



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของตลาดและมาตรการสนับสนุนการรักษา
เสถียรภาพราคายางพาราของไทย: เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด
ในกลุ่มประเทศอาเซียน (Phase I – เน้นการศึกษายางพาราเขตภาคเหนือ)

Development of Market Linkage Approaches and Supporting Policies toward Rubber
Prices Standardization in Thailand: The Capability improvement in ASEAN Market

โดย

ดร. สุเทพ นิมสาย และ คณะ

พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

รายงานฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของตลาดและมาตรการสนับสนุนการรักษาเสถียรภาพราคายางพาราของไทย: เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน
(Phase I – เน้นการศึกษายางพาราเขตภาคเหนือ)

Development of Market Linkage Approaches and Supporting Policies toward Rubber Prices Standardization in Thailand: The Capability improvement in ASEAN Market

คณะผู้วิจัย		สังกัด
1. ดร.สุเทพ	นิ่มสาย	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
2. ผศ.ดร.ณรงค์	พลีรักษ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
3. รศ.ดร.สิงหา	เจียมศิริ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
4. รศ.ดร.เรียงชัย	ตันสุชาติ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. อาจารย์นันท์ชญา	เกตุอุบล	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
6. นางสาวอรารัฐ	เรือนคำ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
7. นางสาวเบญจมาศ	เกษมสุขโชติ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

สนับสนุนโดยสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความคิดเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. และสกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

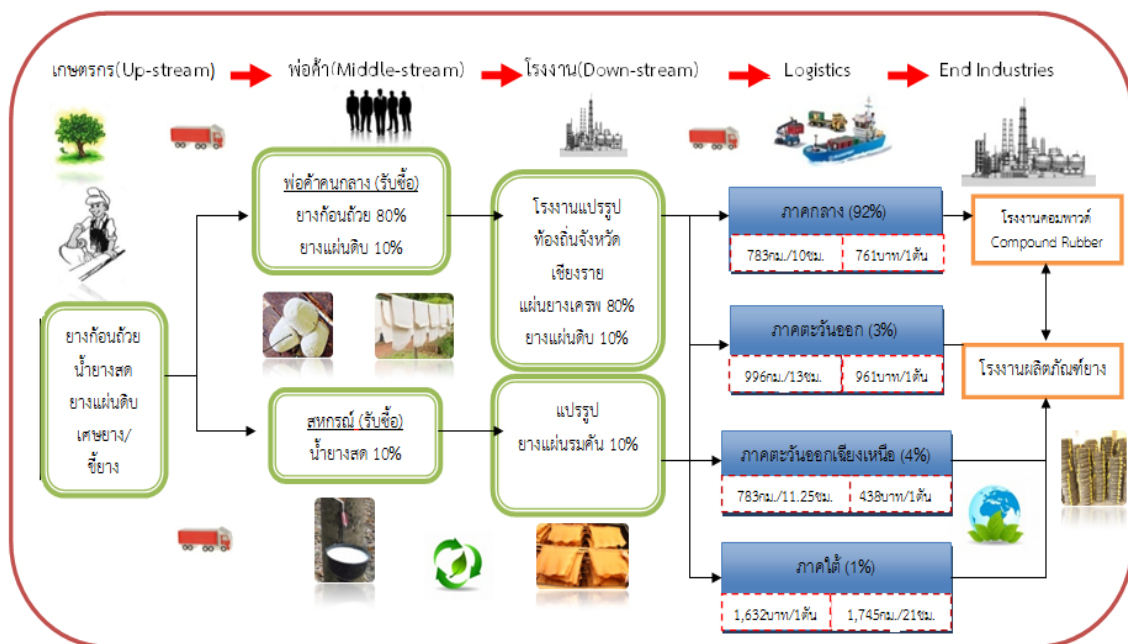
การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราในตลาดโลก ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในปัจจุบัน ราคายางพารามีแนวโน้มลดลงจากเดิมเป็นอย่างมาก อันมีสาเหตุหลักมาจากการผันผวนของราคายางพาราในตลาดโลกและปริมาณผลผลิตยางพาราที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของตลาดผู้ใช้อย่างพาราที่สำคัญ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

โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

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

สหกรณ์การเกษตรเริ่มเข้ามาบทบาทมากขึ้นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน สหกรณ์หลายแห่งมีการส่งเสริมและรับซื้อน้ำยางสดจากเกษตรกรเพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการนำเข้าสู่โรงงานแปรรูปในภูมิภาคอื่นต่อไป

โรงงานแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนยังมีจำนวนไม่มาก และส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กถึงขนาดกลางซึ่งมีการแปรรูปผลผลิตในขั้นต้นเท่านั้น โรงงานแปรรูปท้องถิ่นทำการแปรรูปยางก้อนถ้วย เป็นแผ่นยางเครปรประมาณร้อยละ 80 แปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นดิบประมาณร้อยละ 10 และแปรรูปยางแผ่นดิบเป็นยางแผ่นรมควันประมาณร้อยละ 10 แล้วส่งผลผลิตที่ได้ไปยังโรงงานแปรรูปชั้นกลางและชั้นสูงในภูมิภาคอื่นๆ ต่อไป โดยตลาดที่ผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือตอนบนและสหกรณ์ส่งผลผลิตไปจำหน่ายจะอยู่เป็นโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ในเขตในภาคกลาง (คิดเป็นร้อยละ 92) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 4) ภาคตะวันออก (คิดเป็นร้อยละ 3) และภาคใต้ (คิดเป็นร้อยละ 1)



รูปแสดงโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย)

ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

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

ตารางแสดงปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน

ประเด็นปัญหา	เกษตรกรชาวสวนยาง
การผลิต	- เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและความชำนาญในการเลือกพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม เกษตรกรมีการปลูกยางทั้งในเขตพื้นที่ราบสูงและพื้นที่นา รวมถึงการขาดความรู้ในการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา - มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกยางพาราซึ่งพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เนินเขา และเกษตรกรบางส่วนมีการปลูกยางพาราในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ - ขาดความรู้และทักษะในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และมีความรู้ในการผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิตรวมถึงปัญหาค่าแรงขั้นต่ำที่สูงขึ้นส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตยางพารา - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพสภาพอากาศ หรือฤดูกาลในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทำให้เก็บผลผลิตได้ไม่สม่ำเสมอ - ประสิทธิภาพผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลผลิตในภาคอื่น รวมถึงผลผลิตในภาพรวมยังมีคุณภาพไม่สูงมากนัก เนื่องจากชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพในการเก็บเกี่ยว ส่งผลทำให้ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำแต่อย่างไรก็ดีผลผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของเกษตรกรบางส่วนที่มีระบบการผลิตและการจัดการที่ดี ซึ่งสามารถผลิตยางพาราที่มีคุณภาพสูงได้ - ขาดความรู้ด้านการรักษาคุณภาพของผลผลิตยางพาราล้างจากการเก็บเกี่ยว (กรีดยาง) รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคายางไม่สูง - การผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ประกอบกับราคาวสด เครื่องมืออุปกรณ์การเกษตร มีราคาสูงขึ้น
การตลาด	- การเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง สาเหตุจากการที่เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรอง เนื่องเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ไม่นิยมรวมกลุ่มกัน เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้โดยง่ายอีกทั้งจำนวนพ่อค้าหรือผู้ประกอบการที่เข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมีจำนวนไม่มาก หรือกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะตลาดแบบกึ่งผูกขาด - ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่ารายได้แก่เกษตรกร - ขาดระบบการบริหารข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - ปัจจุบันชาวสวนยางพาราจะพึ่งตัวพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก โดยหลังจากที่ชาวสวนยางกรีดยางเสร็จก็จะไปขายให้กับ ตลาดรับซื้อยางท้องถิ่น จากนั้นตลาดในท้องถิ่นก็ส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง เพื่อส่งต่อไปโรงงานเอกชนอีกทอดหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ชัดว่าวงจรการรับซื้อยางพาราจะเป็นไปหลายทอด ส่งผลให้ชาวบ้านเสียผลประโยชน์จากการหักหัวคิวของพ่อค้าคนกลางในแต่ละทอด
พ่อค้าคนกลาง/สหกรณ์	
กลุ่ม/สมาชิก	- สหกรณ์ยังขาดระบบการจัดการเก็บข้อมูลของสมาชิก รวมถึงระบบการจัดตั้งกองทุนยาง เพื่อเป็นกองทุนสำหรับใช้ในการพัฒนาการเพาะปลูกยางพาราในแต่ละพื้นที่ - การแย่งลูกค้าระหว่างพ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สมาชิกหันไปใช้บริการจากพ่อค้า

