20
-ค่าแรงงานขนส่ง	4.92

ตารางที่ 3.15 ต้นทุนการตลาดในการผลิตยางพารา (ต่อ)

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เฉลี่ย
-ค่าธรรมเนียมสถานที่จำหน่าย	3.07
-ค่าโทรศัพท์	2.05
-ค่าอื่นๆ	-
รวมต้นทุนคงที่และต้นทุนทางการตลาด	65.57

ตารางที่ 3.16 ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ของผลผลิตยางพาราแต่ละชนิด

หน่วย : กิโลกรัมต่อไร่

รายการ	เฉลี่ย
1.ยางแผ่นดิบ	20.79
2.ยางก้อนถ้วย	47.45
รวม	68.24

ตารางที่ 3.17 รายได้เฉลี่ยต่อไร่ ของผลผลิตยางพาราแต่ละชนิด

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เฉลี่ย
1.ยางแผ่นดิบ	840.01
2.ยางก้อนถ้วย	1,802.62
รวม	2,642.63

ตารางที่ 3.18 กำไร (ขาดทุน) ของเกษตรกรที่ได้รับจากการปลูกยางพารา

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เฉลี่ยต่อไร่
รายได้รวมทั้งหมด	2,642.63
หัก ต้นทุนผันแปรหลังการเปิดกรีด	(306.79)
หัก ต้นทุนคงที่	(46.92)
หัก ต้นทุนทางการตลาด	(18.65)
กำไร	<u>2,270.27</u>

3.4 การจำหน่าย และการรวบรวมผลผลิตยางพารา

กลุ่มหรือสหกรณ์ยางพาราเกิดจากเกษตรกรมีแนวความคิดตรงกัน ในการจัดปัญหา ด้านราคาของผลผลิตยาง เพื่อให้ได้ราคาที่ดีและไม่ถูกกดราคาจากพ่อค้าที่มารับซื้อ การ รวมกลุ่มจึงเป็นเหตุผลที่ดีที่สุดของเกษตรกรเพื่อใช้เป็นช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตยางให้ได้ ราคาดี ซึ่งเกษตรกรร้อยละ 76.57 มีการรวมกลุ่มเพื่อนำไปจำหน่าย และร้อยละ 23.43 นำ ผลผลิตไปจำหน่ายเอง ในส่วนของเกษตรกรที่นำผลผลิตไปจำหน่ายเองคิดเป็นร้อยละ 8.75 เป็นผลผลิตยางแผ่นดิบ เกษตรจำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่นร้อยละ 2.33 และจำหน่ายให้กับ พ่อค้ารวบรวม ร้อยละ 6.42 (ตารางที่ 3.19) การจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรโดยเฉลี่ยแล้วจะ จำหน่าย 1 ครั้งต่อเดือน คิดเฉลี่ย 50.77 กิโลกรัมต่อครั้ง และพบว่าใน 1 ปี โดยเฉลี่ยแล้วจะ จำหน่ายทั้งหมด 9 ครั้งต่อปี พบว่าปริมาณผลผลิตเฉลี่ยทั้งหมด 506.87 กิโลกรัม และพบว่า จำนวนยางแผ่นที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละครั้งมีน้ำหนักเฉลี่ย 71.21 กิโลกรัมต่อครั้ง สำหรับยาง ก้อนถ้วยที่ไปขายเอง ร้อยละ 14.68 ขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น ร้อยละ 6.56 และพ่อค้ารวบรวม อีกร้อยละ 8.12 (ตารางที่ 3.19) การจำหน่ายยางก้อนถ้วยของเกษตรกรโดยเฉลี่ยแล้วจะ จำหน่าย 1 ครั้งต่อเดือน เฉลี่ย 67.51 กิโลกรัมต่อครั้ง และพบว่าในจำนวน 1 ปี โดยเฉลี่ยแล้ว จะจำหน่ายทั้งหมด 2-3 ครั้งต่อเดือน รวมเฉลี่ย 18 ครั้งต่อปี มีปริมาณผลผลิตเฉลี่ยทั้งหมด 1,156.93 กิโลกรัม และมีจำนวนยางแผ่นที่ขายได้มากที่สุดในแต่ละครั้งมีน้ำหนักเฉลี่ย 71.21 กิโลกรัมต่อครั้ง ยางก้อนถ้วยที่จำหน่ายได้มากที่สุดในแต่ละครั้งมีน้ำหนักเฉลี่ย 66.42 กิโลกรัม ต่อครั้ง และสำหรับการขายกลุ่มหรือสหกรณ์ ร้อยละ 76.57 แบ่งเป็นขายให้สหกรณ์ฯที่ เกษตรกรเป็นสมาชิกร้อยละ 32.82 และเป็นสมาชิกของกลุ่มรัฐวิสาหกิจร้อยละ 43.75

สหกรณ์และกลุ่มมีความแตกต่างในรูปแบบของการจัดการและสถานะภาพทางการเงิน ซึ่งสหกรณ์จะมีสถานะภาพทางการเงินที่มั่นคงกว่า ความเสี่ยงในการล้มละลายจึงน้อยกว่ากลุ่ม การเข้าเป็นสมาชิกจะต้องเสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าตามกลุ่มหรือสหกรณ์ 50-100 บาท/สมาชิก โดยสัดส่วนในการจำหน่ายยางพาราในแต่ละครั้งพบว่า มีการจำหน่ายผลผลิตยางพาราใน รูปแบบต่างๆทั้งยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วย ร้อยละ 62.50 จำหน่ายในรูปของยางก้อนถ้วย และอีกร้อยละ 14.06 (ตารางที่ 3.19) จัดจำหน่ายในรูปของยางแผ่นดิบ ปริมาณยางก้อนถ้วยจะ มีปริมาณมากกว่ายางแผ่นดิบที่นำมาขายยังกลุ่มและสหกรณ์จากร้อยละที่ได้จากการสำรวจ ซึ่ง เกษตรกรบางท่านให้ความเชื่อมั่นและมีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือกลุ่มต่างๆที่รับซื้อผลผลิต ยางพารา และพบว่าเกษตรกรจำหน่ายโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน ซึ่งมีปริมาณเฉลี่ย 295.90 กิโลกรัมต่อครั้ง ใน 1 ปีจำหน่ายทั้งหมดเฉลี่ย 5 เดือน รวมเฉลี่ยจำนวนครั้ง 11-12 ครั้งต่อปี ปริมาณผลผลิตทั้งหมดที่ได้เฉลี่ย 4,996.81 กิโลกรัม และเกษตรกรขายได้มากที่สุดในแต่ละครั้ง เฉลี่ย 330.31 กิโลกรัม จึงทำให้เห็นได้ว่าปริมาณการซื้อขายของในรูปแบบของการรวมกลุ่มเพื่อ จำหน่ายมีผลผลิตหลักเฉลี่ยสูงกว่าการนำไปขายเอง ทำให้อำนาจในการต่อรองราคาของกลุ่ม เกษตรกรมีเพิ่มมากขึ้นหรือมากกว่าผู้ที่นำไปจำหน่ายเอง โดยในรอบปี พ.ศ.2554 เกษตรกรส่วน

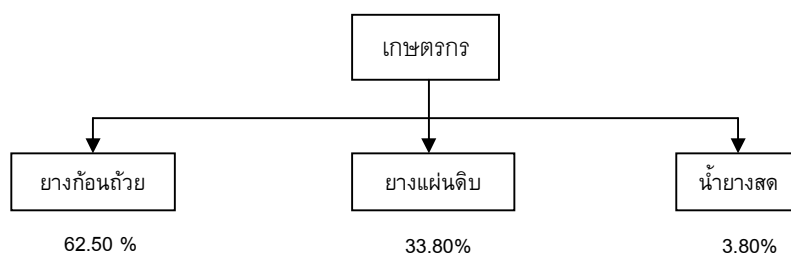
ใหญ่มากกว่าครึ่ง ผลิตยางแผ่นดิบมีราคาสูงสุดเฉลี่ย 45.42 บาทต่อกิโลกรัม ราคาต่ำสุดเฉลี่ย 27.22 บาทต่อกิโลกรัม และมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 40.41 บาทต่อกิโลกรัม ยางก้อนถ้วยมีราคาเฉลี่ยสูงสุด 47.91 บาทต่อกิโลกรัม มีราคาต่ำสุดเฉลี่ย 23.93 บาทต่อกิโลกรัม และราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 37.99 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเกษตรกรรู้สึกไม่พอใจในราคาขายพาราที่ได้รับ เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตมีปริมาณราคาเพิ่มสูงขึ้นคิดเป็นร้อยละ 70.30 และมีความพอใจในราคาที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 28.80 เนื่องจากราคาของยางพารามีการเคลื่อนไหวตลอดเวลาซึ่งจะขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของตลาดด้วย และอื่นๆ ร้อย 0.90

ตารางที่ 3.19 ลักษณะการจัดจำหน่ายยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะของการจัดจำหน่าย	ร้อยละ
เกษตรกรนำผลผลิตไปจำหน่ายเอง	23.43
-ยางแผ่นดิบ	8.75
*พ่อค้าท้องถิ่น	2.33
*พ่อค้ารวบรวม	6.42
-ยางก้อนถ้วย	14.68
*พ่อค้าท้องถิ่น	6.56
*พ่อค้ารวบรวม	8.12
เกษตรกรรวมกลุ่มเพื่อจัดจำหน่าย	76.57
-สหกรณ์ฯ	32.82
-กลุ่มวิสาหกิจฯ	43.75
รูปแบบผลผลิตขายผ่านกลุ่ม	
-ยางแผ่นดิบ	14.06
-ยางก้อนถ้วย	62.50

สำหรับการตลาดจะกล่าวถึงในส่วนของสัดส่วนการผลิตเพื่อจำหน่าย ซึ่งกล่าวมาแล้วในบทที่ 2 หัวข้อที่ 2.2.2.1, 2.2.2.2 และภาพที่ 2.20 ที่ว่าเกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนจะแปรรูป ผลผลิตยางพารา และขายเป็นยางแผ่นดิบร้อยละ 20 ขายเป็นยางก้อนถ้วยร้อยละ 70 และขายเป็นน้ำยางร้อยละ 10 ผ่านพ่อค้าคนกลางและโรงงานอุตสาหกรรม ไปจนถึงส่งออกต่างประเทศ ส่วนภาคใต้มีสัดส่วนการผลิตน้ำยาง ยางแผ่น และเศษยาง เท่ากับ

ร้อยละ 30, 60 และร้อยละ 10 ตามลำดับ (ภาพที่ 2.23) ซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนผลผลิตยางพารา ทั้ง 2 พื้นที่ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้) นั้นมีความแตกต่างกันมาก เนื่องจากภาค ตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่จะผลผลิตยางก้อนถ้วย ส่วนภาคใต้จะผลิตรายแผ่นเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเกษตรกรกล่าวว่าการผลิตยางก้อนถ้วย ถึงแม้ว่าจะได้รับผลตอบแทนที่ต่ำกว่าการผลิตยาง ชนิดอื่น แต่ต้องใช้เวลาในกระบวนการผลิตไม่นาน และเกษตรกรจะมีเวลาไปรับจ้างอิสระได้ เนื่องจากการผลผลิตยางก้อนมีกระบวนการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีต้นทุนต่ำ เพราะการผลิต ยางแผ่นดิบจะต้องมีต้นทุนของเครื่องจักร โรงเรือน และอุปกรณ์อื่นๆ เพิ่มเข้ามา และมี กระบวนการผลิตที่ซับซ้อน และใช้เวลาผลิตนาน จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 ครัวเรือน โดยมีจำนวนผู้ผลิตรายยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบ และน้ำยางสด เท่ากับ 200 ราย, 108 ราย และ 12 ราย ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 62.50, ร้อยละ 33.80 และร้อยละ 3.80 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่จะผลิตยางก้อนถ้วย (ภาพที่ 3.1)



ภาพที่ 3.1 สัดส่วนจำนวนผู้ผลิตรายยางพารา (ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบ และ น้ำยางสด)
ที่มา : จากการสำรวจ

3.5 ปัญหาการผลิตและการตลาดของเกษตรกรที่ปลูกยางพารา

ในเรื่องของปัญหาด้านการผลิต จะมีปัญหาดังแต่ก่อนเปิดกรีดยางจนถึงหลังเปิดกรีดยาง และรวมไปถึงขั้นตอนการจำหน่าย โดยในแต่ละปัญหานั้นก็มีความรุนแรงที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

3.5.1 ด้านการผลิต เริ่มจากปัญหาด้านพื้นที่เพาะปลูก โดยส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาด้าน พื้นที่เพาะปลูกร้อยละ 91.00 แต่จะมีปัญหาในเรื่องของพื้นที่ทำกินน้อย ดินไม่มีความอุดมสมบูรณ์ เพียงร้อยละ 9 ปัญหาด้านโรคและแมลง ร้อยละ 82.80 ไม่มีปัญหาด้านนี้ คิดเป็นร้อยละ 17.20 แต่จะมีปัญหาโรคหนำยางแห้ง แมลงเจาะเปลือก และอื่นๆ ปัญหาด้านการควบคุมวัชพืช ร้อยละ 84.70 ไม่พบปัญหาในด้านนี้ คิดเป็นร้อยละ 15.30 โดยจะพบปัญหาในเรื่องของมีหญ้าขึ้นเร็ว และหญ้าขึ้นเยอะ ปัญหาต่อมาเป็นปัญหาด้านการจัดการดิน ไม่พบปัญหาในด้านนี้ ร้อยละ 91.60 จะพบเพียงปัญหาด้านดินเป็นดินแข็ง ดินเสื่อม และพื้นที่เป็นหินและดินทรายส่วนใหญ่

คิดเป็นร้อยละ 8.40 ปัญหาเรื่องน้ำ ร้อยละ 87.80 ไม่มีปัญหาด้านนี้ มีเพียงร้อยละ 12.20 ที่มีปัญหาดตรงกันในเรื่องของขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูแล้ง ปัญหาต่อมาคือด้านแรงงาน ร้อยละ 96.30 ไม่พบปัญหาด้านนี้เลย จะพบปัญหาเรื่องการขาดแคลนแรงงานคน คิดเป็นร้อยละ 3.70 (ตารางที่ 3.20)

3.5.2 ด้านการตลาด เริ่มที่ปัญหาราคายาง ไม่มีปัญหาเรื่องราคายาง คิดเป็นร้อยละ 25.60 จะพบปัญหาในเรื่องของราคายางแผ่นดิบตกต่ำ และราคาไม่แน่นอน ปัญหาด้านภัยธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 74.40 ไม่พบปัญหาด้านนี้ร้อยละ 95.60 และพบปัญหาในเรื่องของ ลม โคนตันยาง ไฟไหม้ และฝนแล้ง คิดเป็นร้อยละ 4.40 ส่วนปัญหาด้านอื่นๆ เช่น ปัญหาด้านการแปรรูปผลผลิต ปัญหาด้านการจัดชั้นผลผลิต ปัญหาการเก็บรักษาผลผลิต และปัญหาด้านการขนส่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมีปัญหาหรือผลกระทบมากนัก ซึ่งจะกล่าวต่อไปในบทที่ 4 หัวข้อ 4.1 ในส่วนของตลาดกลางและตลาดเครือข่าย จะทำให้เข้าใจปัญหาการผลิตและการตลาดมากยิ่งขึ้น (ตารางที่ 3.20)

ตารางที่ 3.20 ปัญหาการผลิตและการตลาดของเกษตรกร

ลักษณะของปัญหา	ร้อยละ
ด้านการผลิต	
ปัญหาด้านการเพาะปลูก	
-มีพื้นที่ทำกินไม่เพียงพอ ดินขาดความอุดมสมบูรณ์	9.00
-ไม่พบปัญหา	91.00
ปัญหาด้านโรคและแมลง	
-โรคหน้ำยางแห้ง แมลงเจาะเปลือก และอื่นๆ	17.20
-ไม่พบปัญหา	82.80
ปัญหาด้านการควบคุมวัชพืช	
-มีหญ้าขึ้นเร็ว ในจำนวนมาก	15.30
-ไม่พบปัญหา	84.70
ปัญหาด้านการจัดการดิน	
-ดินแข็ง ดินเสื่อม ดินเป็นหินและทราย	8.40

ตารางที่ 3.20 ปัญหาการผลิตและการตลาดของเกษตรกร (ต่อ)

ลักษณะของปัญหา	ร้อยละ
-ไม่พบปัญหา	91.40
ปัญหาด้านทรัพยากรน้ำ	
-ขาดแคลนน้ำฝนขาดช่วงในฤดูแล้ง	12.20
-ไม่พบปัญหา	87.80
ปัญหาด้านแรงงาน	
-ขาดแคลนแรงงานจ้าง	3.70
-ไม่พบปัญหา	96.30
ด้านการตลาด	
ปัญหาเรื่องราคา	
-ราคายางตกต่ำ และราคาไม่แน่นอน	74.40
-ไม่พบปัญหา	25.60
ปัญหาภัยธรรมชาติ	
-ต้นยางโคนล้ม และฝนแล้ง	4.40
-ไม่พบปัญหา	95.60

จากตารางที่ 3.21 จะเห็นได้ว่าเกษตรกรมีทัศนคติต่อเทคโนโลยีการปลูกยางพารา และเจ้าหน้าที่สกย. ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดหรือเห็นด้วยอย่างยิ่งที่ว่า การปลูกยางพาราจะเป็นการเพิ่มรายได้ในอนาคตอันใกล้ ถึงแม้ว่าจะเป็นงานที่ต้องเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด ต้องใช้ต้นทุนสูง ใช้เวลาในการปลูกและดูแลอย่างเนิ่นนานแต่เป็นการลงทุนที่ท่านคิดว่าคุ้มค่าจึงจะประสบความสำเร็จ และให้ผลตอบแทนที่คุ้มกับการรอคอย อีกทั้งไม่จำเป็นต้องจบการศึกษา ระดับสูงก็สามารถทำสวนยางได้ และเป็นการนำที่ดินมาให้เกิดประโยชน์ได้ดีที่สุดแล้ว สำหรับการได้เรียนรู้กับเจ้าหน้าที่สกย. ในเทคโนโลยีการปลูกยางพาราย่อมดีกว่าปลูกแบบเดิมที่ไม่ได้มีใครคอยแนะนำและช่วยแก้ปัญหา และเจ้าหน้าที่สกย. ได้ให้คำแนะนำ คอยช่วยเหลือท่านในการปลูกเป็นอย่างดี กอปรกับยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจ ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมให้ยางพาราเป็นเป้าหมายหลักที่ควรดำเนินการส่งเสริมให้เป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้ปลูกทั่วประเทศ และเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ

ตารางที่ 3.21 ทศนคติของเกษตรกรที่มีต่อเทคโนโลยีการปลูกยางพารา และเจ้าหน้าที่สยก.

ข้อ	ทัศนคติ	Mean	SD	ระดับ ทัศนคติ
1	การปลูกยางพาราจะเป็นการเพิ่มรายได้ของท่านในอนาคตอันใกล้	4.28	1.01	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2	การทำสวนยางพาราเป็นงานที่ต้องเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิดจึงจะประสบความสำเร็จ	4.40	0.86	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3	การปลูกยางพารา ไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาระดับสูงก็สามารถทำได้	4.49	0.85	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
4	การปลูกยางพารา ต้องใช้ต้นทุนสูง แต่เป็นการลงทุนที่ท่านคิดว่าคุ้มค่า	4.36	0.87	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5	แม้จะใช้เวลาในการปลูกและดูแลอย่างเนิ่นนาน แต่สุดท้ายให้ผลตอบแทนที่คุ้มกับการรอคอย	4.40	0.82	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
6	การที่ท่านยอมเสี่ยงนำพื้นที่ดินของท่านมาปลูกยางพารานั้น ท่านคิดว่าเป็นการนำที่ดินมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ดีที่สุดแล้ว	4.29	0.82	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
7	ยางพาราสามารถปลูกในพื้นที่ทางภาคเหนือได้และให้ผลผลิตที่มีคุณภาพได้เทียบเท่ากับภาคอื่น	3.90	0.94	เห็นด้วย
8	การได้เรียนรู้กับเจ้าหน้าที่สยก. ในเทคโนโลยีการปลูกยางพารา ย่อมดีกว่าปลูกแบบเดิม ที่ไม่ได้มีใครคอยแนะนำและช่วยแก้ปัญหา	4.34	0.85	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
9	ทางสยก. นั้นทำการสนับสนุนและส่งเสริมการปลูกยางพาราได้ดีอยู่แล้ว	4.36	0.83	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
10	เจ้าหน้าที่สยก. ได้ให้คำแนะนำและคอยช่วยเหลือท่านในการปลูกเป็นอย่างดี	4.31	0.89	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
11	ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจ ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมให้ยางพาราเป็นเป้าหมายหลักที่ควรดำเนินการส่งเสริมให้เป็นนโยบายของรัฐบาลที่ปลูกทั่วประเทศ และเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ	4.41	0.80	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
12	ในตลาดโลกในขณะนี้มีความต้องการยางพาราสูงจึงเห็นสมควรแก่การที่ต้องปลูกเยอะๆ	4.13	1.01	เห็นด้วย
13	การปลูกยางพารานั้นจะมีตลาดรองรับผลผลิตน้ำยางพาราของท่านแน่นอน	4.18	0.96	เห็นด้วย

บทที่ 4

กลไกตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4.1 ตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตลาดกลางยางพารา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจัดตั้งตลาดกลางยางพารา ตามโครงการของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีทั้งหมด 2 แห่ง คือตลาดกลางยางพาราหนองคาย และตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ เนื่องด้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 2,984,097 ไร่ ในปี 2552 เป็น 3,362,791 ไร่ ในปี 2553 และ 3,477,303 ไร่ ในปี 2554 (สถาบันวิจัยยางพาราไทย, 2555) มีจำนวนสมาชิกนำยางมาจำหน่ายที่ตลาด 595 ราย มีพ่อค้าเข้ามาประมูล 261 ราย ซึ่งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด และเกษตรกรที่นำยางพารามาจำหน่ายในสำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคายเป็นเกษตรกรที่มีธุรกิจขนาดขนาดเล็กถึงขนาดปานกลาง ซึ่งต่างจากสำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์เป็นเกษตรกรที่มีขนาดธุรกิจตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่โดยนำผลผลิตมาจำหน่ายที่ตลาด และมีปริมาณยางเฉลี่ย 8,089.08 กิโลกรัมต่อวันเปิดทำการของเกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่ายในตลาดกลางยางพาราตอนบนของภาค และมีปริมาณเฉลี่ย 31,556.76 กิโลกรัมต่อวันเปิดทำการของเกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่ายในตลาดกลางยางพาราตอนล่างของภาค ซึ่งตลาดกลางเป็นจุดที่ให้บริการในด้านการซื้อขาย อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณภาพของยางพารา การชั่งน้ำหนัก และเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าทางด้านการตลาดยาง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาต่อไป ซึ่งราคารับซื้อในตลาดจะถูกกำหนดโดยตลาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะอ้างอิงจากราคารับซื้อของสำนักงานตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ และเพื่อให้พ่อค้าท้องถิ่นใช้เป็นราคาอ้างอิงในการกำหนดราคารับซื้อในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งตอนบนและตอนล่าง ซึ่งช่วยให้เกษตรกรสามารถนำผลผลิตที่ได้ไปจำหน่ายในราคาที่สูง มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานการรับซื้อ โดยในปี 2554 มีปริมาณยางที่เข้ามาจำหน่ายในตลาดกลางหนองคาย 647,127 กิโลกรัม รวมการซื้อขาย 10 เดือน เฉลี่ยต่อเดือน 64,712.70 กิโลกรัม มีผู้เข้ามาจำหน่าย 111 ราย มีผู้เข้าประมูล 45 ราย มีราคาเฉลี่ยตลาดกลาง 136.16 บาทต่อกิโลกรัม ราคาเฉลี่ยท้องถิ่น 133.27 บาทต่อกิโลกรัม และราคาเฉลี่ยตลาดกลางหาดใหญ่ 137.96 บาทต่อกิโลกรัม คุณภาพยางพาราที่นำมาจำหน่าย ณ ตลาดกลางเป็นยางแผ่นดิบคุณภาพดีชั้น 3 จำนวน 382,991 กิโลกรัม ซึ่งสูงกว่าในปี 2553 ที่มีปริมาณยาง 180,123 กิโลกรัม รองลงมาเป็นยางแผ่นดิบชั้น 3-5 จำนวน 213,409 กิโลกรัม ซึ่งสูงกว่าในปี 2553 ที่มีปริมาณยาง 32,475 กิโลกรัม และยางแผ่นดิบความชื้นไม่เกินร้อยละ 5-7 จำนวน 13,482 กิโลกรัม และไม่พบการซื้อขายในปี 2553 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรที่นำยางแผ่นดิบ

มาจำหน่ายมีการพัฒนาคุณภาพของยางให้เป็นไปตามมาตรฐานของตลาดกลางมากขึ้น และเมื่อเทียบปริมาณยางในปี 2553 มีปริมาณยางเข้ามาจำหน่ายในตลาดกลาง 216,601 กิโลกรัม ซึ่งในปี 2554 มีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ในส่วนของตลาดกลางบุรีรัมย์ในปี 2554 มีปริมาณยางเข้ามาขายในตลาดกลาง 2,272,087 กิโลกรัม รวม 9 เดือน เฉลี่ยต่อเดือน 252,454.11 กิโลกรัม มีผู้มาขาย 484 ราย มีผู้เข้าประมูล 216 ราย ราคาขายแผ่นดิบเฉลี่ย 132.14 บาทต่อกิโลกรัม และราคาท้องถิ่นเฉลี่ย 127.13 บาทต่อกิโลกรัม และราคาตลาดกลางหาดใหญ่เฉลี่ย 133.99 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งพบว่าคุณภาพยางแผ่นดิบที่นำมาจำหน่ายเป็นยางแผ่นดิบคุณภาพดีชั้น 1-3 มีปริมาณ 1,790,612 กิโลกรัม ยางแผ่นดิบความชื้นร้อยละ 3-5 ปริมาณ 467,040 กิโลกรัม และพบว่ามีเพียง 14,435 กิโลกรัม เป็นยางแผ่นดิบความชื้นร้อยละ 5-7 ที่นำมาจำหน่าย ณ ตลาดกลาง ในปี 2554 พบว่าการซื้อขายในตอนล่างมีปริมาณยางมากกว่าตอนบนของภาค และมีราคาการรับซื้อที่ต่างกัน ซึ่งมีราคาเฉลี่ย ตลาดกลางหนองคาย สูงกว่าบุรีรัมย์ 5.82 บาทต่อกิโลกรัม ราคาเฉลี่ยท้องถิ่นของหนองคายยังสูงกว่าบุรีรัมย์ 6.14 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความผันผวนของราคาน้ำมันโลกที่ส่งผลต่อราคาขายในการประมูลแต่ละครั้ง แต่ปริมาณยางที่นำเข้ามาจำหน่ายในตลาดกลางบุรีรัมย์มีมากกว่าตลาดกลางหนองคายชี้ให้เห็นว่าตอนล่างของภาคมีการผลิตยางแผ่นดิบและตอนบนจะผลิตยางก้อนถ้วยเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากยางก้อนถ้วยมีระบบการบริหารจัดการที่ง่ายกว่า และประหยัดเงินทุน ได้มากกว่าการแปรรูปน้ำยางให้เป็นยางแผ่นดิบ ถึงแม้ว่าราคายางแผ่นดิบมีมูลค่าสูงกว่ายางก้อนถ้วยแต่มีระบบการจัดการที่ง่ายกว่า จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรนำผลผลิตเข้ามาจำหน่ายในตลาดกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

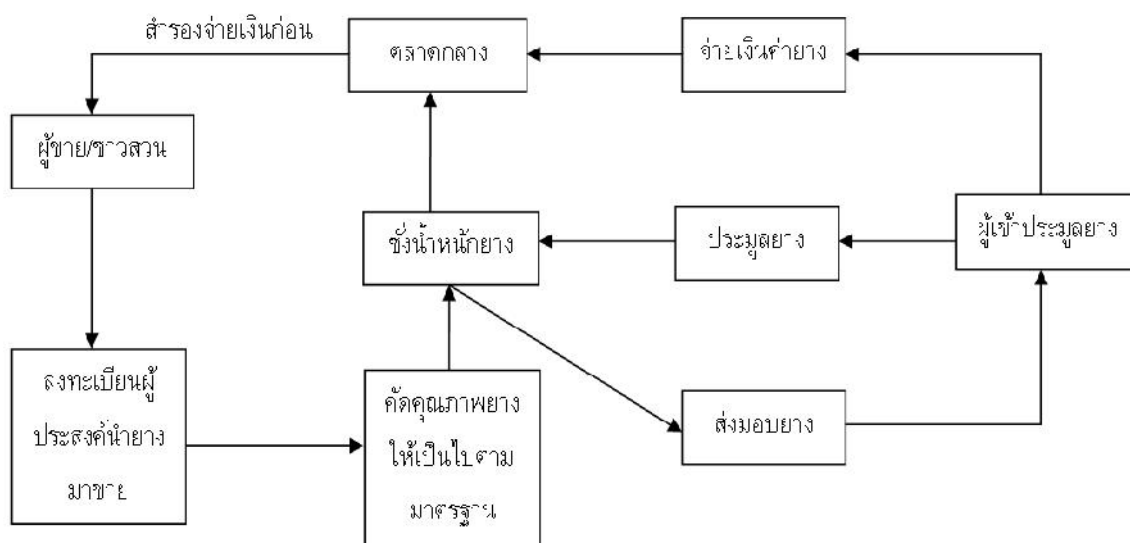
เกษตรกรที่นำยางเข้ามาจำหน่าย ณ ตลาดกลางต้องมีการลงทะเบียนสมาชิกเสียก่อน โดยมีเอกสารดังนี้ บัตรประจำตัวประชาชน (สมาชิกใหม่) สำเนาบัตรบัญชีธนาคารกรุงไทย (สมาชิกใหม่) และบัตรสมาชิกตลาดกลาง (สมาชิกเก่า) หลังจากนั้น เจ้าหน้าที่ตลาดกลางจะทำการคัดคุณภาพยางตามมาตรฐานที่สถาบันวิจัยยางกำหนด การตัดสินใจของเจ้าหน้าที่ถือเป็นขั้นสุดท้าย จากนั้นทำการชั่งน้ำหนักโดยใช้เครื่องชั่งน้ำหนักที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเจ้าหน้าที่ตลาดกลางเป็นผู้ควบคุมดูแล เกษตรกรจะได้รับใบเสร็จการชั่งน้ำหนักยางรวม น้ำหนักรถ และทำการชั่งน้ำหนักรถออก ซึ่งส่วนต่างของน้ำหนักขาเข้าและขาออกจะเป็นน้ำหนักยางสุทธิ โดยเปิดให้พ่อค้าเข้ามาประมูลโดยใช้วิธีประมูลผ่านทางโทรศัพท์และโทรสาร โดยเสนอราคาได้ตั้งแต่ 09.30-10.30 น.(ตลาดกลางหนองคาย) และ 13.30-14.00 น. (ตลาดกลางบุรีรัมย์) ซึ่งราคาที่ประมูลเป็นราคา ณ ตลาดกลาง ไม่รวมค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ผู้ที่ให้ราคาสูงสุดคือผู้ที่ชนะการประมูลในทุกครั้ง สำหรับการรับเงินค่าจำหน่ายยาง สำนักงานตลาดกลางจะดำเนินการทดลองจ่ายเงินดังกล่าว ในวันที่เกษตรกรมาจำหน่าย โดยจ่ายผ่านระบบธนาคารกรุงไทย สำหรับการส่งมอบยางให้กับผู้ประมูล สำนักงานตลาดกลางจะดำเนินการชั่งน้ำหนักยางเพื่อส่งมอบให้แก่ผู้ที่ชนะการประมูลภายในวันที่ประมูลหรือไม่เกิน 1 วัน และชำระ

ค่าผลผลิตยางเข้าบัญชีสำนักงานตลาดกลาง โดยผ่านระบบธนาคารกรุงไทย ในสาขานั้นๆ (ภาพที่ 4.1)

พ่อค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาประมูลในตลาดกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นตัวแทนของโรงงาน ซึ่งเป็นผู้เข้าประมูล เนื่องจากมีปริมาณยางน้อย ซึ่งหากเปรียบเทียบกับภาคใต้แล้ว ส่วนใหญ่จะเป็นพ่อค้าจากโรงงานหรือบริษัทที่ทำการแปรรูปและส่งออกเข้ามาทำการประมูลเอง ซึ่งสาเหตุของการนำผลผลิตยางเข้าไปจำหน่ายกับตลาดกลางในปริมาณที่น้อย เนื่องจากยางแผ่นดิบมีต้นทุนการแปรรูปค่อนข้างสูง ดังนั้นเกษตรกรจึงหันมาผลิตรายกก่อนด้วยแทน ซึ่งช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการผลิต

ดังนั้นระบบตลาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่มีความแตกต่างไปจากภาคใต้มากนัก เนื่องจากการจัดตั้งระบบตลาดการซื้อขายยางพาราใช้ระบบและมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ เพียงแต่ในภูมิภาคนี้เริ่มทำการซื้อขายเป็นครั้งแรกที่จังหวัดหนองคาย เมื่อ พ.ศ. 2551 ทำให้ระบบตลาดเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป และเพื่อให้ก้าวทัดเทียมกับระบบตลาดกลางในภาคใต้ จึงมีการขยายตลาดเครือข่ายขึ้นเพื่อสร้างความเข้มแข็งและทำให้ตลาดกลางมีศักยภาพมากขึ้น

ขั้นตอนการซื้อขายยางแผ่นดิบผ่านระบบตลาดกลาง

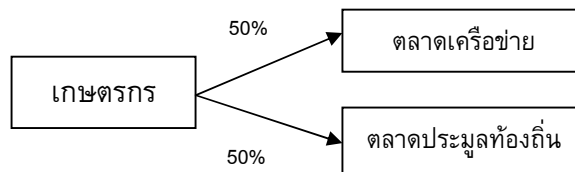


ภาพที่ 4.1 ขั้นตอนการซื้อขายยางแผ่นดิบในตลาดกลางยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา : สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย

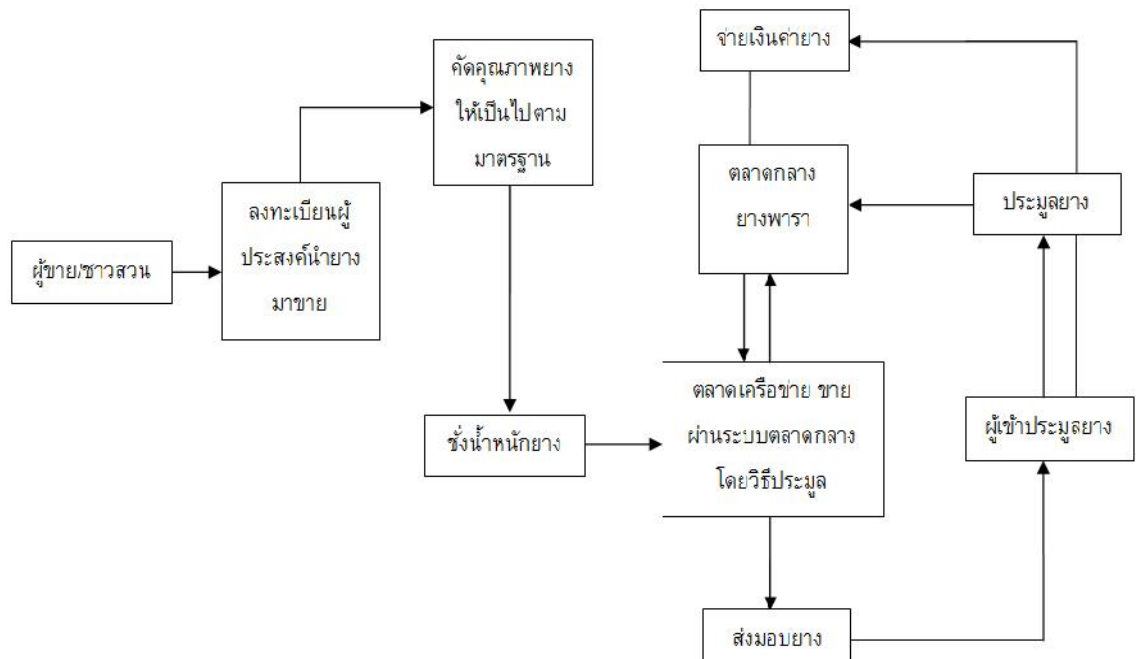
ตลาดเครือข่ายยางพารา

เนื่องจากพื้นที่ในการปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่เพิ่มขึ้นตลาดกลางจึงได้ขยายโครงสร้างทางการตลาดเข้าสู่พื้นที่ที่อยู่ห่างไกลจากตลาดกลางได้มีส่วนร่วมในการนำยางเข้ามาขายในตลาดกลางโดยการจัดตั้งตลาดเครือข่าย เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวสวนยางที่อยู่ในที่ห่างไกลได้มีโอกาสขายยางในระบบตลาดกลาง และเป็นตัวกลางระหว่างเกษตรกรและพ่อค้า ซึ่งมีขั้นตอนการให้บริการเช่นเดียวกับตลาดกลาง แต่การนำยางเข้ามาขายในตลาดเครือข่ายจะต้องนำเข้ามาประมูลก่อน 1 วัน และแจ้งน้ำหนักสุทธิยางให้กับตลาดกลางทราบก่อน 09.30 น. ของวันประมูลเพื่อรวมน้ำหนักกับยางที่ตลาดกลาง แล้วทำการประมูลในวันเดียวกันและส่งมอบโดยตรงให้กับผู้ชนะประมูล สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย ได้จัดตั้งตลาดกลางยางพาราระบบเครือข่ายฯ เปิดให้บริการในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ปัจจุบันมี 1 แห่ง ตลาดกลางยางพาราเครือข่าย อ.เซกา จ.บึงกาฬ และสำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ ได้ดำเนินการจัดตั้งระบบตลาดเครือข่ายตลาดกลางฯ เปิดบริการในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับแผนโครงสร้างยางและผลิตภัณฑ์ยาง โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปัจจุบันมี 1 แห่งที่กลุ่มภูลอยลม วิสาหกิจยางพารา ตำบลคอแสน อำเภอบุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาตลาดเครือข่ายทางอีสานตอนบนของภาค คือสำนักงานตลาดเครือข่ายจังหวัดหนองคาย โดยมีสมาชิกผู้ที่นำยางเข้ามาขายในปี 2554 จำนวน 39 ราย และมีพ่อค้าเข้ามาประมูล 6 ราย มีปริมาณยางเฉลี่ย 4,699.12 กิโลกรัมต่อวันเปิดทำการ เกษตรกรผู้ที่นำมาจำหน่ายในตลาดเครือข่ายมีขนาดธุรกิจขนาดเล็กและขนาดปานกลาง ทั้งนี้ปริมาณยางพาราที่จำหน่ายผ่านทางตลาดเครือข่ายมีปริมาณที่ค่อนข้างน้อยทำให้พ่อค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาประมูลจะเป็นพ่อค้ารายย่อยที่เป็นตัวแทนของโรงงานแปรรูป(ยี่ปี่ว) และส่งออกในเขตภาคอีสานตอนบน ซึ่งเป็นพ่อค้าของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งสิ้น ซึ่งจะมีพ่อค้ามาประมูลครั้งละ 4-5 ราย โดยการค้ายางพาราในตลาดเครือข่ายหนองคาย พบว่า มีการค้าขายยางแผ่นดิบในเดือน สิงหาคมและกันยายน มีปริมาณยางรวม 37,593 กิโลกรัม เฉลี่ย 18,796.5 กิโลกรัมต่อเดือน และมีผู้นำยางมาขาย 39 ราย มีผู้เข้ามาประมูล 6 ราย ราคาเฉลี่ย 123.61 บาทต่อกิโลกรัม ราคาเฉลี่ยท้องถิ่น 121.00 บาทต่อกิโลกรัม และราคาเฉลี่ยตลาดกลางหาดใหญ่ 127.00 บาทต่อกิโลกรัม นอกจากนี้จะมีตลาดเครือข่ายตั้งอยู่แล้ว ยังมีตลาดประมูลท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นโดยสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางหลายแห่งด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงทำให้ผลผลิตที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายให้กับตลาดจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายคือ จำหน่ายให้กับตลาดกลางและตลาดประมูลท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน (ภาพที่ 4.2) โดยปกติแล้วราคาที่ตลาดกลางให้แก่เกษตรกรจะมากกว่าราคาของตลาดประมูล และมีบริการด้านการเงินให้แก่เกษตรกรเร็วกว่า และในปัจจุบันกำลังมีโครงการขยายตลาดเครือข่ายออกไปอีกไปยังอำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย แต่ปัญหาก็คือเกษตรกรยังมีความไม่เข้าใจในกระบวนการของตลาดกลางยางพารามากนัก จึงทำให้การทำงานของตลาดดังกล่าวเป็นไปอย่างไม่ราบรื่น