	คนกลางแทนการใช้บริการของสหกรณ์ - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร
การผลิต/ การแปรรูป	- ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์มีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่เกษตรกร เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ยังขาดความชัดเจน รวมถึงนโยบายและระเบียบว่าด้วยการตั้งโรงงานเพื่อแปรรูปผลผลิตยางพาราที่ทำให้สหกรณ์ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - การรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรบางช่วงยังไม่ได้ปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต จึงส่งผลให้ชะลอการผลิตและการส่งสินค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย - สหกรณ์เน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่เน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงการพื่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ
การตลาด	- ปัญหาการขาดแคลนผู้รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ และยังไม่มียางสดแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราขนาดใหญ่ในพื้นที่ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขั้นสูงเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา - ปัญหาการตลาดหรือเครือข่ายที่เชื่อมโยงยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ สหกรณ์ยังไม่สามารถเชื่อมโยงระบบเครือข่ายทางการตลาดได้ดีเท่าที่ควร จึงเกิดการแตกแยกของกลุ่มสมาชิก การแย่งการรับซื้อของพ่อค้าคนกลาง จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เชื่อมโยงกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์ - ขาดบริหารจัดการด้านข้อมูลทางการค้า อาทิ ข้อมูลด้านราคา และข้อมูลสถานการณ์ซื้อขายที่ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น
การขนส่ง	- ขาดบุคลากรที่ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ในการการขนส่งยางพาราไปจำหน่ายยังตลาดเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เนื่องจากต้นทุนโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน - พื้นที่และเส้นทางในการรวบรวมยางพาราจากเกษตรกรเข้าถึงยาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ราบสูงเนินเขา
ผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	
การรับซื้อ	- ขาดการวิเคราะห์จุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสม อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราส่วนใหญ่ในปัจจุบันอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางที่รับซื้อส่วนใหญ่ยังมีคุณภาพไม่สูงมาก และมีความผันผวนในด้านคุณภาพอย่างมาก
การตลาด	- ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ขาดทักษะและข้อมูลด้านการจัดการการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย รวมถึงโอกาสในการเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ผู้ประกอบการจีน - มีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การกว้านซื้อยางเครพของพ่อค้าต่างถิ่นแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)
การแปรรูปยาง	- เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต
การขนส่ง	- จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากเนื่องจากเป็นพื้นที่เนินเขาและอยู่ห่างไกล - โครงสร้างพื้นฐานด้านเส้นทางการขนส่งทางบก ในบางพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่สามารถบรรทุกได้เต็มล้ารถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการผลิต และโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิตและการจัดการโลจิสติกส์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดสรรพื้นที่ตั้งจุดรับยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนบริหารจัดการเชิงพื้นที่ต่อไป โดยมีรายละเอียดในส่วนถัดไป

โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)

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

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

ในส่วนของการส่งออกยางพารานั้นยังมีความต้องการจากโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ยางของจีนและมีความเป็นไปได้ในการจำหน่ายตรงให้กับโรงงานในมณฑลยูนนาน (ไม่ต้องผ่านตัวแทนนำเข้าสินค้าไปจำหน่าย) โดยผู้ค้ายางพาราของไทยต้องทำการผลิต และควบคุมคุณภาพสินค้าที่จะจำหน่ายให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน รวมทั้งต้องสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร ให้ผู้ซื้อจากจีนสามารถเข้าถึงสินค้าและผู้ค้าได้โดยง่ายแต่ด้วยเหตุที่เส้นทางเศรษฐกิจนี้เป็นเส้นทางใหม่ที่เปิดใช้งานมาไม่นาน จึงมีอุปสรรคในการขนส่งสินค้าอยู่ เช่น ปริมาณสินค้าเที่ยวไปกับเที่ยวกลับไม่สมดุลกันเป็นอย่างมาก สัดส่วนการวิ่งรถเปล่ากลับจีนค่อนข้างสูง(น่าจะเป็นประโยชน์ในการส่งสินค้าจากไทยไปจีน) ระบบของด่านศุลกากรไทย-ลาว-จีน รวมถึงค่าธรรมเนียม ขั้นตอนและพิธีการทางศุลกากรที่ยังไม่สอดคล้องกัน ทำให้ต้นทุนและเวลาขนส่งเพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีโอกาสในการส่งออกยางพาราไปยังตลาดจีนตอนใต้ แต่ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐควรต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการ

จัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเชิงยุทธศาสตร์มาใช้ในการเสริมสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปประเทศจีน (ตอนใต้) จากการศึกษาพบว่าผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยตั้งเกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูปยางพารา และผู้ส่งออก รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ต้องเผชิญกับโอกาสและความท้าทายหลายประการทั้งในด้าน การผลิต การตลาด และการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางแสดงโอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)