ภาพที่ 4.2 สัดส่วนการซื้อขายผลผลิตยางของเกษตรกรในอำเภอเซกา จังหวัดบึงกาฬ
ที่มา : สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย

ขั้นตอนการซื้อ – ขายยางแผ่นดิบผ่านระบบตลาดเครือข่าย โดยผ่านระบบตลาดกลาง



ภาพที่ 4.3 ขั้นตอนการซื้อขายยางแผ่นดิบในตลาดเครือข่ายผ่านระบบกลางยางพาราภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา : สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย

จากภาพที่ 4.3 เกษตรกรที่นำยางเข้าสู่ตลาดเครือข่ายต้องมีการลงทะเบียนสมัครสมาชิกก่อน โดยมีเอกสารได้แก่ บัตรประจำตัวประชาชน (สมาชิกใหม่) สำเนาบัตรบัญชีธนาคารกรุงไทย (สมาชิกใหม่) และบัตรสมาชิกตลาดกลาง (สมาชิกเก่า) หลังจากนั้น ทำการคัด

คุณภาพยาง ตามมาตรฐานที่สถาบันวิจัยยางกำหนด โดยเจ้าหน้าที่ตลาดกลางจะเข้าไปดูแล และตรวจสอบคุณภาพ จากนั้นทำการชั่งน้ำหนักโดยเครื่องชั่งน้ำหนักที่ได้รับการรับรองจาก กระทรวงพาณิชย์ โดยมีเจ้าหน้าที่ตลาดกลางเป็นผู้ควบคุมดูแล และตลาดเครือข่ายต้องชั่ง น้ำหนักให้เสร็จก่อนวันประมูล 1 วัน ตลาดเครือข่ายจะต้องแจ้งน้ำหนักสุทธิก่อนเวลาทำการ ประมูล 1 ชั่วโมง ให้กับ สำนักงานตลาดกลางยางพารา การจ่ายเงินค่าผลผลิตตลาดกลางจะ จ่ายเงินสำรองให้เกษตรกรเครือข่ายก่อน เมื่อผู้ประมูลโอนเงินเข้าบัญชี สำนักงานตลาดกลาง ยางพาราแล้ว ตลาดเครือข่ายจึงจะสามารถส่งมอบยางได้ และการส่งมอบในตลาดเครือข่ายมี 2 วิธี คือ การส่งมอบให้กับผู้ประมูลโดยตรงหรือผู้ประมูลไปรับยางที่ตลาดเครือข่าย (ภาพที่ 4.3)

สมจิตต์ ศิขรินมาศ และคณะ (ม.ป.ป.) ได้สรุปถึงประโยชน์จากตลาดกลางและตลาด เครือข่ายดังนี้

1. เกษตรกรสามารถขายยางพาราได้ในราคาสูงขึ้น โดยราคา ณ ตลาดท้องถิ่นสูงกว่า ตลาดท้องถิ่นเฉลี่ยก็โลกรัมละ 1.00-2.50 บาท จึงเป็นผลที่ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
2. ตลาดกลางมีบทบาทต่อการพัฒนาคุณภาพยางแผ่นดิบของเกษตรกร จึงทำให้ เกษตรกรสามารถขายยางได้ตามคุณภาพที่ผลิตและสอดคล้องกับความเป็นจริง
3. ตลาดกลางเป็นแหล่งทางเลือกในการจำหน่าย และสร้างโอกาสทางการตลาดแก่ เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ทำให้โครงสร้างตลาดยางโดยภาพรวมเปลี่ยนแปลงไป ลด ปัญหาการทำหน้าที่ทางการตลาดที่ซ้ำซ้อนของพ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้ส่วนเหลือ้มและ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดลดลง
4. ตลาดกลางเป็นแหล่งอ้างอิงราคาในการซื้อขายยางพาราของชาวสวนหรือสถาบัน เกษตรกร โดยใช้ราคาประมูลของตลาดกลางเป็นราคาอ้างอิงและต่อการซื้อขาย และเมื่อปี 2548 พบว่าสหกรณ์นำยางมาจำหน่ายตลาดกลางร้อยละ 77.30 ขายให้กับโรงงานและผู้ส่งออก โดยใช้ราคาอ้างอิงจากราคาตลาดกลางสงขลา
5. การพัฒนาสถาบันเกษตรกรไปสู่เครือข่ายของตลาด ทำให้เกิดความเข้มแข็งทางด้าน การตลาด สามารถสร้างอำนาจในการต่อรองจากการรวมกันขายยาง ทำให้ได้รับราคาขาย เท่ากับราคาประมูล ณ ตลาดกลาง และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่งยาง เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันของเกษตรกรแต่ละแห่งในการนำยางไปขายให้กับตลาดกลางโดยตรง เพราะการ รวมตัวกันจำหน่ายในปริมาณมากจะทำให้อัตราค่าขนส่งต่อหน่วยลดลง

ตลาดประมูลยางท้องถิ่น

จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรจะนำผลผลิตมาจำหน่ายยังกลุ่มสถาบันเกษตรกรและ สหกรณ์ร้อยละ 76.57 ซึ่งจำหน่ายในรูปของยางแผ่นดิบ 14.06 และยางก้อนถ้วยร้อยละ 62.50 แสดงให้เห็นว่ามีการซื้อขายยางก้อนถ้วยผ่านระบบตลาดท้องถิ่นโดยวิธีการประมูล ภายใต้การ ควบคุมดูแลและส่งเสริมของสำนักงานสังเคราะห์กองทุนสวนยาง ทำให้เห็นว่าลักษณะการ

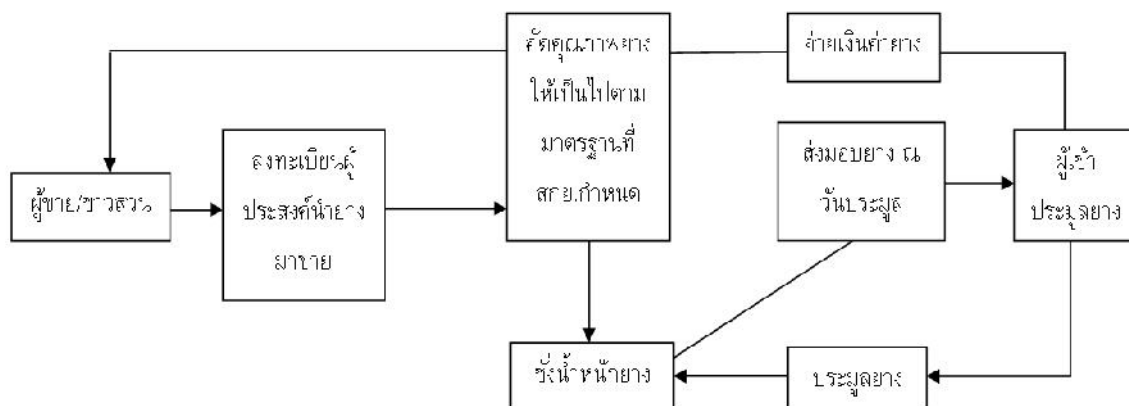
ประมูลยางท้องถิ่น เช่นนี้กลายเป็นจุดเด่นของการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่างไปจากตลาดท้องถิ่นที่เกิดขึ้นในภาคใต้ เนื่องจากเกษตรกรในภูมิภาคนี้เป็นเกษตรกรที่มีขนาดของธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงปานกลาง ระบบตลาดประมูลท้องถิ่นในภาคอีสานจึงเกิดขึ้นโดยการจัดตั้งกลุ่มสถาบันเกษตรกรหรือสหกรณ์เพื่อเปิดให้พ่อค้าเข้ามาทำการประมูล ซึ่งอยู่ใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง (สกย.) ที่เข้ามาดูแลในการซื้อขายให้กับกลุ่มสถาบันเกษตรกรมิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าผู้เข้าประมูล ซึ่งสกย.จะเป็นผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่ส่งเสริมให้คำแนะนำ เพื่อให้เกษตรกรสามารถสร้างอำนาจการต่อรองในเรื่องของราคา ปริมาณและคุณภาพของยาง ได้รับราคาขายที่สูงทำให้เกษตรกรมีรายเพิ่มขึ้น สำหรับลักษณะของตลาดประมูลยางท้องถิ่นจะเป็น paper rubber คือการซื้อขายแบบการประมูลราคายางพาราทางระบบโทรสาร หรือผ่านทางโทรศัพท์ โดยผู้ประมูลจะส่งราคาประมูลเข้าประมูลที่กลุ่มหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง ราคาที่จะชนะการประมูลในแต่ละครั้งก็จะเป็นราคาการรับซื้อที่สูงสุดในรอบการประมูลหลังจากนั้นกลุ่มหรือสหกรณ์กองทุนสวนยาง ก็จะปิดประมูลและเริ่มการชั่งน้ำหนักและส่งมอบให้กับผู้ที่สามารถประมูลได้ ทั้งนี้ภาระค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดขึ้นจะเป็นของพ่อค้าผู้เข้ามาประมูลที่สามารถประมูลยางพาราได้ก็จะเป็นผู้ดำเนินการชั่งน้ำหนักในการขนส่งทั้งหมดจนถึงโกดัง สต็อก เพื่อเก็บรักษาและจำหน่ายให้กับโรงงานต่อไป แต่ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมประมูล ส่วนใหญ่จะเป็นพ่อค้าที่เป็นตัวแทนของโรงงานเข้าร่วมในการประมูลซื้อขายยางพารา

ส่วนการขายยางพารานั้น กรณียางก้อนถ้วยเกษตรกรผู้ที่จะนำผลผลิตยางพารามาขายนั้นจะต้องนำยางมาพักไว้ ณ จุดรับซื้อ ก่อน 1 คืนเพื่อลดปริมาณความชื้นให้ต่ำลง หลังจากก็นำยางพารามาพักไว้แล้ว ณ จุดรับซื้อ ทางกลุ่มก็จะทำการแจ้งปริมาณยางพาราให้กับผู้เข้าร่วมประมูล เมื่อได้ราคาที่เหมาะสมก็ทำการปิดการประมูล และทำการชั่งน้ำหนักอีกครั้งตามบัตรคิวของเกษตรกรในวันต่อมา เพื่อทำการจ่ายชำระเงินค่ายางให้กับเกษตรกรโดยตัวแทนผู้เข้าร่วมประมูลหรือผู้เข้าร่วมประมูลเอง แต่หากกรณียางแผ่นดิบเกษตรกรต้องนำยางมารวมกัน ณ จุดรับซื้อก่อนเวลาทำการประมูล เพื่อที่ได้ให้ผู้เข้าประมูลได้ทราบปริมาณน้ำหนักยางที่ต้องประมูลในวันนั้น ก่อนเวลา 10.30 น. หลังจากนั้นเมื่อได้ราคาประมูลที่สูงที่สุดของวันประมูลแล้ว ก็ทำการสุ่มตรวจสอบคุณภาพของยาง และทำการชั่งน้ำหนัก และทำการจ่ายเงินให้กับเกษตรกร

ส่วนราคาที่พ่อค้าเข้าร่วมประมูลในแต่ละครั้งจะอาศัยราคาอ้างอิงจากสำนักงานตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ เป็นตัวกำหนดราคาซื้อเข้าร่วมการประมูลในแต่ละครั้ง แต่พ่อค้าบางรายก็จะอ้างอิงจากราคาโรงงานแปรรูปและส่งออกยางพาราในท้องถิ่น สำหรับยางก้อนถ้วยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโรงงานที่รับซื้อก็จะอ้างอิงจากราคายางท้องถิ่นหาดใหญ่ เพื่อนำมากำหนดราคาซื้อยางก้อนถ้วย ณ ราคาหน้าโรงงาน และพ่อค้าประมูลอ้างอิงจากราคาโรงงานเพื่อเป็นราคาที่เสนอเข้าร่วมการประมูลยางพาราในกลุ่มสถาบันเกษตรกรหรือสหกรณ์ใน

ราคาที่เหมาะสม ทั้งนี้การเสนอราคาประมูลของพ่อค้าจะต้องหักค่าขนส่งออกจากราคารับซื้อที่แท้จริง แล้วจึงทำการยื่นเสนอราคาเข้าร่วมประมูล (ภาพที่ 4.4)

การซื้อขายของตลาดประมูลยางท้องถิ่น กรณีซื้อขายยางแผ่นดิบ



ภาพที่ 4.4 ขั้นตอนการซื้อขายยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยในตลาดประมูลท้องถิ่นของภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

กรณีการซื้อขายยางแผ่นดิบ

1. ผู้ที่นำยางแผ่นดิบมาขายต้องเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือสหกรณ์ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิก ในวันที่เปิดให้บริการการซื้อขาย โดยผู้ขายยางยื่นบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรสมาชิกเจ้าหน้าที่เพื่อแจ้งความจำนงค์ต่อเจ้าหน้าที่ พร้อมแจ้งน้ำหนักยาง และรับบัตรคิวเพื่อรอการชั่งน้ำหนักอีกครั้งหนึ่ง

2. การคัดคุณภาพยาง เจ้าหน้าที่ฝ่ายคุณภาพจะทำหน้าที่คัดคุณภาพยาง โดยเจ้าหน้าที่จาก สกย. เป็นผู้เข้าตรวจสอบและสังเกตการณ์ในการคัดคุณภาพยางที่เกษตรกรนำมาขาย ก่อนการนำไปชั่ง ยางแผ่นที่ไม่ได้คุณภาพหรือคุณภาพ ต่ำกว่ามาตรฐานข้อกำหนดที่ตั้งไว้ จะถูกคัดออกไปและจะถูกรับซื้อในราคาที่ลดต่ำลง การคัดคุณภาพในหนึ่งมัดยางหากตรวจพบยางแผ่นคุณภาพต่ำ ตั้งแต่ 1 แผ่นขึ้นไปจะคัดออกทั้งมัดยาง และรับซื้ออีกราคาหนึ่ง

3. การชั่งน้ำหนักยาง ยางที่ผ่านการคัดคุณภาพจะได้รับการชั่งน้ำหนักโดยเจ้าหน้าที่ชั่งยางของกลุ่มสถาบันและสหกรณ์โดยมีเจ้าหน้าที่ สกย.คอยดูแลและให้คำแนะนำ

4. การประมูลราคา ยาง เจ้าหน้าที่ฝ่ายประมูลจะรวบรวมปริมาณยางในแต่ละครั้ง การประมูลแจ้งไปยังผู้ ประกอบการเพื่อให้เสนอราคาประมูล โดยจะเริ่มตั้งแต่เวลา 09.25 –10.30 น. ผู้ประมูลที่เสนอราคาสูงสุดเป็นผู้ชนะการประมูลและได้รับยางไปในแต่ละครั้ง ที่ประมูล

5. การจ่ายเงินค่ายาง เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินจะจ่ายค่ายางให้ผู้ขายตามจำนวนน้ำหนัก คุณภาพ และราคาที่ประมูลได้ หลังจากที่มีการชั่งน้ำหนักและนำยางขึ้นรถเรียบร้อย ซึ่งผู้ประมูล ยางได้จะทำการขนถ่ายยางแผ่นไปยังที่เก็บรักษาของตน ให้เสร็จภายในวันประมูลในแต่ละครั้ง

กรณีซื้อขายยางก้อนถ้วย

1. ผู้นำยางมาขายต้องเป็นสมาชิกของกลุ่มสถาบันและสหกรณ์ทุกรายเพื่อความ สะดวกสบายในการบันทึกผลการลงทะเบียนซื้อขาย ก่อนวันประมูลเพื่อรับบัตรคิว ชั่ง น้ำหนักในวันหลังการประมูลเสร็จสิ้น

2. เกษตรกรผู้นำยางก้อนถ้วยมาจำหน่ายจะต้องนำไปรวบรวม ณ จุดรวบรวมยางของ กลุ่มและสหกรณ์ตามวันและเวลาที่กำหนด โดยบรรจุยางในภาชนะบรรจุภัณฑ์ขนาดประมาณ 50 กิโลกรัม อาจเป็นถุงพลาสติก กระสอบ เชิงผลไม้ ฯ แต่ต้องไม่กลายเป็นสิ่งปลอมปนในยาง

3. กรรมการจะทำการตรวจสอบคุณภาพด้วยสายตาเพื่อคัดแยกคุณภาพเบื้องต้น โดย แบ่งคุณภาพตามจำนวนมิดกรีตและระยะเวลาจัดเก็บ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะนับจำนวนวันในระบบ การกรีต 2 วัน 1 เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับพฤติกรรมของเกษตรกรในท้องถิ่น เพื่อให้เกิด กฎเกณฑ์ของการคัดเลือกคุณภาพระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ยางก้อนถ้วยคุณภาพ 1 คือ ยางกรีต จำนวน 8 มิดขึ้นไป หรือยางก้อนถ้วยที่เก็บ 6 มิด แต่ใช้ระยะเวลาเก็บ 12 วันขึ้นไป ยางก้อน ถ้วยคุณภาพ 2 คือ ยางกรีตจำนวน 6 มิดขึ้นไป แต่ไม่ถึง 8 มิด และระยะเวลาในการเก็บ ประมาณ 9-10 วัน สิ่งที่สำคัญในการนำยางก้อนถ้วยมาขายต้องไม่มีสิ่งปลอมปนใดๆ เช่น เปลือกไม้ เศษยาง หิน ดิน ทราย และจะต้องไม่มีการกรีตทับหน้ายางก่อนการยางมาขาย

4. การประมูลราคา สำหรับการประมูลราคาในตลาดจะทำการเก็บยางไว้ ณ ลานรวบรวม ยาง เพื่อพักยางไว้ 1 คืน เนื่องจากว่าน้ำยางที่ได้ในภาคตะวันออกเจียงเหนือมีปัญหาในเรื่อง ของความชื้นค่อนข้างสูง จึงจำเป็นที่จะต้องทำการพักยางก้อนถ้วยไว้ก่อน 1 คืน พร้อมทั้งบรรจุ ภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติกหรือกระสอบ และต้องเจาะถุงเพื่อให้ น้ำกรดไหลออก หลังจากนั้น ผู้เข้าร่วมการประมูลทำการประมูลยาง จากนั้นกรรมการเริ่มทำการชั่งยางก้อนถ้วยให้กับ เกษตรกรแต่ละราย