ศักยภาพและความสามารถ	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยทางการผลิต		
	การผลิต	- เกษตรกรมีศักยภาพและความสามารถในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพดีได้ - มีการพัฒนาการแปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง - มีวัตถุดิบมีความหลากหลายสามารถแปรรูปยางส่งเข้าตลาดได้หลายพื้นที่ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางเครพ เป็นต้น - มีกลุ่มส่งเสริมการพัฒนาการผลิตยางเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร หรือสหกรณ์ ผู้ผลิตยางที่มีศักยภาพ และเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายย่อยได้	- เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในรูปแบบการกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูก รวมถึงความต้องการของตลาด (ความต้องการในประเทศและตลาดส่งออก) - ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและใช้ระยะเวลานานในการปลูกจนเก็บเกี่ยวผลผลิต ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่หันไปทำอาชีพอื่นหรือปลูกพืชชนิดอื่นเพื่อสร้างรายได้เพิ่มอาจส่งผลให้อาณาเขตพื้นที่ปลูกยางจะลดลง - ต้นทุนการปลูกยางของเกษตรกรค่อนข้างสูง
	นโยบายและการส่งเสริม	- ภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตยางพารา เพื่อป้อนตลาดเพื่อบริโภคในประเทศและส่งออกไปยังเพื่อนบ้านทั้งในส่วนของ การแปรรูปยางพาราอย่างต่อเนื่อง - หน่วยงานรัฐและเอกชนบางแห่งมีความเข้มแข็ง และสามารถสร้างเครือข่ายในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการตลาดได้ดี	- นโยบายการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐยังขาดกลยุทธ์ในเชิงรุกแบบบูรณาการตลอดโซ่อุปทาน - นโยบายส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมการปลูกยาง และการพัฒนาพันธุ์ - ขาดนโยบายที่ชัดเจนในการวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด - ขาดนโยบายในการจัดสรรพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม (Zoning) เพื่อรักษาระดับผลผลิต (Supply) ที่จะออกสู่ตลาดอย่างเหมาะสม - นโยบายส่วนใหญ่ขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือแม้หน่วยงานรัฐด้วยกัน

ปัจจัยดึงดูด/ผลักดัน	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยทางการตลาด		
	การตลาด	● ความต้องการยางพาราในตลาดอาเซียน-จีน ยังสูงและยังมีโอกาสทางการตลาดอีกมาก ● โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราในตลาดที่สำคัญ เช่น จีน ซึ่งยังมีความต้องการสูงและสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าตลาดได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งถือเป็นโอกาสในการเพิ่มมูลค่ายางพาราของไทย	● ความต้องการของตลาดมีความผันผวนสูง ประกอบกับการแข่งขันจากคู่แข่งที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะ สปป.ลาว สหภาพเมียนมา เป็นต้น ● ขั้นตอนการส่งยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน นั้นยังมีข้อจำกัดด้านปริมาณ หรือต้องมีโควตาการนำเข้ายางพาราจากไทยไปจีน ● ผลกระทบจากการนำยางพาราจาก สปป.ลาว ราคาถูกของผู้ประกอบการจีน ส่งผลกระทบต่อผู้นำเข้ายางพาราของไทย ● การขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราใน สปป.ลาว สหภาพเมียนมา ของนักลงทุนจีนที่เข้ามาลงทุนในลักษณะครบวงจร ตั้งแต่ผลิต แปรรูป ยาง ส่งออกยางพารากลับไปจีนด้วยตนเองสูง
	ปัจจัยด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศและโลจิสติกส์		
	นโยบาย และ ข้อตกลงทางการค้า	● นโยบายและข้อตกลงทางการค้าด้านการแปรรูปยางพารา อาจถือเป็นโอกาสที่สำคัญของไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งออกไปยังตลาดในประเทศเพื่อนบ้านได้เพิ่มมากขึ้น	● ผลกระทบจากนโยบายของประเทศเพื่อนบ้านในการเปิดให้สัมปทานพื้นที่ และอนุญาตให้ตั้งโรงงานแปรรูปของนักลงทุนของจีนส่งผลกระทบต่อส่งออกยางพาราของไทย ● ผลกระทบของนโยบายการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ การไม่เก็บภาษีการนำเข้าเครื่องจักร เป็นต้น ● ข้อจำกัดด้านนโยบายโควตาการนำเข้ายางพาราจากไทยไปจีน

ปัจจัยดึงดูด/ผลักดัน	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศและโลจิสติกส์		
	ระบบโลจิสติกส์ (การค้าชายแดน)	- ประเทศไทยมีจุดเคลื่อนย้ายหรือการขนส่งทางพาราที่มีศักยภาพหลายจุด รวมถึงมีด่านชายแดนในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้หลายประเทศ ประกอบกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ของไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดีสามารถส่งออกได้ครั้งจำนวนมาก - โอกาสทางการค้าในเส้นทาง R3A และแม่น้ำโขงซึ่งถือเป็นเส้นทางสายเศรษฐกิจที่สำคัญ และเป็นเส้นทางขนส่งที่มีศักยภาพในการส่งออกยางพาราของไทยไปตลาดจีนตอนใต้ในอนาคต	- การค้าส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการค้าชายแดน ซึ่งเป็นการค้าแบบไม่เป็นทางการ จึงทำให้มีข้อจำกัดค่อนข้างมากและมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าไปยังตลาดจีน (ตอนใต้) - ประเทศเพื่อนบ้านมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการค้าชายแดนและโลจิสติกส์ ส่งผลต่อระบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการส่งออกยางพาราของไทย