5. การส่งมอบ ผู้ชนะการประมูลจะต้องนำรถบรรทุกมาเพื่อบรรทุกยางที่ทำการประมูล ได้ โดยผู้ประมูลจะเป็นผู้รับผิดชอบต้นทุนค่าขนส่งจากจุดรวบรวมไปยังโรงงานแปรรูปรวมทั้ง ค่ายกยางขึ้นรถบรรทุก ที่มีอัตราจ้าง 6 สตางค์ต่อกิโลกรัม

6. การจ่ายเงิน เกษตรกรผู้นำยางมาขายจะได้รับเงินหลังจากการประมูลและชั่งน้ำหนัก สิ้นสุดลง เกษตรกรที่ได้รับบัตรคิว ก็จะนำบัตรคิวมาแสดงเพื่อรอรับเงินค่ายางก้อนถ้วยที่นำมา ขายโดยคิดต่อกิโลกรัม

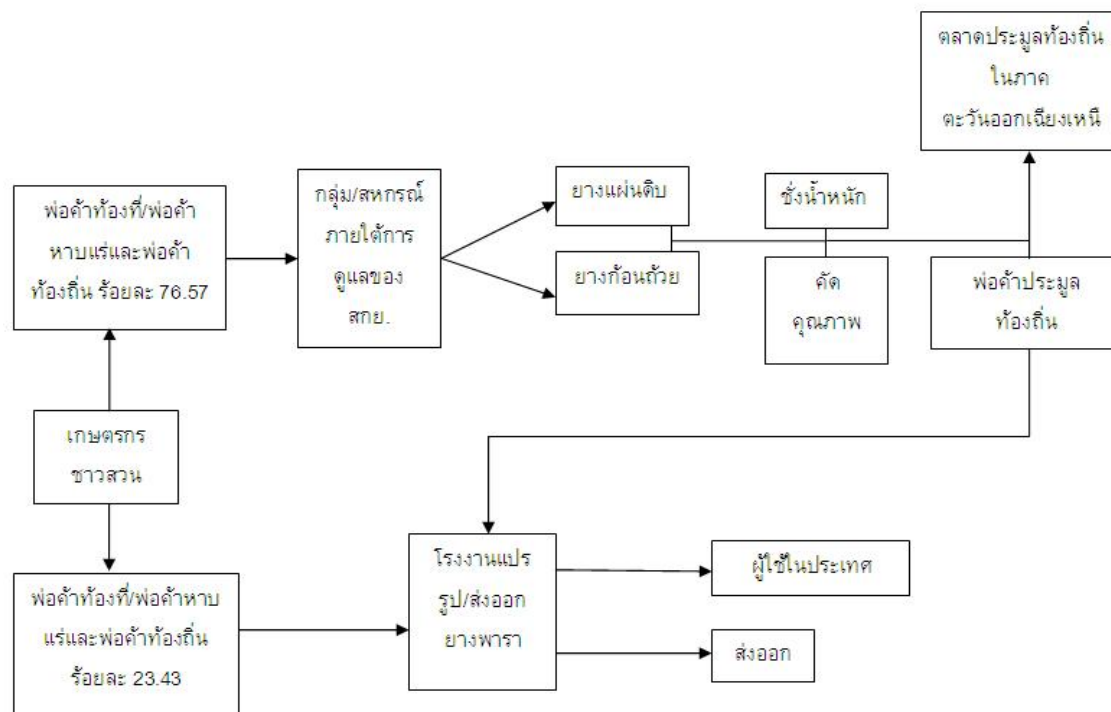
การซื้อขายผ่านกลุ่มและสหกรณ์ผู้เข้าร่วมประมูลจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการประมูล หากมีการประมูลผ่านกลุ่มผู้ประมูลต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับกลุ่ม 0.40 บาทต่อกิโลกรัม เพื่อให้เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่มและสหกรณ์เอง ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดขึ้นของพ่อค้าผู้เข้ามาประมูลนอกจากค่าขนส่งและค่าจ้างแรงงาน

ตลาดท้องถิ่น

สำหรับตลาดท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกษตรกรร้อยละ 31 จะนำยางแผ่นดิบหรือยางก้อนถ้วยไปขายให้กับกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นหรือพ่อค้ารวบรวมในท้องที่ ซึ่งเกษตรกรผู้ที่นำไปขายให้กับพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น ณ จุดรับซื้อหรือร้านรับซื้อขาย มีความต้องการใช้เงินเพื่อจับจ่ายสอยในชีวิตประจำวัน จึงนำยางที่ได้ไปขายให้กับพ่อค้าในตลาดท้องถิ่น ระบบการซื้อขายนี้จะไม่ผ่านระบบการประมูล อำนาจการต่อรองราคา คุณภาพ และปริมาณยางของเกษตรกรที่นำไปขายไม่สามารถที่จะใช้เป็นเครื่องต่อรองกับพ่อค้าได้ เนื่องจากผู้ที่นำไปขายเป็นเกษตรกรที่พื้นที่กีดกันยังไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเป็นสมาชิกหรือมีความจำเป็นที่จะใช้เงิน จึงนำไปขายให้กับพ่อค้า ซึ่งส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรที่ควรจะได้รับกับมีราคาที่ต่ำกว่าตลาด ซึ่งพ่อค้าบางรายเป็นเจ้าของสวนยางที่ต้องการเพิ่มปริมาณยางให้กับตนเอง เพื่อสามารถสร้างอำนาจในการต่อรองในการซื้อขายได้

4.2 วิถีตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

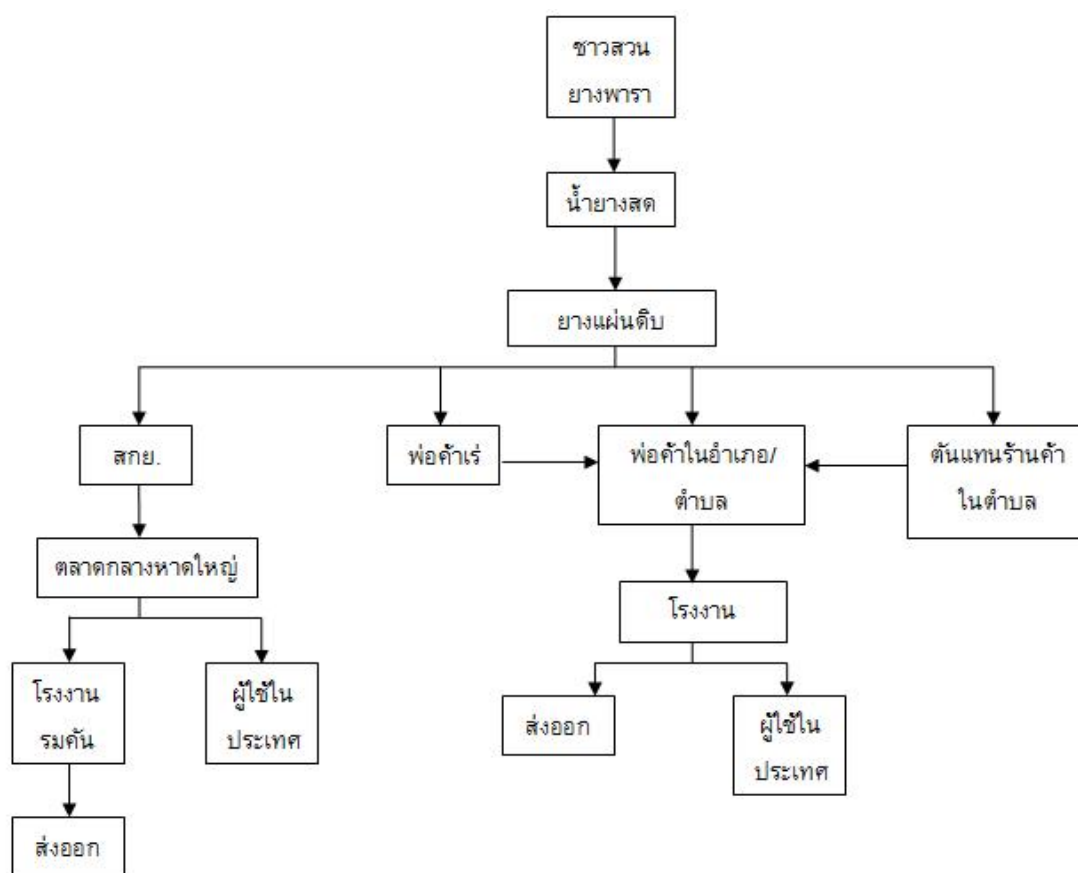
เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 76.57 ขายยางพาราผ่านกลุ่ม/สหกรณ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยวิธีการประมูลท้องถิ่น ซึ่งผู้ผลิตจะนำยางพารามาจำหน่าย ณ จุดรวมยางเพื่อรอการประมูล หลังจากนั้นวันถัดมาเมื่อทราบราคาประมูลแน่ชัดแล้วก็จะทำการชิงนำหนักและจ่ายค่าตอบแทนรายได้ให้กับเกษตรกรผู้นำมาจำหน่ายในกลุ่มสมาชิก โดยมีสำนักงานกองทุนส่งเสริมสวนยาง (สกย.) เป็นผู้ดูแล และเกษตรกรอีกส่วนหนึ่งร้อยละ 23.43 ขายยางพาราในตลาดท้องถิ่นโดยขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่นหรือพ่อค้าแร่ในท้องที่และพ่อค้าในท้องถิ่น ด้วยเหตุผลที่ว่า เกษตรกรมีความต้องการใช้เงินอย่างเร่งด่วนจึงนำผลผลิตยางพาราที่ได้ไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าท้องถิ่นหรือพ่อค้าแร่และพ่อค้าท้องถิ่น ซึ่งทำให้เกษตรกรมักถูกเอาเปรียบทางการค้า ทั้งในด้านราคาซื้อขาย ด้านการชั่งตวงน้ำหนัก การคัดคุณภาพยางพารา ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับความเป็นธรรมเท่าที่ควร (ภาพที่ 4.5)



ภาพที่ 4.5 วิธีการตลาดยางพาราแบบเป็นกลุ่ม/สหกรณ์โดยผ่านตลาดประมวลห้องถิ่นและตลาด
ห้องถิ่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

จากที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 หัวข้อ 2.2.3.2 ภาพที่ 2.22 และ 2.23 ดวงพรรณ กริช ชาญชัย ศฤงคารินทร์ และคณะ (2552) ได้ระบุว่า ภาพรวมของวิธีการตลาดในภาคใต้จะมี ลักษณะคล้ายกันทั้งภาคใต้ตอนบนและภาคใต้ตอนล่าง คือ ชาวสวนยางจะนำน้ำยางหรือยาง แผ่นดิบไปขายให้กับพ่อค้ายาง สหกรณ์หรือตลาดกลางยางพารา เข้าสู่โรงงานแปรรูปแล้ว ส่งออกต่อไป โดยมีสัดส่วนการผลิตน้ำยาง ยางแผ่น และเศษยาง เท่ากับ ร้อยละ 30, 60 และ ร้อยละ 10 ตามลำดับ (ภาพที่ 2.23) เมื่อเทียบกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (หัวข้อ 2.2.2.1) จะ เห็นว่าสัดส่วนผลผลิตนั้นมีความแตกต่างกันมาก เนื่องจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ จะผลผลิตยางก้อนถ้วย ส่วนภาคใต้จะผลผลิตยางแผ่นเป็นส่วนใหญ่ ลักษณะวิธีการตลาดของการค้า ยางพาราในภาคอีสานมีความแตกต่างไปจากภาคใต้ โดยการขายยางในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือจะขายผ่านตลาดประมวลห้องถิ่น ซึ่งมี สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง เป็นผู้ดูแล แต่ภาคใต้เกษตรกรส่วนใหญ่จะขายผ่านตลาดห้องถิ่นซึ่งผ่านพ่อค้าคนกลางหรือ พ่อค้าเร่ในตำบลและอำเภอ (ภาพที่ 4.6) และจากรายงานผลการวิจัย ของสถาบันวิจัยยาง กรม วิชาการเกษตร (2554) พบว่า ช่องทางที่เกษตรกรนำยางมาขายในเขตภูมิภาคอื่นที่แตกต่างไป

จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั่นคือ ภาคใต้กว่าร้อยละ 40.60 เกษตรกรนำยางไปขายยังจุดรับซื้อน้ำยาง รองลงมาร้อยละ 37.50 เกษตรกรนำไปขายยังร้านค้ายางแผ่น เช่นเดียวกันกับในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกว่าร้อยละ 42.10 เกษตรกรนำไปขายให้กับกลุ่มสหกรณ์/ตลาดกลาง รองลงมากว่าร้อยละ 21.10 นำไปขายยังร้านค้ายางแผ่น ส่วนในภาคเหนือมีช่องทางที่แตกต่างไปจากภาคอื่น เนื่องจากมีพื้นที่เป็นภูเขาสูงการขนส่งค่อนข้างลำบากจึงพบว่ากว่าร้อยละ 48.90 พ่อค้าเข้าไปรับซื้อถึงสวน รองลงมากว่าร้อยละ 24.80 ขายให้กับร้านค้ายางแผ่น มีการขายให้กับกลุ่มสหกรณ์/ตลาดกลางยางเพียงร้อยละ 21.20 เท่านั้น



ภาพที่ 4.6 วิธีตลาดยางพารา กรณีชาวสวนขายยางแผ่นดิบในอำเภอย่านตาขาว
(สำนักงานตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่, (ม.ป.ป.).)

4.3 ต้นทุนการตลาดการซื้อขายยางพารา

ต้นทุนการตลาดที่เกิดขึ้นคือค่าใช้จ่ายที่จ่ายออกไปเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบในครอบครองโดยยอมเสียเงินทุนไป ที่เรียกกันว่าค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ที่ถูกแยกออกมาจากต้นทุนการผลิต เนื่องจากเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นหลังจากที่เกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วพร้อมที่จะขายให้กับพ่อค้าหรือโรงงานแปรรูป จึงมีต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งที่เกิดขึ้นกับตัวเกษตรกรพ่อค้ารับซื้อพ่อค้าประมูล และโรงงานแปรรูปเพื่อการส่งออก ต้นทุนทางการตลาดที่จ่ายออกไปของเกษตรกรนั้นพบว่าต้นทุนการตลาดยางแผ่นดิบจะมีค่าใช้จ่ายต่อไร่ที่สูงกว่าการผลิตยางก้อนถ้วย 0.232 บาท เนื่องจากน้ำมันเชื้อเพลิงของการขนส่งยางแผ่นดิบสูงกว่ายางก้อนถ้วย 0.205 บาทต่อไร่ เนื่องจากมีการขนส่งหลายรอบทำให้ค่าน้ำมันในการผลิตยางแผ่นดิบสูงกว่า และจากการสำรวจ พบว่า จากพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ห่างจากแหล่งจำหน่าย โดยเฉลี่ย 22.58 กิโลเมตร ทั้งนี้การกำหนดอัตราค่าขนส่งตามระยะทางนั้นขึ้นอยู่กับอัตราราคาขึ้นลงของราคาน้ำมัน ซึ่งในแต่ละพื้นที่จะมีอัตราค่าบริการที่แตกต่างออกไป แต่สำหรับพ่อค้าจะคิดอัตราค่าขนส่งเป็นตันหรือต่อเที่ยว ถ้าหากเป็นแบบระบบเหมาจ่ายต่อเที่ยวก็จะเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งกรณีรถพ่วง เที่ยวละ 14,000-15,000 บาท แต่หากไม่ใช้รถพ่วงก็จะจ่ายไม่เกิน 8,000 บาทต่อเที่ยว ซึ่งกลายเป็นต้นทุนในการขนส่งของผู้ซื้อในตลาดการซื้อขายยางพารา (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 ต้นทุนการตลาดในการผลิตยางพาราของเกษตรกรถึงจุดขายยางพารา

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เฉลี่ย
ต้นทุนทางการตลาดยางแผ่นดิบ	0.50
-ค่าหีบห่อบรรจุ (กระสอบ, ถุงปุ๋ย)	0.003
-ค่าน้ำมัน	0.239
-ค่าแรงงานขนส่ง	0.108
-ค่าธรรมเนียมสถานที่จำหน่าย	0.097
-ค่าโทรศัพท์	0.051
-ค่าขนส่งจากฟาร์มไปยังจุดรับซื้อ	0.05
ต้นทุนทางการตลาดยางก้อนถ้วย	0.268
-ค่าหีบห่อบรรจุ (กระสอบ, ถุงปุ๋ย)	0.006
-ค่าน้ำมัน	0.034

ตารางที่ 4.1 ต้นทุนการตลาดในการผลิตยางพาราของเกษตรกรถึงจุดขายยางพารา (ต่อ)

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	เฉลี่ย
-ค่าแรงงานขนส่ง	0.142
-ค่าธรรมเนียมสถานที่จำหน่าย	0.016
-ค่าโทรศัพท์	0.02
-ค่าขนส่งจากฟาร์มไปยังจุดรับซื้อ	0.05
อัตราค่าขนส่งยางพารา ณ จุดขายไปยัง โรงงานแปรรูป	
-ค่าขนส่งจากจุดรวมยางถึงโรงงาน (บาท/กิโลเมตร)	0.60
-ค่าขนส่งจากจุดรวมยางถึงโรงงาน (บาท/เที่ยว)	
-คิดอัตราต่อรถ 6 ล้อ	7,000.00-8000.00
-คิดอัตราต่อพ่วง 10 ล้อ	14,000.00-15,000.00
ค่าขนส่ง (บาท/กิโลกรัม)	0.05
ค่าขึ้นยาง (บาท/กิโลกรัม)	0.06
ค่าธรรมเนียมบริหารจัดการกลุ่ม (บาท/กิโลกรัม)	0.40

4.4 ส่วนเหลือการตลาด

จากการสำรวจพบว่ายางแผ่นดิบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนเหลือระหว่างราคาโรงงานและราคาที่เสนอเข้าประมูล(ราคาที่เกษตรกรได้รับ ณ จุดรับซื้อ) 1.66 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเหลือระหว่างราคาโรงงานและราคาที่เกษตรกรได้รับจริง 1.71 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งจะเห็นได้ว่าราคาที่เสนอประมูลสู่ราคาโรงงานนั้นมีส่วนแบ่งทางการตลาดมาก ซึ่งแบ่งเป็นค่าบริการสหกรณ์/กลุ่ม 0.70 บาทต่อกิโลกรัม ค่าขึ้นยาง 0.06 บาทต่อกิโลกรัม ค่าจ้างตัวแทนจ่ายชำระเงิน 0.10 บาทต่อกิโลกรัม ค่าขนส่งจากจุดประมูลยางไปยังโรงงาน 0.40 บาทต่อกิโลกรัม ค่าจ้างแรงงาน 0.10 บาทต่อกิโลกรัม และค่าดอกเบี้ยทุนหมุนเวียน 0.30 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด (ค่าหีบห่อบรรจุ ค่าน้ำมัน ค่าแรงงานขนส่ง ค่าธรรมเนียมสถานที่จำหน่าย ค่าโทรศัพท์ และค่าขนส่งจากฟาร์มไปยังจุดรับซื้อ) ระหว่างราคาที่เกษตรกรได้รับจริงและราคาที่เสนอเข้าประมูล(ราคาที่เกษตรกรได้รับ ณ จุดรับซื้อ) 0.55 บาทต่อกิโลกรัม (ตารางที่ 4.2) และจากการสำรวจพบว่ายางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนเหลือระหว่างราคาโรงงานและราคาที่เสนอเข้าประมูล (ราคาที่เกษตรกรได้รับ ณ จุดรับซื้อ) 1.70 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเหลือระหว่างราคาโรงงานและราคาที่เกษตรกรได้รับจริง 1.75 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งจะเห็นได้ว่าราคาที่เสนอประมูลสู่ราคาโรงงานนั้นมีส่วนแบ่งทางการตลาดมาก ซึ่งแบ่งเป็น

ค่าบริการสหกรณ์/กลุ่ม 0.70 บาทต่อกิโลกรัม ค่าขึ้นยาง 0.10 บาทต่อกิโลกรัม ค่าจ้างตัวแทน
จ่ายชำระเงิน 0.10 บาทต่อกิโลกรัม ค่าขนส่งจากจุดรวบยางไปยังโรงงาน 0.40 บาทต่อกิโลกรัม
ค่าจ้างแรงงาน 0.10 บาทต่อกิโลกรัม และค่าดอกเบี้ยยทุนหมุนเวียน 0.30 บาทต่อกิโลกรัม โดยมี
ส่วนแบ่งทางการตลาด (ค่าหีบห่อบรรจุ ค่าน้ำมัน ค่าแรงงานขนส่ง ค่าธรรมเนียมสถานที่
จำหน่าย ค่าโทรศัพท์ และค่าขนส่งจากฟาร์มไปยังจุดรับซื้อ) ระหว่างราคาที่เกษตรกรได้รับจริง
และราคาที่เสนอเข้าประมูล (ราคาที่เกษตรกรได้รับ ณ จุดรับซื้อ) 0.27 บาทต่อกิโลกรัม (ตารางที่
4.3)

ตารางที่ 4.2 ส่วนเหลือจากการตลาดยางแผ่นดิบในภาคอีสาน

รายการ	บาทต่อกิโลกรัม
ราคาโรงงาน	93.82
ค่าธรรมเนียมบริการจัดการสหกรณ์/กลุ่ม	0.40
ค่าขึ้นยาง	0.06
ค่าจ้างตัวแทนจ่ายชำระเงิน	0.10
ค่าขนส่งจากจุดประมูลไปยังโรงงาน	0.05
ค่าจ้างแรงงาน	0.10
ค่าดอกเบี้ยยทุนหมุนเวียน	0.30
ราคาที่เสนอเข้าประมูล	92.81
ราคาที่เกษตรกรได้รับ ณ จุดรับซื้อ	92.81
-ค่าหีบห่อบรรจุ (กระสอบ, ถุงปุ๋ย)	0.003
-ค่าน้ำมัน	0.239
-ค่าแรงงานขนส่ง	0.108
-ค่าธรรมเนียมสถานที่จำหน่าย	0.097
-ค่าโทรศัพท์	0.051
-ค่าขนส่งจากฟาร์มไปยังจุดรับซื้อ	0.05
ราคาที่เกษตรกรได้รับ ที่แท้จริง	92.26

*ราคาโรงงาน คือราคาเฉลี่ยของยางแผ่นดิบ (สถาบันวิจัยยาง, 2554)

ตารางที่ 4.3 ส่วนเหลือจากการตลาดยางก้อนถ้วยในเขตภาคอีสาน

รายการ	บาทต่อกิโลกรัม
ราคาโรงงาน	45.55
ค่าธรรมเนียมบริการจัดการสหกรณ์/กลุ่ม	0.40
ค่าขนถ่าย	0.06

ตารางที่ 4.3 ส่วนเหลือจากการตลาดยางก้อนถ้วยในเขตภาคอีสาน (ต่อ)

รายการ	บาทต่อกิโลกรัม
ค่าจ้างตัวแทนจ่ายชำระเงิน	0.10
ค่าขนส่งจากจุดประมูลไปยังโรงงาน	0.05
ค่าจ้างแรงงาน	0.10
ค่าดอกเบี้ยทุนหมุนเวียน	0.30
ราคาที่เสนอเข้าประมูล	44.54
ราคาที่เกษตรกรได้รับ ณ จุดรับซื้อ	44.54
-ค่าหีบห่อบรรจุ (กระสอบ, ถุงปุ๋ย)	0.006
-ค่าน้ำมัน	0.034
-ค่าแรงงานขนส่ง	0.142
-ค่าธรรมเนียมสถานที่จำหน่าย	0.016
-ค่าโทรศัพท์	0.02
-ค่าขนส่งจากฟาร์มไปยังจุดรับซื้อ	0.05
ราคาที่เกษตรกรได้รับ ที่แท้จริง	43.58

*ราคาโรงงาน คือราคาเฉลี่ยของยางก้อนถ้วย (สถาบันวิจัยยาง, 2554)

4.5 การกำหนดราคารับซื้อยางพารา

การกำหนดราคารับซื้อยางในตลาดกลางและตลาดเครือข่าย

การกำหนดราคาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือขึ้นอยู่กับราคาที่สำนักงานตลาดกลางหาดใหญ่ซึ่งมีราคาที่ถูกกว่าราคากลางหาดใหญ่ประมาณ 2-4 บาท เพราะพ่อค้านำค่าขนส่งและค่าอื่นๆที่เป็นต้นทุนการตลาดมาหักออกจากราคากลางที่ตลาดกลางหาดใหญ่ และราคายางของสำนักงานตลาดกลางหนองคายจะต่ำกว่าสำนักงานตลาดกลางบุรีรัมย์ ประมาณ 1-2 บาท

การกำหนดราคารับซื้อในตลาดประมูลท้องถิ่น

ราคาที่กำหนดขึ้นเพื่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร นั้นอ้างอิงจากราคาตลาดกลางในภาคและราคารับซื้อของโรงงานมาเพื่อกำหนดราคารับซื้อ โดยการกำหนดราคารับซื้ออย่างแผ่นดินดังนี้

ราคารับซื้ออย่างแผ่นดิบ = (ราคารับซื้อท้องถิ่นยางแผ่นดิบรมควันชั้น 3 อ.หาดใหญ่ x ปริมาณน้ำยางแห้ง/100) - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ราคารับซื้ออย่างก้อนถ้วย = (ราคาเศษยางท้องถิ่นตลาดกลางหาดใหญ่ x ปริมาณน้ำยางแห้ง(58-62)/100) - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

การกำหนดราคารับซื้อในตลาดท้องถิ่น

ราคารับซื้ออย่างแผ่นดิบ = (ราคารับซื้อตลาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ x ปริมาณน้ำยางแห้ง/100) - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ราคายางก้อนถ้วย = ราคายางแผ่นดิบรมควันชั้น 3 (ราคารับซื้อหน้าโรงงาน) x ปริมาณน้ำยางแห้ง (58-62)/100 - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

4.6 การพัฒนาระบบตลาดยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากที่กล่าวมาแล้วในหัวข้อที่ 4.1 และ 4.2 แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรยังขาดความรู้ ยังไม่เข้าใจในการดูแลประสิทธิภาพ และการคัดคุณภาพของผลผลิตก่อนนำมาจำหน่ายยังตลาด และเกษตรกรยังขาดอำนาจการต่อรองการซื้อขายด้วย ดังนั้นการรวมกลุ่มของเกษตรกรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาระบบตลาดประมูลในท้องถิ่นเพื่อให้พ่อค้าเข้ามาประมูล แต่การรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อสร้างระบบตลาดประมูลท้องถิ่นจำเป็นจะต้องอาศัยเงินทุนหมุนเวียนเพื่อนำเงินมาหมุนเวียนในระบบ ดังนั้นควรมีการสนับสนุนจากทางภาครัฐ เพื่อให้กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนน้อยมีความเข้มแข็งและสร้างความมั่นคงในตลาดประมูลท้องถิ่นมากขึ้น สำนักงานกองทุนส่งเสริมสวช. (สวก.) จึงควรจัดตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือกลุ่ม/สหกรณ์ ที่ขาดเงินทุนหมุนเวียนให้นำเงินนั้นมาใช้ปรับปรุงสภาพคล่องทางการตลาดในการบริหารจัดการ โดยให้สินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าตลาดทั่วไป เพื่อเป็นการช่วยเหลือกลุ่ม/สหกรณ์ และพบว่าเกษตรกรยังได้รับราคายางที่ต่ำ เนื่องจากพ่อค้ารับซื้อมีหลากหลายระดับ การแบ่งปันผลกำไรจึงตกอยู่หลายทอด ถ้าไรที่เกษตรกรได้รับจริงจึงค่อนข้างต่ำ การรวมกลุ่มเพื่อนำยางไปขายจะเป็นการช่วยให้เกษตรกรได้รับราคาที่สูงและผลักดันให้เกษตรกรเข้าขายในระบบของตลาดกลางและตลาดเครือข่ายโดยผ่านการประมูล เพื่อให้ยางที่ผลิตได้มีคุณภาพดี มีประสิทธิภาพทางการตลาด และเป็นที่ต้องการของตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 หัวข้อ 2.2.3.2 และบทที่ 4 หัวข้อ 4.1 และ 4.2 จะเห็นได้ว่า การตลาดและวิธีการตลาดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้มีความแตกต่างกันมาก เช่น ด้านของผลผลิต ในส่วนของผลผลิตที่เป็นยางแผ่น (ภาคใต้) และยางก้อนถ้วย (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ด้านการตลาดและวิธีการตลาด ซึ่งภาคใต้จะมีโรงงานแปรรูปยางแผ่นให้เป็นยางแผ่นรมควันเพื่อส่งออกจำนวนมาก รวมถึงมีการร่วมมือกันระหว่างตลาดกลางยางพารา และเกษตรกรที่เข้มแข็ง สืบเนื่องมาจากมีการผลิตยางพารามาช้านานและเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย ในส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยส่วนใหญ่จะมีโรงงานแปรรูปยางก้อนถ้วย

ให้เป็นยางแท่งเพื่อส่งออก ทำให้เกษตรกรเปลี่ยนพฤติกรรมมาผลิตยางก้อนถ้วยเพิ่มมากขึ้น เพื่อป้องกันผลผลิตเข้าสู่โรงงานดังกล่าว กอปรกับมีกระบวนการผลิตที่ง่ายและมีต้นทุนที่ต่ำกว่าจึงทำให้เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหันมาผลิตยางดังกล่าว ดังนั้นทางคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำอย่างไร และมีโอกาสหรือไม่ที่ตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะทัดเทียมกับภาคใต้ได้ โดยมีแนวทางการพัฒนาตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย, 2555) ดังนี้

1. หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนควรมีการสนับสนุนเงินทุน เพื่อเป็นกองทุนสำรองจ่ายให้กับเกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่าย เพื่อไม่ต้องรอรับเงินจากพ่อค้าโดยตรง ซึ่งพ่อค้าอาจจะบิดพลิ้วหรือกดราคาเกษตรกรได้ และควรเข้ามาให้คำแนะนำส่งเสริมชี้แนะแนวทางต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลข่าวสารการตลาดให้กับเกษตรกรและพ่อค้ายางพาราในระดับท้องถิ่น ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของบุคคลดังกล่าวด้วย เพื่อให้มีการซื้อขายยางในราคาที่เหมาะสม ถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินกิจกรรมการซื้อขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรมทั้งสองฝ่าย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาตลาดที่ยั่งยืนและมั่นคงต่อไป

2. ควรจัดตั้งโรงงานแปรรูปยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควันในพื้นที่ให้มากขึ้น เพื่อปรับพฤติกรรมของเกษตรกรให้ผลิตยางแผ่นดิบมากขึ้น เนื่องจากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโรงงานแปรรูปยางแท่งหลายแห่ง ทำให้เกษตรกรผลิตยางแผ่นและส่งผลผลิตเข้าสู่ตลาดกลางยางพาราในปริมาณน้อย

3. หากไม่สามารถพัฒนาผลผลิตยางแผ่นให้ทัดเทียมกับภาคใต้ อาจเปลี่ยนเป้าหมายมาเป็นผู้นำด้านตลาดยางก้อนถ้วยในอนาคต เนื่องจากเกษตรกรยังมีความเข้าใจในการผลิตยางแผ่นและกระบวนการจำหน่ายผ่านระบบตลาดกลางและตลาดเครือข่ายค่อนข้างน้อย ทำให้การพัฒนาตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นไปได้อย่างไม่เต็มที่ ซึ่งปัจจุบันตลาดเครือข่ายประสบผลสำเร็จเพียงร้อยละ 30-40 เท่านั้น

4. ตลาดการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีช่องทางการส่งออกที่น้อยอยู่ เป็นเพียงการส่งผ่านด่านศุลกากร แม้ว่าภูมิภาคนี้จะปลูกยางได้มากเป็นอันดับสองของประเทศ แต่การส่งออกยังเน้นการส่งออกไปที่ประเทศจีน ซึ่งมีพื้นที่และระยะทางที่สั้นกว่าการเดินทางเรือ

5. การขนส่งในปริมาณครั้งละมากๆ จะช่วยลดต้นทุนในการส่งออกได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเส้นทางทางบกเพื่อขนถ่ายสินค้าเพื่อการส่งออกไปยังประเทศจีน จึงต้องอาศัยปริมาณในการขายครั้งละจำนวนมากการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกยางเพิ่มขึ้นในภาคอีสานจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ลดต้นทุนการส่งออกได้

6. การพัฒนาตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เป็นส่วนหนึ่งในการเข้าร่วมกำหนดราคารับซื้อของประเทศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของระบบตลาดและดึงดูดพ่อค้าที่ต้องการเข้ามาลงทุนในประเทศให้มากขึ้น เนื่องจากไทยยังไม่มีตลาดกลางที่เป็นสากล ทำให้ราคายางของตลาดโลกมีอิทธิพลต่อราคายางในประเทศสูง ซึ่งมักสะท้อนราคาที่ไม่เป็นความจริง ซึ่งมีผลต่อราคารับซื้อของราคาสลัดกลางในภาคอีสานที่จะต้องลดหย่อนตลาดต้นทุนทางการตลาด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

5.1 สภาพทั่วไปของเกษตรกร

เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.30 และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4-ป.6) คิดเป็นร้อยละ 56.90 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 95.00 ในรอบปีที่ผ่านมา (2554) ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาตอนปลาย (ป.4-ป.6) คิดเป็นร้อยละ 56.88 เกษตรกรมีรายได้จากในภาคการเกษตรเฉลี่ย 285,643 บาทต่อปี ส่วนรายได้จากนอกภาคการเกษตรเฉลี่ย 102,145.60 บาทต่อปี ซึ่งมีพื้นที่ถือครองในการทำการเกษตรทั้งหมดเฉลี่ย 34.55 ไร่ต่อครัวเรือน โดยเกษตรกรมีพื้นที่น้อยที่สุด 1 ไร่ต่อครัวเรือน และมีพื้นที่มากที่สุด 399 ไร่ต่อครัวเรือน โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีเอกสารสิทธิ์แสดงความเป็นเจ้าของ คือ โฉนดที่ดิน(นส.4) รองลงมาเป็น สปก. 4-01 ซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบและที่ดอน อาศัยน้ำฝนและสระน้ำส่วนตัวในการทำการเกษตร การถือครองที่ดินส่วนใหญ่ต่ำกว่า 20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 45.4 มีจำนวนแปลงที่ดินเฉลี่ย 5 แปลงต่อครัวเรือน น้อยที่สุดมี 1 แปลงต่อครัวเรือน และมากที่สุดมี 5 แปลงต่อครัวเรือน

5.2 สภาพการผลิตและการตลาด

เกษตรกรมีพื้นที่ให้ผลผลิตหลัก 1-10 ไร่ต่อครัวเรือน ร้อยละ 49.70 ให้ผลผลิต 11-30 ไร่ต่อครัวเรือน ร้อยละ 43.80 มีพื้นที่เฉลี่ย 16 ไร่ต่อครัวเรือน และปริมาณผลผลิตหลักที่ได้ในรอบปีที่ผ่านมา (2554) เฉลี่ย 5,944.27 กิโลกรัมต่อปี มีจำนวนแรงงานในการกรีดยางเฉลี่ย 2-3 คนต่อครั้ง ซึ่งแบ่งเป็นแรงงานถาวรเฉลี่ย 1 คนต่อครั้ง และมีจำนวนลูกจ้างชั่วคราวเฉลี่ย 1-2 คนต่อครั้ง โดยส่วนใหญ่เกษตรกรตัดสินใจปลูกยางพารา เนื่องจากเป็นพืชเศรษฐกิจของไทยและให้ราคาดี คิดเป็นร้อยละ 42.50 ใช้เงินลงทุนในการปลูกยางพาราเริ่มแรกต่ำกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.40 โดยมีเงินลงทุนปลูกยางพาราเฉลี่ยเริ่มแรก 49,653.58 บาท โดยสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง(สกย.) ให้เงินทุนแก่เกษตรกรเพื่อทดลองปลูกต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 93.80 ซึ่งได้รับเงินช่วยเหลือจากสกย. เฉลี่ยเท่ากับ 3,659.71 บาทต่อครัวเรือน ก่อนปลูกยางพาราเกษตรกรปลูกมันสำปะหลังมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.50 โดยมีพื้นที่เฉลี่ยในการปลูกยางพารารั้งแรก 15.25 ไร่ต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 87.50 โดยปลูกยางพาราเริ่มแรกในพื้นที่ 1-19 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 77.80 เกษตรกรมีพื้นที่กรีดยางพาราในครั้งแรก 1-19 ไร่ ร้อยละ 18.10 เกษตรกรมีพื้นที่ถือครองและใช้ปลูกยางพาราเฉลี่ย 24.38 ไร่ต่อครัวเรือน มีจำนวนต้นยางพาราทั้งหมดเฉลี่ย 1,979 ต้น โดยเฉลี่ย 82 ต้นต่อไร่ ส่วนใหญ่มีจำนวนต้นยางพารา 70-79 และ 80-89 ต้น คิดเป็นร้อยละ 36.20 ต่อไร่ ซึ่งต้นยาง ณ ปี 2554 มีอายุเฉลี่ย 17 ปี ส่วนใหญ่ใช้ระยะปลูก 3×7 เมตร คิดเป็นร้อยละ 71.30 เกษตรกรจะใช้กล้วย