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

ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

จากข้อมูลโอกาสและอุปสรรคของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียน-จีน ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีโอกาสทางการตลาดที่ดี แต่ยังคงมีความท้าทายในหลายมิติ ดังนั้นผู้เล่นในโซ่อุปทานตั้งแต่เกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูป/ผู้ส่งออก จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนและหาแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยแนวทางการปรับตัวดังกล่าวควรเป็นการบริหารจัดการเชิงระบบที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต การตลาดและการค้าระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานแต่ละส่วนจากปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดการโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางแสดงแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
เกษตรกรสวนยางพารา	ด้านการผลิต - ภาคเหนือเป็นเขตพื้นที่เริ่มทำการปลูกยางพาราซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการปลูกยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพารา การคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา ปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศหรือฤดูกาลทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตอย่างไม่สม่ำเสมอ - ชาวสวนยางเป็นเกษตรกรรายย่อยทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์การผลิตยังไม่มีคุณภาพทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตมีปัญหาคุณภาพต่ำ - ขาดความรู้การรักษาสภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการกรีดยาง รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นเหตุทำให้ราคาขายยางได้น้อย	- จัดตั้งกลุ่มหรือการรวมตัวของเกษตรกรในพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาความรู้และเสริมสร้างทักษะในกลุ่มด้วยตนเอง ทำให้กลุ่มเกษตรกรเกิดความเข้มแข็ง - ฤดูกาลขึ้นอยู่กับสภาพอากาศของแต่ละพื้นที่จึงไม่สามารถควบคุมได้ แต่เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ - เสริมสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกร และเตรียมความพร้อมในด้านพัฒนาผลผลิตยางพาราให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดและมีมาตรฐานมากขึ้น รวมถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่ายางพาราเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนยางจะช่วยให้มีการ พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น	- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม - นโยบายส่งเสริมการผลิตที่สอดคล้องกับรูปแบบการการเพิ่มมูลค่าของยางพาราให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาด - นโยบายผลักดันการจัด Cluster ของเกษตรกร เช่น กลุ่มที่เน้นการผลิตน้ำยาง และกลุ่มที่เน้นผลผลิตยางก้อนถ้วย เป็นต้น
	ด้านการตลาด - ขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคา และสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาขายผลผลิตยางพาราได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่นิยมทำสวนยางแบบเกษตรกรเชิงเดี่ยว (ไม่นิยมรวมกลุ่มกันเพื่อการดึงอำนาจต่อรอง) เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้ง่าย	- ปัจจุบันราคายางมีความผันผวนจึงไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรรวมกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคา อีกทั้งควรตั้งศูนย์กระจายข่าวประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่สำคัญให้กับเกษตรกร เพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเกษตรกรกับภาครัฐและเอกชน ซึ่งถือเป็นการพัฒนาด้าน Information Flow ของเกษตรกรและภาคี - นโยบายการสร้างข้อตกลง หรือมาตรฐานทางการค้าร่วมกันในพื้นที่ เพื่อเป็นการป้องกันการถูกเอาเปรียบทางการค้า