ในการปลูก คิดเป็นร้อยละ 97.80 และใช้เมล็ดปลูก คิดเป็นร้อยละ 2.20 ซึ่งพันธุ์ที่ให้ความนิยมในการปลูกคือพันธุ์ RRIM 600 คิดเป็นร้อยละ 97.82 และพันธุ์อื่นๆ เช่น พันธุ์ 251 และพันธุ์ยอดดำ คิดเป็นร้อยละ 2.18 เกษตรกรส่วนใหญ่จะใส่ปุ๋ยบำรุงต้นอย่างพารา คิดเป็นร้อยละ 97.80 ซึ่งจะใส่ปุ๋ยเคมีเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 94.40 รองลงมาคือใส่ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อปรับสภาพดินให้มีความร่วนซุย คิดเป็นร้อยละ 45.60 และใส่ปุ๋ยคอกเพื่อเพิ่มแร่ธาตุในดิน คิดเป็นร้อยละ 38.40 เพื่อเป็นการรักษาหน้าดินไม่ให้เสื่อมโทรม มีต้นยางที่เป็นโรค ร้อยละ 69.70 โดยเป็นโรคราสีชมพูและโรคตายยอด ร้อยละ 7.50 และ 5.60 ตามลำดับ โดยเฉลี่ย 1 ต้นต่อไร่เท่ากัน เกษตรกรส่วนใหญ่จะกรีต 2 วัน เว้น 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 90.60 เพื่อพักหน้ายางน้ำยางจะได้ออกได้ตามปริมาณที่ต้องการ ในช่วงฤดูฝนจะให้น้ำยางมากกว่าฤดูแล้ง แต่ช่วงฤดูฝนจะมีปัญหาเรื่องฝนตกบ่อยทำให้ต้องงดกรีตบ้าง ฤดูกาลกรีตที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอยู่ในช่วงเดือนพฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 74.40 รองลงมาคือเดือนมิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ตามลำดับ และสิ้นสุดการเปิดกรีตในเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือเดือนกุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 32.80 ร้อยละ ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่จะกรีตอย่างพารา 8-9 เดือน คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมากรีตอย่างพาราในช่วง 10-11 เดือน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รวมระยะเวลาในการกรีตทั้งหมดเฉลี่ย 9 เดือน น้อยที่สุด 3 เดือน และจะกรีตอย่างพาราสูงสุดทั้งปี เกษตรกรใช้เวลาในการกรีตอย่างพาราน้อยที่สุดคือ 1 ชั่วโมงต่อวัน และใช้เวลากรีตสูงที่สุดคือ 7 ชั่วโมงต่อวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ของสวนยางพาราด้วย เกษตรกรจะเน้นผลผลิตหลักเป็นยางก้อนเหมาะสำหรับผู้ที่มีกำลังทรัพย์น้อยหรือผู้ที่เริ่มทำการผลิตใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 66.30 มีต้นทุนผันแปรเฉลี่ยหลังการเปิดกรีต รวมทั้งหมดเฉลี่ย 306.79 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 46.92 บาทต่อไร่ ซึ่งมีต้นทุนทางการตลาดโดยเฉลี่ย 18.65 บาทต่อไร่ ผลผลิตและรายได้เฉลี่ยของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่เกษตรกรนิยมทำยางก้อนถ้วย เนื่องจากมีระบบการผลิตและการจัดการง่ายกว่ายางแผ่นดิบ ซึ่งจะจำหน่ายในจำนวนมากที่สุดเฉลี่ยเป็นกิโลกรัมต่อไร่คือการนำไปขายแบบรวมกลุ่ม เช่น ขายให้กับสหกรณ์ กลุ่มผู้รับซื้อแปรรูปยางพารา เป็นต้น จากการคำนวณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ พบว่ามีทั้งหมด 68.24 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งอยู่ระดับราคาเฉลี่ยในรอบปีที่ผ่านมา(2554) ยางแผ่นดิบราคาเฉลี่ย 40.41 บาทต่อกิโลกรัม ยางก้อนถ้วยราคาเฉลี่ย 37.99 บาทต่อกิโลกรัม มีรายได้รวมทั้งหมดเฉลี่ย 2,642.63 บาทต่อไร่ หักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิตการตลาดและค่าใช้จ่ายคงที่รวมทั้งหมดเฉลี่ย 372.36 บาทต่อไร่ พบว่ากำไรอยู่ที่ 2,270.27 บาทต่อไร่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีผู้สนใจปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งจะรวมกลุ่มหรือรวมเป็นสหกรณ์เพื่อที่จะช่วยกันขจัดปัญหาด้านราคาของผลผลิตยาง มีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าที่มารับซื้อ การรวมกลุ่มจึงเป็นเหตุผลที่ดีที่สุดของเกษตรกรเพื่อใช้เป็นช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตยางให้ได้ราคาดี เกษตรกรร้อยละ 76.57 มีการรวมกลุ่มเพื่อนำไปจำหน่าย และร้อยละ 23.43 นำผลผลิตไปจำหน่ายเอง ซึ่งช่องทางการจำหน่ายผลผลิตยาง ได้แก่ 1) ตลาดกลางยางพารา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีตลาดกลางยางพารา 2 แห่ง คือตลาดกลางยางพาราหนองคาย และตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์

ซึ่งตลาดกลางเป็นจุดที่ให้บริการในด้านการซื้อ-ขาย 2) ตลาดเครือข่ายยางพารา เป็นตัวกลางระหว่างเกษตรกรและพ่อค้า เปิดโอกาสให้ชาวสวนยางที่อยู่ในที่ห่างไกลมีโอกาสขายยางในระบบตลาดกลาง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีเครือข่าย 1 แห่ง ที่ อำเภอเชกา จังหวัดบึงกาฬ และสำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ จัดตั้งระบบตลาดเครือข่ายตลาดกลางฯ 1 แห่ง ที่กลุ่มภูผอยลุม วิสาหกิจยางพารา ตำบลคอแสน อำเภอบุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี 3) ตลาดประมูลยางท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสวนยาง (สกย.) เข้ามาเพื่อเป็นพี่เลี้ยงให้กับกลุ่มในการกำหนดมาตรฐานการรับซื้อจากเกษตรกร และ 4) ตลาดท้องถิ่น เกษตรกรนำยางแผ่นดิบหรือยางก้อนถ้วยไปจำหน่ายให้กับกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นหรือพ่อค้ารวบรวมในท้องที่ ณ จุดรับซื้อหรือร้านรับซื้อขาย

5.3 ระบบตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ระบบตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกษตรกรนำยางพาราไปขายยังตลาดประมูลท้องถิ่นร้อยละ 76.57 ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของระบบตลาดที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นที่โดยวิธีการประมูล ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างไปจากทางภาคใต้ ซึ่งจะมีลักษณะขายให้กับพ่อในท้องถิ่นโดยตรงโดยไม่ผ่านวิธีการประมูลสินค้าแต่อย่างใด ซึ่งเป็นจุดเด่นของการตลาดทางภาคใต้ อีกทั้งเกษตรกรชาวสวนยางมีพื้นที่ปลูกต่อครัวเรือนสูงขนาดธุรกิจปานกลางถึงขนาดใหญ่ และอีกทั้งเกษตรกรในภาคใต้สามารถพึ่งพาตัวเองได้จากผลผลิตที่ตนมี จึงสามารถที่จะสามารถอำนาจการต่อรองทางด้านการตลาดกับพ่อค้ารับซื้อได้อีกด้วย ซึ่งปริมาณยางพาราในเขตภาคใต้มีมากกว่าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นระบบตลาดประมูลในท้องถิ่นจึงไม่พบมากนัก การซื้อขายผ่านระบบตลาดประมูลท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือพ่อค้าที่เข้ามาทำการประมูลก็จะเป็นทั้งพ่อค้ารายย่อยไปจนถึงพ่อค้ารายใหญ่หรือเป็นตัวแทนของโรงงานเข้ามาเป็นผู้ประมูลยางในแต่ละครั้ง การซื้อขายในตลาดประมูลยางท้องถิ่นจะขายทั้งในรูปยางก้อนถ้วยและยางแผ่น กระบวนการในการซื้อขายมีขั้นตอนคล้ายคลึงกัน จะต่างก็เพียงแต่การขายยางก้อนถ้วยที่ต้องนำยางมาพักไว้ ณ จุดรับซื้อ 1 คืน เพื่อลดปริมาณความชื้นในยางก้อนถ้วย เท่านั้น การจัดการการส่งมอบมีลักษณะเช่นเดียวกัน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วใน บทที่ 4 และอีกร้อยละ 23.43 เกษตรกรจะนำผลผลิตที่ได้ไปขายเองยังพ่อค้าท้องถิ่นที่เปิดจุดรับซื้อยาง ซึ่งไม่ได้อยู่ในการดูแลของ สกย. เป็นการรับซื้อของพ่อค้าเพื่อนำยางไปขาย ณ จุด ประมูลในตลาดกลาง การที่เกษตรกรนำยางไปขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่นนั้น เพื่อนำเงินมาใช้จ่ายเฉพาะหน้าหรือเกิดการขัดสนทางการเงิน จำเป็นที่จะต้องนำยางไปขายแม้จะได้ราคาต่ำกว่าราคากลางของตลาดประมูลท้องถิ่น 1-2 บาท แต่ก็ห่างกันไม่มาก ขึ้นอยู่กับปริมาณความชื้นของเน้อยาง และเป็นเหตุทำให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบทางด้านราคา พ่อค้าท้องถิ่นที่สามารถที่จะกดราคารับซื้อได้ เกษตรกรจึงได้รับราคาที่ต่ำกว่ายุติธรรม อีกทั้งยังมีการค้าขายในระบบตลาดกลางยางพาราและตลาดเครือข่ายเพื่อเพิ่ม

ศักยภาพและประสิทธิภาพของตลาดให้มีความเข้มแข็ง การค้าผ่านระบบตลาดกลางเป็น การซื้อขายโดยผ่านวิธีประมูล โดยพ่อค้าที่เข้ามาประมูลในตลาดกลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้ารายย่อยหรือยี่ปั้วของโรงงานแม่ข่ายที่เข้ามาทำการประมูลราคาขายในแต่ละ ครั้ง เนื่องจากการค้าผ่านระบบตลาดกลางจะรับซื้อในรูปแบบของยางแผ่นดิบ ซึ่งขัดกับการซื้อ ขายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผลิตยางก้อนขยา จึงทำให้ปริมาณผู้ที่นำยางแผ่นไปขายใน ตลาดกลางยังมีปริมาณน้อยค่อนข้างน้อย เกษตรกรผู้ที่นำยางมาขายจะมีขนาดของธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันพื้นที่ปลูกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วก่อนหน้านี้ จึงทำให้มีการขายเครือข่ายของตลาดกลางออกไปยังพื้นที่ ห่างไกล ที่เกษตรกรไม่สามารถนำยางมาขายยังตลาดกลางได้ การจัดตั้งตลาดกลางและตลาด เครือข่ายขึ้นเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในเรื่องราคาให้ได้รับความเป็นธรรมโดยมิให้เกษตรกรถูก เอาจัดเอาเปรียบจากพ่อค้า อีกทั้งจัดระบบระเบียบมาตรฐานยางให้เป็นที่ต้องการของโรงงาน เพื่อสร้างคุณภาพของยางของไทยให้ดี

5.4 ข้อเสนอแนะด้านการตลาด

1. หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนควรมีการสนับสนุนเงินทุน เพื่อจัดกองทุนสำรอง จ่ายให้กับสถาบันเกษตรกรที่กำลังพัฒนาเพื่อที่จะนำผลผลิตมาจำหน่ายผ่านตลาดประมูล ห้างถื่น เพื่อไม่ต้องรอรับเงินจากพ่อค้าโดยตรง ซึ่งพ่อค้าอาจจะบิดพลิ้วหรือกดราคาเกษตรกร ได้ และควรเข้ามาให้คำแนะนำส่งเสริมชี้แนะแนวทางต่าง ๆ รวมไปถึงข้อมูลข่าวสารการตลาด ให้กับเกษตรกรและพ่อค้าอย่างพาราในระดับท้องที่ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของบุคคลดังกล่าว ด้วย เพื่อให้มีการซื้อขายยางในราคาที่เหมาะสม ถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้การ ดำเนินกิจกรรมการซื้อขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรมทั้งสองฝ่าย เพื่อ นำไปสู่การพัฒนาตลาดที่ยั่งยืนและมั่นคงต่อไป

2. หน่วยงานของรัฐควรมีนโยบายประกันราคาขายพารา ส่งเสริมการตลาด และให้ ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการและกระบวนการผลิต มีการส่งเสริมให้มีการปลูกยางพาราใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งให้ค่าชดเชยเมื่อเกิดภัยธรรมชาติ รวมถึงการพยากรณ์ที่ แม่นยำ เพื่อให้เกษตรกรได้วางแผนการผลิตที่เหมาะสมได้

3. ควรจัดตั้งโรงงานแปรรูปยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควันในพื้นที่ให้มากขึ้น เพื่อปรับ พหุติกรรมของเกษตรกรให้ผลิตยางแผ่นดิบมากขึ้น เนื่องจากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี โรงงานแปรรูปยางแห่งหลายแห่ง ทำให้เกษตรกรผลิตยางแผ่นและส่งผลผลิตเข้าสู่ตลาดกลาง ยางพาราในปริมาณน้อย

4. หากไม่สามารถพัฒนาผลผลิตยางแผ่นให้ทัดเทียมกับภาคใต้ อาจเปลี่ยนเป้าหมาย มาเป็นผู้นำด้านตลาดยางก้อนถ้วยในอนาคต เนื่องจากเกษตรกรยังมีความเข้าใจในการผลิตยาง แผ่นและกระบวนการจำหน่ายผ่านระบบตลาดกลางและตลาดเครือข่ายค่อนข้างน้อย ทำให้การ

พัฒนาตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นไปได้อย่างไม่เต็มที่ ซึ่งปัจจุบันตลาดเครือข่ายประสบผลสำเร็จเพียงร้อยละ 30-40 เท่านั้น

5. การพัฒนาตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เป็นส่วนหนึ่งในการเข้าร่วมกำหนดราคารับซื้อของประเทศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของระบบตลาดและดึงดูดพ่อค้าที่ต้องการเข้ามาลงทุนในประเทศให้มากขึ้น เนื่องจากไทยยังไม่มีตลาดกลางที่เป็นสากล ทำให้ราคารายของตลาดโลกมีอิทธิพลต่อราคารายในประเทศสูง ซึ่งมักสะท้อนราคาที่ไม่เป็นความจริง ซึ่งมีผลต่อราคารับซื้อของราคาตลาดกลางในภาคอีสานที่จะต้องลดหย่อนตลาดต้นทุนทางกลางตลาด

การพัฒนาตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในระบบ เนื่องจากจุดเด่นของภาคอีสานอาศัยตลาดมูลเป็นจุดค้าขายยาง ดังนั้นการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อช่วยให้เกษตรกร มีความสามารถในการต่อรองทางด้านการตลาดกับพ่อค้าได้ เนื่องจากเกษตรกรในภูมิภาคนี้มีขนาดธุรกิจสวนยางขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่และมีในระดับปานกลาง การจัดตั้งกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถสร้างศักยภาพของตลาดประมูลท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จะต้องอาศัยหน่วยงานของทางภาครัฐที่เข้ามาให้การสนับสนุนดูแลเป็นพี่เลี้ยง จัดสรรเงินทุนเพื่อให้กลุ่มได้สามารถนำเงินทุนนั้นมาเพื่อปรับสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียนนั้นได้ ซึ่งคิดอัตราดอกเบี้ยทดแทนในอัตราที่ต่ำกว่าห้องตลาดเพื่อให้กลุ่มสามารถสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาไปสู่ระบบตลาดที่มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับภูมิภาคอื่นได้

บรรณานุกรม

- จิรากร โกศัยเสวี. (มปป.). การพัฒนาตลาดยางท้องถิ่นเพื่อปรับปรุงคุณภาพและราคา. สถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตร.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2555). สกย.ลุยส่งเสริมยาง 3 แสนไร่ปี55. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2555, จาก http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=113839:355&catid=87:2009-02-08-11-23-26&Itemid=423.
- ณัฐวุฒิ ชาวเหนือ. (มปป.). ชีวิตใหม่เกษตรกรชาวบึงกาฬ. ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2555, จาก <http://www.komchadluek.net/detail/>.
- ดิลก แสงแก้ว. (2546). การจัดการการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในจังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้รับการตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์ และคณะ. (2552). โครงการวิจัยประเมินศักยภาพเชิงบูรณาการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมในประเทศไทย.
- ไทยพับลิก้า. (2556). เมื่อคนวงในชำแหละเบื้องหลังการดูแล “ราคายางตกต่ำ” จะคำนวณจาก “ต้นทุน” หรือ “ความคาดหวัง”. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก <http://thaipublica.org/2013/01/rubber-pricing-strategy/>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2554). ยางพารา : พี่เศรษฐกิจมาแรงของอีสาน. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/Northeast/Research/DocLib_Research/RubberEsan%20_20-12-2011.pdf.
- มณีสร อนันตะ สุกัลยา ศิริพงษ์กุล และสมจิตต์ ศิรินมาศ. (2552-2553). รูปแบบการซื้อขายยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สำนักงานตลาดกลางยางพาราสงขลา และสำนักงานตลาดกลางยางพาราสุราษฎร์ธานี สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- พัชรินทร์ ศรีวารินทร์ และจุมพฏ สุขเกื้อ (2551). ศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของผู้ประกอบยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ส่วนเศรษฐกิจการยางสถาบันวิจัยยาง.
- รณชัย ดาวดวง. (2554). รายงานประจำปี 2554. สำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- วิชชุดา ชุ่มมี. (2555). จับตาดูอนาคตยางพาราไทยสดใสแค่ไหน?. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.scbsme.com/th/business-knowledge/business/374/>.

- ศูนย์พัฒนาความรู้การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า. (2551). โครงสร้างตลาดยางพาราของไทย. ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2555, จาก http://www.aftc.or.th/itc/products_analyze.php?id=137&fgrp_id=1&fmnu_id=3.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). โอกาสยางพาราไทยในตลาดโลก. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก <http://xn--12cl6bpz6b9ayddw.com/%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%87/>.
- สถานการณ์ยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. (2554). ยางพารา. 32(4), 40-41.
- สถานการณ์ไม้ยางพาราของไทย. (2555). ยางพารา. 33(3), 4-9.
- สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร. (2549). ใคร?เปิดประตูการพัฒนายางอีสาน. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2555, จาก http://www.rubberthai.com/news/newsinfo/2549/news_Dec49/news_1901.htm.
- สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร. (2554). ยางพาราในประเทศไทย. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.rubberthai.com/rubberthai>.
- สถาบันวิจัยยาง. (2555). ความสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมของยางพารา. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก http://www.baanjomayut.com/library_2/extension-3/rubber_tree/02.html.
- สถาบันวิจัยยาง. (2555). พื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2555, จาก http://www.rubberthai.com/statistic/stat_index.htm.
- สถาบันวิจัยยาง. (2555). ผลผลิตยางธรรมชาติแยกตามประเภทของไทย. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก http://www.rubberthai.com/statistic/stat_index.htm.
- สถาบันวิจัยยาง. (2556). ราคาประมูลและปริมาณที่ซื้อขาย ณ ตลาดกลางยางพารา. ค้นเมื่อ 3 มกราคม 2556, จาก http://www.rubberthai.com/price/price_index.htm.
- สถาบันวิจัยยางพาราไทย, 2556. สถิติการปลูกยางพาราไทย. ค้นเมื่อ 31 มกราคม 2556, จาก http://www.rubberthai.com/statistic/stat_index.htm.
- สมาคมยางพาราไทย. (2554). ข่าวสมาคมยางพาราไทย. 17(7-8), 10-15.
- สมาคมยางพาราไทย. (2554). ข่าวสมาคมยางพาราไทย. 17(10), 6-13.
- สมาคมยางพาราไทย. (2555). ข่าวสมาคมยางพาราไทย. 18(9), 11-19.
- สมาคมยางพาราไทย. (2554). สถิติยางโลก. ค้นเมื่อ 2 มกราคม 2556, จาก <http://www.thainr.com/th/?detail=stat-world>.
- สมาคมยางพาราไทย. (2554). สถิติยางโลก. ค้นเมื่อ 2 มกราคม 2556, จาก <http://www.thainr.com/th/?detail=stat-thai>.
- สมาคมยางพาราไทย. (2555). ความร่วมมือด้านยางพาราระหว่างไทย มาเลเซีย และ อินโดนีเซีย. ค้นเมื่อ 2 มกราคม 2556, จาก http://www.thainr.com/th/message_detail.php?MID=178.
- สำนักงานกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). ค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2556

- จาก <http://www.rubber.co.th/surin/marketwork.htm>.
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. (2555). *องค์กรที่เกี่ยวข้องกับยางพารา*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.oae.go.th/main.php?filename=monthlyprice>.
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. (มปป.). *บทบาทหน้าที่และภารกิจของ สกย.*. ค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2555, จาก http://www.rubber.co.th/office_1b.html.
- สำนักงานตลาดกลางยางพารา. (มปป.). *บทบาทของตลาดกลางยางพาราสู่การพัฒนาตลาดยาง*. สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร
- สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคายและบุรีรัมย์. (2554). *รายงานประจำปี*. สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2555). *ราคาสินค้าเกษตร*. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.oae.go.th/main.php?filename=monthlyprice>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2555). *ราคาสินค้าเกษตร*. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.oae.go.th/main.php?filename=monthlyprice>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2555). *สถานการณ์สินค้าที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2556*. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2556, จาก http://www.oae.go.th/ewtadmin/ewt/oae_web/download/journal/trends2556.pdf.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2555). *ผลพยากรณ์การผลิตยางพารา ปี 2555*. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2556, จาก http://www2.oae.go.th/mis/Forecast/05_MAR2555/Thai/situation/sit_t_16.htm.
- สุภาภรณ์ พวงชมพู และเพียรศักดิ์ ภักดี. (2554). *กลยุทธ์การจัดการผลิตและการตลาดของเกษตรกรแปรรูปยางแผ่นดิบในภาคตะวันออกเชิงเหนือ*. ขอนแก่น: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุวิทย์ รัตนพงษ์ และคณะ. (2555). *111 ปี วิถีตลาดยางไทย จากพ่อค้าสู่ตลาดกลางยางพาราระดับโลก*. วารสารยางพารา ฉบับอิเล็กทรอนิกส์ 8 มกราคม-มีนาคม 2555.
- สมจิตต์ ศิขรินมาศ สุขุม แก้วกลับ สุชาติ ช่วยชูกุล และสมศักดิ์ คงสุข. *การพัฒนาตลาดยางพาราและเครือข่าย The Development of central Rubber Market and Network Market*. กรมวิชาการเกษตร
- สมจิตต์ ศิขรินมาศ สุขุม แก้วกลับ สุชาติ ช่วยชูกุล และสมศักดิ์ คงสุข. (2552). *กระบวนการซื้อขายยางแผ่นดิบและยางก้อนผ่านตลาดกลางยางพาราและตลาดเครือข่าย*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.mu-healthcarelogistics.org/para_esan.php.
- สมจิตต์ ศิขรินมาศ. (2550). *ตลาดยางพารา*. เอกสารประกอบการฝึกอบรมพนักงานบรรจุใหม่ สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง.