สหกรณ์การเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
	ด้านการผลิต - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้ จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร - วัสดุอุปกรณ์การผลิตยางแผ่นของสหกรณ์ยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร - สหกรณ์จะเน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรจังหวัดเชียงรายเน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ	หาแนวทางในการเข้าร่วมกลุ่มเกษตรกรในการส่งผลผลิตให้สหกรณ์เป็นน้ำยางสด - ก่อตั้งศูนย์รวบรวมข้อมูลสมาชิกเกษตรกรผู้ผลิตยางภายในเขตที่รับผิดชอบ - พัฒนาบุคลากรในองค์กร จัดตั้งระบบการจัดการในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ - นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ที่มุ่งพัฒนาการผลิตยางแผ่น - นโยบายส่งเสริมการผลิตน้ำยางสดและยางแผ่นดิบของสหกรณ์การเกษตร
	ด้านการตลาด - ขาดการบริการด้านข้อมูล อาทิ ข้อมูลด้านราคาสถานการณ์ซื้อขายยางแต่ละชนิด ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความถูกต้องสามารถเชื่อมโยงราคาระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นได้ - ขาดความรู้และช่องทางการจัดจำหน่าย	- เชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายของอุตสาหกรรมการผลิตปลายน้ำ หรือกลุ่มผู้รับซื้อยางพารา(แผ่นยางรมควัน) - เชื่อมโยงกับตลาดซื้อขายของเกษตรกรชาวสวนยางพารา - นำเสนอข้อตกลง หรือผลประโยชน์ระหว่างสหกรณ์กับเกษตรกรชาวสวนยางพาราให้มีความชัดเจน	- นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางพารา - นโยบายการสร้าง cluster และความเชื่อมโยงระหว่าง cluster ของสหกรณ์ในแต่ละพื้นที่
	ด้านการขนส่ง - สหกรณ์การเกษตรยังขาดความรู้ด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ของการขนส่งยางพารา	- สร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมด้านการจัดการโลจิสติกส์ในระบบการค้าการขนส่ง	- นโยบายการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ผู้ประกอบการ/โรงงานแปรรูปการเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
	การผลิต - ขาดจุดรับซื้อยางพารา อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางพาราที่รับซื้อยังด้อยคุณภาพ	- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเก็บเกี่ยวผลผลิต - จัดตั้งศูนย์รวบรวมผลผลิตและการคัดเลือกยาง - จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมแรงงานที่ขาดทักษะหรือตั้งศูนย์อบรมเทคโนโลยีอย่างครบวงจร ของผู้ประกอบการ - มีการวางแผนการผลิตทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงคัดเลือกและการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหลัก - ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าอย่างต่อเนื่อง	- นโยบายพัฒนาคุณภาพการผลิตและนวัตกรรมในการคัดเลือกผลผลิตยางพารา - นโยบายการตั้งจุดรับซื้อยางพาราที่ได้มาตรฐาน และการฝึกอบรมทางด้านเทคโนโลยีการผลิตยางพารา - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางของไทย - นโยบายการสร้างมาตรฐานหรือข้อ ต ก ล ง ร ่วม กั น ใน ก ลุ่ ม ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการร่วมสร้างอัตลักษณ์และมาตรฐานยางพาราไทย
	ด้านการตลาด - ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ยังขาดระบบการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย การเจรจาในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีน - มีการแข่งขันสูงระหว่างผู้ประกอบการในภาคเหนือ เช่น การกว้านซื้อยาง เครบแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)	- การจัดตั้งตลาดกลางยางพาราขึ้นภาคเหนือตอนบน - การพัฒนาเชื่อมโยงตลาด สร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการเพื่อการรวมตัวค้าขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าของไทยและของต่างประเทศ - นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งพัฒนาการผลิต การแปรรูปและการตลาด ในอนาคต - เรื่องการตลาดของไทยทางภาคเหนือตอนบน น่าจะส่งออกในรูปแบบยางพร้อมนำไปทำผลิตภัณฑ์ เช่น ยางแท่ง Compound หรือยางแผ่นรมควัน (R85)
	ด้านการแปรรูปยางพารา - เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต	- ศึกษาแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตยางพาราให้ได้มาตรฐานการส่งออก STR ไปยังประเทศเพื่อนบ้านจีน (ตอนใต้) - ถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยีด้านการแปรรูปผลผลิต - จัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านยางพาราทำหน้าที่ฝึกอบรมบุคลากรให้กับภาคอุตสาหกรรมการแปรรูป	- นโยบายผลักดันและพัฒนา Thai Brand/Standard - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางพาราของไทย
	ด้านการขนส่ง - จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากในแต่ละพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าไม่เต็มถ้ำรถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง	- สร้างความเข้าใจด้านการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำจะสามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้ - การขยายจุดรับซื้อยางพาราให้ทั่วถึงพื้นที่การเพาะปลูกยางพารา	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาขยายจุดรับซื้อยางพาราในอนาคต - ควรพัฒนาการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเส้นทางหลัก 2 เส้นทางคือ ทาง R3A และแม่น้ำโขงเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ในเขตภาคเหนือตอนบน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราเชิงระบบของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ (ภาคเหนือตอนบน)

1. เกษตรกร ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการผลิตของเกษตรกรภาคเหนือตอนบน

- นโยบายการพัฒนาฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ (Information Flow) โดยการประกาศข้อมูลพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) พันธุ์ยางที่เหมาะสม รวมถึงรูปแบบการผลิตของการปลูกยางที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ให้แก่เกษตรกรรับรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจจะจัดตั้งตัวแทนหรือหน่วยงานในการเป็นศูนย์การเรียนรู้ และศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลในระดับชุมชน เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการพัฒนาและจัดกลุ่ม cluster เกษตรกร อาทิ Cluster กลุ่มผู้ผลิตน้ำยางดิบ Cluster กลุ่มผู้ผลิตยางก้อนถ้วย ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตในระยะยาว รวมถึงพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานในแต่ละ cluster รวมถึงการเชื่อมโยงโซ่อุปทานระหว่าง Cluster ได้ดียิ่งขึ้น

อาทิ ในจังหวัดเชียงราย อาจจะสามารถจัดกลุ่ม Cluster ได้ 2 กลุ่มหลักคือ

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

- เพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรโดยการร่วมมือกันในของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