- สมจิตต์ ศิขรินมาศ (2553). *ระบบตลาดยางพารา*. เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตร"การบริหารและจัดการตลาดยาง"สำนักงานตลาดกลางยางพาราสงขลา.
- สมมาต แสงประดับ และคณะ. (2554). *ระบบการจัดการโลจิสติกส์ยางพาราในภาคใต้*. สำนักงานตลาดกลางยางพาราสุราษฎร์ธานีและนครศรีธรรมราช สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.
- สมมาต แสงประดับ และคณะ. (2554). *ห่วงโซ่อุปทานยางพาราในภาคเหนือ*. สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.
- สมมาต แสงประดับ และคณะ. (2554). *ห่วงโซ่อุปทานยางพาราภาคตะวันออก*. สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.
- อนุสรณ์ แรมลี. (2553). *รายงานประจำปี 2553*. สำนักงานตลาดกลางยางพาราหนองคาย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- องค์การสวนยาง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2554). *โครงการพัฒนาตลาดและแปรรูปยางเพื่อเพิ่มมูลค่าตามนโยบายของรัฐบาล*. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.reothai.co.th/Project/2554/Pro04.html>.

ภาคผนวก

ตาราง

ตารางที่ 1 ผลผลิตยางพาราของไทย จำแนกตามประเภท ปี 2543-2554

หน่วย : ตัน

ปี	ยางแผ่น รมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางผสม	อื่น ๆ	รวม	%YOY
2543	1,055,900	868,200	350,975	9,700	61,712	2,346,487	-
2544	951,015	869,830	440,714	5,790	52,200	2,319,549	-1.15
2545	1,111,420	940,400	470,800	6,984	85,500	2,615,104	12.74
2546	1,225,170	1,029,600	494,675	37,100	89,460	2,876,005	9.98
2547	1,104,180	1,134,030	590,890	86,544	68,649	2,984,293	3.77
2548	1,005,700	1,240,265	585,300	36,715	69,178	2,937,158	-1.58
2549	1,028,930	1,192,055	697,980	138,163	79,865	3,136,993	6.80
2550	957,337	1,218,326	663,926	151,437	64,979	3,056,005	-2.58
2551	973,243	1,282,036	587,047	154,485	92,910	3,089,751	1.10
2552	837,294	1,058,892	703,817	487,160	77,216	3,164,379	2.42
2553	813,033	1,235,802	552,841	520,355	130,104	3,252,135	2.77
2554	892,249	1,455,094	713,804	428,276	79,610	3,569,033	9.74
GR	-1.52	4.81	6.67	41.10	2.34	3.89	-

ที่มา : สถาบันวิจัยยางพารา, GR เฉลี่ย ปี 2543-2554

ตารางที่ 2 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีตได้ ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของยางพาราไทย ปี 2531-2554

ปี	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่กรีตได้ (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2531	7,571,206	5,859,213	796,911	136
2532	7,901,534	6,168,464	947,547	154
2533	8,181,825	6,520,494	1,058,183	162
2534	8,600,617	6,861,470	1,162,242	169
2535	8,920,736	7,205,458	1,380,988	192
2536	9,279,829	7,571,124	1,505,832	199
2537	9,630,300	7,809,177	1,629,512	209
2538	9,921,084	7,977,245	1,693,078	212
2539	10,142,523	8,190,023	1,802,338	220

ตารางที่ 2 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีดยังได้ ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของยางพาราไทย ปี 2531-2554 (ต่อ)

ปี	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่กรีดยังได้ (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2540	10,544,840	8,403,162	1,890,072	225
2541	11,024,346	8,665,068	1,943,124	224
2542	11,457,921	8,950,522	2,048,156	229
2543	11,650,733	9,137,973	2,278,653	249
2544	12,144,471	9,399,647	2,522,508	268
2545	12,429,594	9,711,027	2,633,124	271
2546	12,619,350	10,004,112	2,860,093	286
2547	12,953,573	10,349,941	3,006,720	291
2548	13,608,757	10,569,366	2,979,722	282
2549	14,355,378	10,893,098	3,070,520	282
2550	15,362,346	11,042,811	3,022,324	274
2551	16,716,945	11,371,889	3,166,910	278
2552	17,254,317	11,600,447	3,090,280	266
2553	18,095,028	12,058,237	3,051,781	253
2554	18,461,231	12,765,636	3,348,897	262
GR	3.95	3.44	6.44	2.89

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, GR เฉลี่ย ปี 2531-2554

ตารางที่ 3 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีดยังได้ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ จำแนกรายภาค ปี 2554

ภาค	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่กรีดยังได้ (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อ ไร่(กก.)
ภาคเหนือ	867,402	192,699	42,836	222
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3,477,303	1,425,172	353,923	248
ภาคกลาง	2,209,644	1,459,323	416,213	285
ภาคใต้	11,906,882	9,688,442	2,535,925	262
รวมทั้งประเทศ	18,461,231	12,765,636	3,348,897	262

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 4 เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย จำแนกรายจังหวัด ปี 2551-2554

หน่วย : ไร่

จังหวัด	ปี2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
1.เชียงราย	92,851	118,885	237,025	240,364
2.พะเยา	81,473	121,520	124,685	124,942
3.ลำปาง	25,866	27,597	29,332	29,332
4.ลำพูน	8,865	9,397	9,911	9,911
5.เชียงใหม่	32,927	33,465	33,349	33,417
6.แม่ฮ่องสอน	2,286	3,228	3,906	3,906
7.ตาก	18,578	19,014	19,284	19,762
8.กำแพงเพชร	32,784	34,235	35,855	36,591
9.สุโขทัย	19,906	21,390	22,102	22,444
10.แพร่	17,636	18,552	19,010	20,615
11.น่าน	47,728	54,620	59,310	66,588
12.อุดรดิตถ์	18,025	19,340	19,719	19,719
13.พิษณุโลก	145,328	152,768	158,918	159,690
14.พิจิตร	1,896	2,154	2,387	2,459
15.นครสวรรค์	7,982	9,391	10,494	12,383
16.อุทัยธานี	21,878	22,497	25,719	28,291
17.เพชรบูรณ์	24,569	25,759	29,582	36,988
รวมภาคเหนือ	600,578	693,812	840,588	867,402
1.เลย	382,497	427,083	461,968	475,827
2.หนองบัวลำภู	94,288	98,136	108,435	110,604
3.อุดรธานี	295,000	315,049	325,866	332,383
4.หนองคาย	637,824	648,973	838,290	208,135
5.บึงกาฬ	-	-	-	626,819
6.สกลนคร	171,665	182,531	205,269	210,401
7.นครพนม	140,517	148,158	178,151	181,714
8.มุกดาหาร	110,000	131,067	135,203	136,083
9.ยโสธร	49,657	57,106	63,812	70,198
10.อำนาจเจริญ	42,418	44,539	47,458	52,222
11.อุบลราชธานี	168,523	177,151	183,839	202,223

ตารางที่ 4 เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย จำแนกรายจังหวัด ปี 2551-2554 (ต่อ)

หน่วย : ไร่

จังหวัด	ปี2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
12.ศรีสะเกษ	176,096	189,866	192,673	231,208
13.สุรินทร์	90,686	93,017	94,348	103,094
14.บุรีรัมย์	178,331	189,138	194,651	210,223
15.มหาสารคาม	3,881	4,580	5,314	5,360
16.ร้อยเอ็ด	24,657	27,123	30,021	33,023
17.กาฬสินธุ์	137,398	144,268	147,848	155,240
18.ขอนแก่น	38,507	44,283	47,604	52,364
19.ชัยภูมิ	31,431	34,574	37,167	39,025
20.นครราชสีมา	25,833	27,455	28,539	41,157
รวมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,799,209	2,984,097	3,326,456	3,477,303
1.สระบุรี	678	392	871	657
2.ลพบุรี	392	678	678	871
3.สุพรรณบุรี	1,200	2,100	2,415	2,462
4.ปราจีนบุรี	11,539	16,167	20,613	20,888
5.ฉะเชิงเทรา	116,896	122,112	125,653	126,224
6.สระแก้ว	18,511	30,543	31,547	35,635
7.จันทบุรี	463,799	470,234	476,192	484,180
8.ตราด	250,031	257,566	268,169	288,145
9.ระยอง	701,732	718,607	744,708	746,070
10.ชลบุรี	185,757	189,043	193,188	196,130
11.กาญจนบุรี	97,206	102,180	131,000	132,400
12.ราชบุรี	14,077	15,026	23,900	22,812
13.เพชรบุรี	7,300	8,760	9,855	9,900
14.ประจวบคีรีขันธ์	108,342	130,010	142,793	143,270
รวมภาคกลาง (ภาคตะวันออก)	1,977,460	2,063,418	2,171,582	2,209,644
1.ชุมพร	464,662	465,664	477,057	490,923
2.ระนอง	150,529	157,716	182,003	179,793
3.สุราษฎร์ธานี	1,871,907	1,900,561	1,929,778	1,921,698
4.พังงา	757,025	791,037	804,943	793,618

ตารางที่ 4 เนื้อที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย จำแนกรายจังหวัด ปี 2551-2554 (ต่อ)

หน่วย : ไร่

จังหวัด	ปี2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
5.ภูเก็ต	91,787	89,986	88,838	88,223
6.กระบี่	625,231	627,265	634,489	622,145
7.ตรัง	1,310,188	1,332,412	1,365,210	1,383,414
8.นครศรีธรรมราช	1,447,643	1,469,569	1,474,017	1,484,084
9.พัทลุง	538,477	548,407	569,675	602,594
10.สงขลา	1,444,302	1,461,249	1,518,500	1,573,621
11.สตูล	290,019	300,014	315,600	337,127
12.ปัตตานี	295,185	302,344	309,246	325,199
13.ยะลา	1,046,872	1,060,920	1,079,196	1,096,594
14.นราธิวาส	1,005,871	1,005,846	1,007,850	1,007,849
รวมภาคใต้	11,339,698	11,512,990	11,756,402	11,906,882
รวมทั้งประเทศ	16,716,945	17,254,317	18,095,028	18,461,231

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 5 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีตได้ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2534-2554

ปี	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่กรีตได้ (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2534	52,963	264	17	64
2535	86,138	464	35	75
2536	128,429	5,111	286	56
2537	183,293	18,658	1,775	95
2538	248,777	30,660	4,140	135
2539	275,339	52,963	8,790	166
2540	315,982	86,138	14,471	168
2541	334,109	128,429	22,268	173
2542	360,433	183,293	34,552	189
2543	397,791	248,777	53,321	214
2544	474,467	275,226	64,205	233

ตารางที่ 5 เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่กรีดยังได้ ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2534-2554 (ต่อ)

ปี	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่กรีดยังได้ (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2545	542,595	315,713	74,084	235
2547	735,706	360,058	94,229	262
2548	1,004,136	379,277	95,705	252
2549	1,539,623	456,066	117,303	257
2550	2,143,206	524,155	136,128	260
2551	2,799,209	569,668	154,917	272
2552	2,984,097	690,410	198,436	287
2553	3,326,456	932,679	230,504	247
2554	3,477,303	1,425,172	353,923	248
GR	24.64	57.19	68.77	7.39

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, GR เฉลี่ย ปี 2534-2554

ตารางที่ 6 เนื้อที่ปลูกยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกรายจังหวัด ปี 2551-2554

หน่วย : ไร่

จังหวัด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
1. บึงกาฬ	-	-	-	626,819
2. หนองคาย	637,824	648,973	838,290	208,135
3. เลย	382,497	427,083	461,968	475,827
4. อุดรธานี	295,000	315,049	325,866	332,383
5. สกลนคร	171,665	182,531	235,269	210,401
6. นครพนม	140,517	148,158	178,151	181,714
7. กาฬสินธุ์	137,398	144,268	147,848	155,240
8. มุกดาหาร	110,000	131,067	135,203	136,083
9. หนองบัวลำภู	94,288	98,136	108,435	110,604
10. ขอนแก่น	38,507	44,283	47,604	52,364
11. ร้อยเอ็ด	24,657	27,123	30,021	33,023

ตารางที่ 6 เนื้อที่ปลูกยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกรายจังหวัด ปี 2551-2554 (ต่อ)

หน่วย : ไร่

จังหวัด	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554
12. มหาสารคาม	3,881	4,580	5,314	5,360
รวมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	2,036,234	2,171,251	2,513,969	2,527,953
13. ศรีสะเกษ	176,096	189,866	192,673	231,208
14. บุรีรัมย์	178,331	189,138	194,651	210,223
15. อุบลราชธานี	168,523	177,151	189,839	202,223
16. สุรินทร์	90,686	93,017	94,348	103,094
17. ยโสธร	49,657	57,106	63,812	70,198
18. อำนาจเจริญ	42,418	44,539	47,458	52,222
19. ชัยภูมิ	31,431	34,574	37,167	39,025
20. นครราชสีมา	25,833	27,455	28,539	41,157
รวมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	762,975	812,846	848,487	949,350
รวมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,799,209	2,984,097	3,362,456	3,477,303

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 7 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบของไทย ปี 2543-2554

หน่วย : บาท

ปี	ต้นทุนผันแปร	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวมต่อไร่	ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม
2543	3,738.77	904.66	4,643.43	19.11
2544	4,146.37	1,093.38	5,239.75	20.39
2545	5,226.61	1,334.63	6,561.24	24.21
2546	6,654.76	1,334.63	7,989.39	27.93
2547	6,324.17	1,697.15	8,021.32	27.66
2548	6,862.24	1,697.15	8,559.39	30.35
2549	7,482.80	1,697.15	9,179.95	32.55
2550	7,803.37	1,713.60	9,516.97	34.73
2551	8,979.10	2,056.73	11,035.83	39.70

ตารางที่ 7 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบของไทย ปี 2543-2554 (ต่อ)

หน่วย : บาท

ปี	ต้นทุนผันแปร	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวมต่อไร่	ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม
2552	8,963.46	2,068.29	11,031.75	41.47
2553	8,851.54	2,070.89	10,922.43	43.17
2554	11,016.91	2,719.93	13,736.84	52.43
GR	10.32	10.53	10.36	9.61

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, GR เฉลี่ย ปี 2543-2554

ตารางที่ 8 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบ จำแนกรายภาค ปี 2550-2554

หน่วย : บาท

ปี	ต้นทุนผันแปร	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวมต่อไร่	ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม
ภาคเหนือ				
2550	4,657.46	1,573.12	6,230.58	24.92
2551	5,425.18	1,885.39	7,310.57	29.13
2552	5,411.53	1,898.54	7,310.07	28.67
2553	5,315.39	1,908.67	7,224.06	31.55
2554	6,507.76	2,540.69	9,048.45	40.76
GR	8.72	12.73	9.78	13.09
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
2550	5,169.85	1,686.93	6,856.78	26.37
2551	6,043.52	2,023.71	8,067.23	29.66
2552	6,026.40	2,035.71	8,062.11	28.09
2553	5,912.13	2,040.17	7,952.30	31.81
2554	7,237.70	2,687.40	9,925.10	40.02
GR	8.78	12.35	9.69	10.99
ภาคกลาง				
2550	6,528.83	1,656.36	8,185.19	29.03
2551	7,447.43	1,986.72	9,434.15	32.99
2552	7,441.70	1,998.70	9,440.40	34.96

ตารางที่ 8 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบ จำแนกรายภาค ปี 2550-2554 (ต่อ)

หน่วย : บาท

ปี	ต้นทุนผันแปร	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวมต่อไร่	ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม
2553	7,380.27	2,003.70	9,383.97	34.25
2554	9,214.20	2,641.91	11,856.11	41.60
GR	8.99	12.38	9.71	9.41
ภาคใต้				
2550	8,035.20	1,720.87	9,756.07	35.74
2551	9,249.86	2,065.64	11,315.50	40.70
2552	9,233.18	2,077.14	11,310.32	42.84
2553	9,115.71	2,079.41	11,195.12	44.60
2554	11,346.56	2,729.72	14,076.28	53.73
GR	9.01	12.23	9.60	10.73

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, GR เฉลี่ย ปี 2550-2554

ตารางที่ 9 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบแห้ง จำแนกรายภาค ปี 2554

หน่วย : บาท/ไร่

รายการ	ประเทศ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้
ต้นทุนผันแปร	11,016.91	6,507.76	7,237.70	9,214.20	11,346.56
ต้นทุนคงที่	2,719.93	2,540.69	2,687.40	2,641.91	2,729.72
ต้นทุนรวมต่อไร่	13,736.84	9,048.45	9,925.10	11,856.11	14,076.28
ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม	52.43	40.76	40.02	41.60	53.73
ราคาขาย ณ ไร่นา (บาท/กก.)	124.16	121.28	122.11	124.65	124.16
ผลตอบแทนต่อไร่	32,529.92	26,924	30,283	35,525	32,530
ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่	18,793.08	17,876	20,358	23,669	18,454
ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม	71.73	80.52	82.09	83.05	70.43

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตารางที่ 10 ผลตอบแทนการผลิตยางแผ่นดิบของไทย ปี 2543-2554

หน่วย : บาท

ปี	ผลตอบแทนต่อไร่	ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่	ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม
2543	5,231.79	588.36	2.42
2544	5,273.64	33.89	0.13
2545	7,503.99	942.75	3.48
2546	10,799.36	2,809.97	9.83
2547	12,797.70	4,776.38	16.47
2548	15,107	6,547.35	23.22
2549	18,680	9,499.73	33.69
2550	18,878.60	9,361.63	34.17
2551	20,477.48	9,441.65	33.96
2552	15,553	4,521.27	17.00
2553	25,998	15,075.85	59.59
2554	32,529.92	18,793.08	71.73
GR	18.07	37.01	36.08

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, GR เฉลี่ย ปี 2543-2554

ตารางที่ 11 ผลตอบแทนการผลิตยางแผ่นดิบ จำแนกรายภาค ปี 2550-2554

หน่วย : บาท

ปี	ผลตอบแทนต่อไร่	ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่	ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม
ภาคกลาง			
2550	17,225.00	10,994.42	43.98
2551	18,488.66	11,178.09	44.53
2552	14,858.85	7,548.78	29.60
2553	23,532	16,308	71.21
2554	26,924	17,876	80.52
GR	11.81	12.92	16.32

ตารางที่ 11 ผลตอบแทนการผลิตยางแผ่นดิบ จำแนกรายภาค ปี 2550-2554 (ต่อ)

หน่วย : บาท

ปี	ผลตอบแทนต่อไร่	ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่	ผลตอบแทนสุทธิต่อ กิโลกรัม
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			
2550	17,786.60	10,929.82	42.04
2551	20,957.60	12,890.37	47.39
2552	16,798.11	8,736.00	30.44
2553	25,000	17,048	68.19
2554	30,283	20,358	82.09
GR	14.23	16.82	18.21
ภาคกลาง			
2550	18,961.68	10,776.49	38.21
2551	21,398.52	11,964.37	41.83
2552	15,435.90	5,995.50	22.21
2553	27,674	18,290	66.75
2554	35,525	23,669	83.05
GR	16.99	21.74	21.42
ภาคใต้			
2550	18,845.19	9,089.12	33.29
2551	20,535.86	9,220.36	33.17
2552	15,420.24	4,109.92	15.57
2553	25,853	14,658	58.40
2554	32,530	18,454	70.43
GR	14.62	19.37	20.60

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, GR เฉลี่ย ปี 2550-2554

ตารางที่ 12 ราคายางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554

ราคายางพาราท้องถิ่น (บาท)							
ปี	เดือน	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่นดิบ กึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY	ยางก้อน ถ้วย	ยางก้อน ถ้วยกึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY
2544	ม.ค.-44	23.52	24.31	-	10.08	10.28	-
	ก.พ.-44	22.33	22.51	-	10.51	10.41	-
	มี.ค.-44	21.24	20.26	-	9.37	8.94	-
	เม.ย.-44	22.63	22.46	-	9.62	9.89	-
	พ.ค.-44	24.44	23.81	-	10.44	10.52	-
	มิ.ย.-44	24.62	22.89	-	10.40	10.30	-
	ก.ค.-44	22.95	22.64	-	10.23	10.32	-
	ส.ค.-44	21.77	21.40	-	9.94	9.82	-
	ก.ย.-44	19.97	20.19	-	9.19	8.86	-
	ต.ค.-44	19.71	19.89	-	8.96	8.76	-
	พ.ย.-44	18.80	19.67	-	8.91	8.89	-
	ธ.ค.-44	16.59	18.00	-	7.73	8.37	-
	เฉลี่ย	21.55	21.5	-	9.62	9.61	-
2545	ม.ค.-45	20.52	21.34	-12.23	9.05	9.27	-9.84
	ก.พ.-45	23.08	23.32	3.59	9.64	9.56	-8.21
	มี.ค.-45	24.48	23.42	15.61	10.71	10.23	14.47
	เม.ย.-45	24.27	24.04	7.04	11.04	11.28	14.05
	พ.ค.-45	25.30	24.61	3.38	11.18	11.23	6.77
	มิ.ย.-45	32.65	30.33	32.49	13.09	12.95	25.78
	ก.ค.-45	29.25	28.71	26.85	13.87	13.97	35.31
	ส.ค.-45	31.02	30.53	42.66	15.05	14.92	51.97
	ก.ย.-45	31.02	31.26	54.83	16.58	16.04	80.99
	ต.ค.-45	30.66	30.87	55.21	16.12	15.76	79.91

ตารางที่ 12 ราคายางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554 (ต่อ)

ราคายางพาราท้องถิ่น (บาท)							
ปี	เดือน	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่นดิบ กึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY	ยางก้อน ถ้วย	ยางก้อน ถ้วยกึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY
	พ.ย.-45	30.78	32.30	64.23	16.35	16.36	84.12
	ธ.ค.-45	30.90	33.54	86.38	16.43	17.75	111.99
	เฉลี่ย	27.83	27.86	-	13.26	13.28	-
2546	ม.ค.-46	33.40	35.08	64.40	17.46	17.97	93.75
	ก.พ.-46	36.34	36.79	57.75	18.49	18.36	92.15
	มี.ค.-46	40.00	38.46	64.21	19.76	18.96	85.34
	เม.ย.-46	37.44	36.99	53.86	17.29	17.50	55.07
	พ.ค.-46	36.64	35.44	43.97	17.10	17.07	51.97
	มิ.ย.-46	37.90	35.12	15.77	17.82	17.49	35.01
	ก.ค.-46	36.69	35.65	24.14	17.84	17.95	28.50
	ส.ค.-46	38.24	37.73	23.56	19.27	19.18	28.54
	ก.ย.-46	39.41	39.62	26.75	21.28	20.71	29.11
	ต.ค.-46	45.36	45.71	48.06	25.67	25.13	59.43
	พ.ย.-46	43.34	45.74	41.58	24.47	24.74	51.20
	ธ.ค.-46	42.24	46.17	37.65	21.27	22.95	29.28
	เฉลี่ย	38.92	39.04	-	19.81	19.83	-
2547	ม.ค.-47	41.95	44.41	26.58	22.45	23.23	29.28
	ก.พ.-47	42.78	43.23	17.49	21.83	21.62	17.76
	มี.ค.-47	46.00	44.59	15.92	24.23	23.44	23.59
	เม.ย.-47	47.56	46.76	26.42	24.69	24.74	41.40
	พ.ค.-47	49.15	46.95	32.50	25.26	24.92	46.00
	มิ.ย.-47	50.68	46.84	33.37	25.12	24.35	39.24
	ก.ค.-47	46.35	44.6	25.13	22.75	22.86	27.37

ตารางที่ 12 ราคายางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554 (ต่อ)

ราคายางพาราท้องถิ่น (บาท)							
ปี	เดือน	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่นดิบ กึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY	ยางก้อน ถ้วย	ยางก้อน ถ้วยกึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY
	ส.ค.-47	45.28	44.76	18.65	22.40	22.29	16.17
	ก.ย.-47	45.34	45.63	15.15	23.29	22.88	10.50
	ต.ค.-47	46.25	46.78	2.34	24.12	23.71	-5.66
	พ.ย.-47	43.97	46.72	2.16	23.17	23.68	-4.30
	ธ.ค.-47	40.30	44.40	-3.84	21.93	23.73	3.40
	เฉลี่ย	45.47	45.47	-	23.44	23.45	-
2548	ม.ค.-48	39.20	41.66	-6.19	21.40	22.22	-4.33
	ก.พ.-48	42.68	43.01	-0.49	24.05	23.82	10.17
	มี.ค.-48	44.90	44.07	-1.17	24.85	24.38	4.02
	เม.ย.-48	46.14	45.23	-3.27	24.80	24.65	-0.35
	พ.ค.-48	48.59	45.70	-2.67	24.82	24.13	-3.17
	มิ.ย.-48	54.37	49.93	6.60	25.59	24.29	-0.25
	ก.ค.-48	62.89	59.86	34.21	28.73	28.87	26.29
	ส.ค.-48	58.71	57.96	29.48	29.15	28.68	28.70
	ก.ย.-48	62.61	63.23	38.59	31.49	31.21	36.43
	ต.ค.-48	63.05	64.40	37.67	33.27	32.94	38.93
	พ.ย.-48	58.14	62.39	33.54	30.68	31.91	34.78
	ธ.ค.-48	62.00	69.12	55.67	34.42	37.50	58.03
	เฉลี่ย	53.61	53.88	-	27.77	27.88	-
2549	ม.ค.-49	67.06	71.06	70.57	36.72	38.53	73.41
	ก.พ.-49	71.59	71.68	66.65	38.61	38.03	59.64
	มี.ค.-49	73.68	73.14	65.97	38.59	38.27	56.96
	เม.ย.-49	75.43	73.44	62.37	39.57	39.06	58.44

ตารางที่ 12 ราคายางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554 (ต่อ)

ราคายางพาราท้องถิ่น (บาท)							
ปี	เดือน	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่นดิบ กึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY	ยางก้อน ถ้วย	ยางก้อน ถ้วยกึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY
	พ.ค.-49	85.85	79.46	73.87	42.97	41.05	70.11
	มิ.ย.-49	95.36	87.49	75.23	45.28	42.38	74.48
	ก.ค.-49	82.28	78.11	30.48	42.79	43.05	49.15
	ส.ค.-49	70.82	69.60	20.08	38.43	37.29	30.02
	ก.ย.-49	56.58	57.43	-9.18	33.53	33.44	7.13
	ต.ค.-49	58.90	60.98	-5.30	32.45	32.52	-1.28
	พ.ย.-49	49.30	53.55	-14.17	28.13	29.67	-7.02
	ธ.ค.-49	52.73	58.99	-14.65	27.69	30.38	-18.98
	เฉลี่ย	69.97	69.58	-	37.06	36.97	-
2550	ม.ค.-50	65.43	68.68	-3.34	32.58	34.41	-10.71
	ก.พ.-50	73.10	72.76	1.50	36.27	35.68	-6.16
	มี.ค.-50	70.19	70.07	-4.19	33.92	33.69	-11.97
	เม.ย.-50	73.35	70.73	-3.69	35.63	34.83	-10.83
	พ.ค.-50	74.67	68.50	-13.80	36.88	34.88	-15.03
	มิ.ย.-50	70.56	64.73	-26.01	35.77	33.13	-21.81
	ก.ค.-50	61.87	58.9	-24.59	31.44	31.82	-26.10
	ส.ค.-50	64.90	63.62	-8.58	34.76	33.42	-10.38
	ก.ย.-50	66.46	67.97	18.35	35.26	35.27	5.47
	ต.ค.-50	71.72	75.67	24.09	37.85	38.55	18.55
	พ.ย.-50	76.22	83.70	56.29	40.56	43.33	46.01
	ธ.ค.-50	74.58	83.47	41.49	39.43	43.23	42.31
	เฉลี่ย	70.25	70.73	-	35.86	36.02	-
2551	ม.ค.-51	78.35	80.78	17.62	40.77	43.19	25.54

ตารางที่ 12 ราคายางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554 (ต่อ)

ราคายางพาราท้องถิ่น (บาท)							
ปี	เดือน	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่นดิบ กึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY	ยางก้อน ถ้วย	ยางก้อน ถ้วยกึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY
	ก.พ.-51	81.93	80.51	10.65	41.62	40.67	13.96
	มี.ค.-51	79.84	79.6	13.60	40.49	39.78	18.08
	เม.ย.-51	81.88	77.44	9.48	40.56	39.29	12.79
	พ.ค.-51	90.31	82.83	20.92	42.75	40.19	15.22
	มิ.ย.-51	98.45	91.16	40.82	48.34	44.96	35.69
	ก.ค.-51	99.43	96.52	63.86	50.85	52.22	64.11
	ส.ค.-51	90.37	88.96	39.82	46.76	45.17	35.15
	ก.ย.-51	90.09	92.69	36.37	47.06	47.02	33.32
	ต.ค.-51	58.13	62.13	-17.90	25.24	26.04	-32.45
	พ.ย.-51	50.97	56.28	-32.77	22.29	23.94	-44.76
	ธ.ค.-51	34.51	38.28	-54.13	13.42	14.56	-66.31
	เฉลี่ย	77.86	77.26	-	38.35	38.08	-
2552	ม.ค.-52	44.69	45.22	-44.02	16.24	17.07	-60.49
	ก.พ.-52	44.93	43.54	-45.92	19.47	18.92	-53.46
	มี.ค.-52	44.49	43.93	-44.81	20.18	19.48	-51.02
	เม.ย.-52	49.56	46.05	-40.54	22.29	21.40	-45.54
	พ.ค.-52	52.74	48.71	-41.20	25.55	24.06	-40.13
	มิ.ย.-52	50.55	47.44	-47.96	25.24	23.79	-47.08
	ก.ค.-52	52.27	51.67	-46.47	24.36	25.27	-51.61
	ส.ค.-52	61.88	61.81	-30.52	29.57	29.10	-35.57
	ก.ย.-52	65.29	67.62	-27.04	33.51	33.64	-28.44
	ต.ค.-52	69.66	74.84	20.46	35.72	36.96	41.91
	พ.ย.-52	75.15	83.46	48.31	39.55	42.65	78.18

ตารางที่ 12 ราคายางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554 (ต่อ)

ราคายางพาราท้องถิ่น (บาท)							
ปี	เดือน	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่นดิบ กึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY	ยางก้อน ถ้วย	ยางก้อน ถ้วยกึ่งจัด ฤดูกาล	%YOY
2553	ธ.ค.-52	81.97	90.08	135.30	41.66	44.51	205.60
	เฉลี่ย	57.77	58.70	-	27.78	28.07	-
	ม.ค.-53	91.29	90.67	100.50	46.68	48.45	183.87
	ก.พ.-53	94.15	89.65	105.90	50.59	48.61	156.87
	มี.ค.-53	99.44	96.80	120.34	57.37	54.43	179.40
	เม.ย.-53	110.01	100.44	118.14	56.71	54.06	152.68
	พ.ค.-53	103.77	96.58	98.29	49.36	46.48	93.17
	มิ.ย.-53	107.91	103.34	117.83	48.60	46.89	97.11
	ก.ค.-53	98.04	98.95	91.49	44.01	46.03	82.14
	ส.ค.-53	97.63	99.35	60.73	44.37	44.93	54.40
	ก.ย.-53	100.85	104.82	55.00	48.69	49.18	46.17
	ต.ค.-53	104.81	112.44	50.24	50.75	52.37	41.71
	พ.ย.-53	116.58	130.28	56.10	59.41	64.11	50.32
	ธ.ค.-53	129.42	140.72	56.21	66.35	69.82	56.87
	เฉลี่ย	104.49	105.34	-	51.91	52.11	-
2554	ม.ค.-54	152.59	149.36	64.73	75.20	76.48	57.85
	ก.พ.-54	172.62	162.06	80.78	78.00	74.38	53.01
	มี.ค.-54	140.12	134.18	38.61	51.09	47.77	-12.23
	เม.ย.-54	155.79	140.83	40.21	62.93	59.67	10.37
	พ.ค.-54	140.39	131.48	36.14	67.48	63.81	37.28
	มิ.ย.-54	135.89	132.19	27.92	67.81	66.73	42.30
	ก.ค.-54	127.90	130.41	31.80	63.38	66.30	44.05
	ส.ค.-54	125.74	130.58	31.44	67.66	70.48	56.86

ตารางที่ 12 ราคาขายแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยของประเทศไทย ปี 2544-2554 (ต่อ)

ราคาขายพาราต้องถิ่น (บาท)							
ปี	เดือน	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่นดิบ กำจัด ฤดูกาล	%YOY	ยางก้อน ถ้วย	ยางก้อน ถ้วยกำจัด ฤดูกาล	%YOY
	ก.ย.-54	123.96	129.58	23.62	68.53	70.01	42.36
	ต.ค.-54	109.16	116.91	3.98	60.82	62.46	19.27
	พ.ย.-54	87.88	98.76	-24.20	48.41	52.20	-18.58
	ธ.ค.-54	87.43	94.61	-32.77	48.30	50.28	-27.98
	เฉลี่ย	129.96	129.25	-	63.30	63.38	-

ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (ราคาขายแผ่นดิบ)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (ราคาขายก้อนถ้วย)

%YOY (การเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของราคาขายแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยปี 2544-2554)

ตารางที่ 13 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติ จำแนกตามประเภท ปี 2543-2554

หน่วย : ตัน

ปี	ยางแผ่น รมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางผสม	อื่น ๆ	รวม
2543	1,006,144	808,475	284,671	9,626	57,237	2,166,153
2544	870,419	763,282	347,541	5,344	55,493	2,042,079
2545	1,049,995	828,561	382,457	6,886	86,517	2,354,416
2546	1,149,610	912,600	408,993	36,608	65,639	2,573,450
2547	1,003,309	993,504	488,559	82,443	60,236	2,627,442
2548	920,972	1,109,327	488,675	36,700	76,724	2,632,398
2549	938,984	1,069,345	555,905	129,564	77,875	2,771,673
2550	861,326	1,103,848	510,489	105,151	77,948	2,703,762
2551	796,549	1,132,135	509,375	165,164	72,060	2,675,283
2552	694,510	950,574	595,550	417,499	68,060	2,726,193
2553	719,442	1,106,415	556,050	427,661	56,879	2,866,447

ตารางที่ 13 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติ จำแนกตามประเภท ปี 2543-2554 (ต่อ)

หน่วย : ตัน

ปี	ยางแผ่น รมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางผสม	อื่นๆ	รวม
2554	747,284	1,300,815	519,628	339,942	44,712	2,952,381
%54	25.31	44.06	17.60	11.51	1.51	100.00

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง,%54 คือสัดส่วนปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติแต่ละประเภท ปี 2554

ตารางที่ 14 ปริมาณการส่งออกยางพาราไทยสู่ประเทศปลายทางที่สำคัญ ปี 2536-2554

หน่วย : ตัน

ปี	ญี่ปุ่น	จีน	สหรัฐฯ	มาเลเซีย	เกาหลีใต้	ยุโรป	อื่นๆ	รวม
2536	477,010	240,691	183,653	63,008	78,329	152,037	202,055	1,396,783
2537	521,741	235,801	214,760	104,993	100,278	198,846	228,548	1,604,964
2538	561,766	150,317	231,859	108,404	95,758	214,849	272,580	635,533
2539	529,992	382,580	174,352	110,981	101,681	212,257	251,147	1,762,990
2540	563,195	299,924	239,595	131,737	122,395	209,804	270,498	1,837,148
2541	499,629	237,642	280,355	179,316	122,580	225,788	294,086	1,839,396
2542	509,701	243,318	236,382	154,913	157,215	240,700	344,110	1,886,339
2543	505,233	417,638	329,504	243,708	136,387	231,178	302,505	2,166,153
2544	43,5453	368,114	302,174	296,989	139,295	233,390	266,664	2,042,079
2545	498,854	436,637	382,317	363,651	138,756	266,392	321,809	2,354,416
2546	542,837	650,898	278,693	365,486	165,832	294,239	275,465	2,573,450
2547	525,654	619,800	249,196	383,695	171,668	291,670	395,413	2,637,096
2548	540,485	573,385	237,858	403,506	185,308	281,090	410,766	2,632,398
2549	492,740	747,168	210,784	442,664	173,477	261,882	442,958	2,771,673
2550	405,599	827,369	213,080	413,049	151,824	262,182	430,659	2,703,762
2551	394,742	824,833	219,986	398,043	154,340	249,509	433,830	2,675,283
2552	256,984	1,160,339	156,069	480,313	133,079	245,589	293,820	2,726,193
2553	346,302	1,128,553	177,859	443,000	171,530	268,693	330,510	2,866,447
2554	333,669	1,274,188	205,410	344,589	186,634	223,938	383,953	2,952,381
%54	11.30	43.16	6.96	11.67	6.32	7.58	13.00	100.00

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง,%54คือสัดส่วนปริมาณการส่งออกยางพาราไทยสู่ประเทศคู่ค้า ปี 2554

ภาคผนวก

รูปภาพ

บริษัทนอร์ธอีสเทิร์น จังหวัดบุรีรัมย์



ตลาดกลางยางพารา จังหวัดหนองคาย



กลุ่มเกษตรกรผลิตยางแผ่น จังหวัดบุรีรัมย์



กลุ่มหัตถ์นาค้ายางทอง อำเภอศรีธาตุ จังหวัดอุดรธานี





องค์การสวนยาง จังหวัดอุดรธานี