2. สหกรณ์

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

3. ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูป

- ส่งเสริมการตั้งจุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสมและได้มาตรฐาน ในแต่ละพื้นที่
- ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูปขั้นกลาง อาทิ ยางแท่ง หรือยางเครฟ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางการตลาดในการส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางทางการตลาด และเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางของไทย
- นโยบายการสร้างมาตรฐานหรือข้อตกลงร่วมกันในกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการร่วมสร้างอัตลักษณ์และมาตรฐานยางพาราไทย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสามารถในการต่อรองกับผู้รับซื้อจากจีน
- ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าของไทยและของต่างประเทศ
- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดในอนาคต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดในประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ ได้แก่ จีน หรือสหภาพเมียนมาเป็นต้น

- ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปชั้นกลาง-สูง ไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ คือ จีน (ตอนใต้) โดยใช้ข้อได้เปรียบเชิงพื้นที่ในด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ในเส้นทาง R3A และเส้นทางแม่น้ำโขง
- ส่งเสริมการไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การซื้อ/ขายกระจายสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ ในประเทศจีน (ตอนใต้)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราเชิงระบบ (ประเทศไทย)

ด้านการผลิต

- นโยบายการพัฒนาฐานข้อมูล (Information Flow) โดยการประกาศข้อมูลพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) พันธุ์ยางที่เหมาะสม รวมถึงรูปแบบการผลิตของการปลูกยางที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ให้แก่เกษตรกรรับรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการผลิต การตลาด ราคายาง และแนวโน้มความต้องการของตลาดในระดับชุมชน เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการพัฒนาและจัดกลุ่ม cluster เกษตรกร อาทิ Cluster กลุ่มผู้ผลิตน้ำยางดิบ Cluster กลุ่มผู้ผลิตยางก้อนถ้วย ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ จะทำให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตในระยะยาว รวมถึงพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานในแต่ละ cluster รวมถึงการเชื่อมโยงโซ่คุณค่าระหว่าง Cluster ได้ดียิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรในการช่วยเหลือเกษตรกรให้มีความรู้ และมีความสามารถในการจัดการด้านการผลิตและการตลาดที่ดีขึ้น
- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพาราในแต่ละพื้นที่ หรือในแต่ละ cluster ของทุกภูมิภาค รวมถึงหาแนวทางกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม และสามารถบริหารจัดการเชิงระบบได้ในระยะยาว
- นโยบายเพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกร โดยการร่วมมือกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาด เป็นไปตามความต้องการของตลาด

การแปรรูป

- นโยบายสร้างเครือข่ายสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ และทำการวางแผนร่วมกันในการพัฒนาการผลิตและการตลาดแบบ Cluster อาทิ เครือข่ายสหกรณ์ผู้แปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไปยังตลาดจีนตอนใต้
- ส่งเสริมการไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การซื้อ/ขายกระจายสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ ในประเทศจีน (ตอนใต้)
- นโยบายส่งเสริมแปรรูปยางพาราชั้นกลางเพื่อการส่งออกตามแนวโน้มความต้องการของตลาด เช่น ยางแท่ง Compound หรือยางแผ่นรมควัน (R85) รวมถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายเพื่อการบริโภคในประเทศและการส่งออก

- นโยบายส่งเสริมการเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราที่เหมาะสมของผู้ประกอบการต่างชาติ ในบางพื้นที่ที่ยังมีความต้องการโรงงานแปรรูป เช่น ภาคเหนือ เป็นต้น โดยมุ่งเน้นนโยบายการส่งเสริมการลงทุนในรูปแบบที่เหมาะสมกับพื้นที่และประเทศไทย อาจจะเป็นลักษณะการร่วมลงทุนระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการชาวต่างชาติ

การตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

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

แนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของตลาดและมาตรการสนับสนุนการรักษาเสถียรภาพราคายางพารา

ของไทย: เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน

(Phase I – เน้นการศึกษายางพาราในเขตภาคเหนือ)

บทคัดย่อ

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

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย เพื่อการส่งออกไปยังตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเน้นการศึกษาโอกาสการส่งออกยางพาราไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) ในเส้นทางการเชื่อมโยงทางการในเขตภาคเหนือตอนบนในเส้นทาง R3A และแม่น้ำโขง การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ 1. การศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพและการจัดการเชิงพื้นที่ของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนโดยเฉพาะศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน โดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้เล่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย รวมถึงได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการหาจุดที่เหมาะสมสำหรับการตั้งจุดรับซื้อยางพารา ด้วยวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geoinformation Technology) และการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) โดยใช้กรณีศึกษาเขตพื้นที่ในจังหวัดเชียงราย นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังโรงงานแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย และ 2. การวิเคราะห์ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการส่งออกยางพาราของไทยในตลาดอาเซียน และจีน (ตอนใต้) โดยการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้เล่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และจีน (ตอนใต้)

จากการศึกษาศักยภาพเชิงพื้นที่ของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า อุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีศักยภาพในการผลิตที่สูง แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ การขาดกลไกในการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา และข้อจำกัดด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เนื่องจากผู้ประกอบการในพื้นที่มีจำนวนไม่มาก และยังขาดโรงงานแปรรูป อีกทั้งผลผลิตขั้นต้นในพื้นที่เขตภาคเหนือจะต้องมีการขนส่งไปจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ เช่น เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง จึงทำให้ราคายางที่เกษตรกรได้รับจะต่ำกว่าราคายางในเขตภาคอื่นที่มีต้นทุนโลจิสติกส์ที่ต่ำกว่า แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรม

ยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนยังมีโอกาสและศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะโรงงานแปรรูปของนักลงทุนจีนที่มาลงทุนใน สปป.ลาว รวมถึงการส่งออกไปยังจีนตอนใต้ เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านอาณาเขตและเส้นทางการค้าในเส้นทางแม่น้ำโขงและ R3A ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมวางแผนการบริหารจัดการยางพาราเชิงระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนการพัฒนาและบริหารจัดการด้านการรวมกลุ่มของเกษตรกรหรือสหกรณ์ และแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียน

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน/ ยางพารา /อาเซียน / จีน / การตลาด

**Development of Market Linkage Approaches and Supporting Policies
toward Rubber Prices Standardization in Thailand:
The Capability improvement in ASEAN Market**

Abstract

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

The main objective of this study is to analyse the guideline development for upper-northern Thai natural rubber market linkages approach. The study focused on business capacities and exporting opportunities in Southern China market among R3A and Mekong river logistics routes. The study divided into 2 main aspects 1) To study and analyse the business potential and spatial land use using allocation management model for natural rubber business in the upper-northern region, particularly on the potential of logistics and supply chain management approaches. The researcher conducted a survey and in-depth interviews with key informant from public and private sectors in upper-northern rubber supply chain. In addition the analysis of potential and optimizing land use modeling for purchasing/collecting point of natural rubber using Geoinformation Technology and Analytic Hierarchy Process (AHP) has been adopted. This study used Chiang Rai province as a case study. Moreover, this study also analyse the linkage between rubber market in northern Thailand and the processing plants in another region. 2) To analyse the potential and create a guideline development plan for Thai natural rubber business linkages and exporting opportunities into ASEAN – China (Yunnan) market. The information from surveyed and in-depth interviews were carefully collected from key informants in Lao PDR, Myanmar and Southern China (Yunnan) stakeholders in natural rubber supply chain.

The study found that the upper-northern rubber industry has high production potential but there are also several limitations such as lack of value creation mechanism, logistics and supply chain management problems. There are only few and small scale rubber manufacturing in upper-northern area, thus, the primary products from upper-northern areas have to be transported to processing plants

in different regions, for example Northeastern and Central regions. Farmers received the lower price than other regions regarding to the higher logistics costs. However, the rubber industry in upper-northern Thailand still have opportunities and potential for exporting into Lao PDR and Southern China markets among R3A and Mekong river logistics routes. The public and private partnership are the key driver to create a dynamic plan for natural rubber supply chain management to boost market opportunities and competitiveness in the ASEAN market.

Keywords: Logistics and Supply Chain Management/ Natural Rubber/ ASEAN / China / Marketing

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
Executive Summary	
Abstract	
1 บทนำ	1-1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1-6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	1-7
1.3.1 ขอบเขตด้านคำถามวิจัย	1-7
1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร	1-7
1.3.3 ขอบเขตด้านสินค้าที่ใช้ในการศึกษา	1-9
1.4 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์	1-9
1.4.1 วิธีการดำเนินการวิจัย	1-9
1.4.2 วิธีการสำรวจและเก็บข้อมูล	1-20
1.4.3 ระเบียบวิธีการดำเนินงานวิจัย	1-22
2 วรรณกรรมทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	2-1
2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา	2-1
2.1.1 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา	2-1
2.1.2 การตลาดและช่องทางการตลาดธุรกิจยางพาราของไทย	2-3
2.2 แนวคิดการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา	2-4
2.2.1 การวิเคราะห์เนื้อหา	2-4
2.2.2 การวิเคราะห์ตามลำดับชั้น	2-5
2.2.3 ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์	2-7
2.3 การวิเคราะห์โซ่อุปทานและประสิทธิภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมยางพาราของไทย	2-9
2.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	2-10
2.3.2 แบบจำลองเพชร	2-13
2.3.3 การวิเคราะห์โซ่อุปทาน	2-16
3 การผลิตและโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	3-1
3.1 สถานการณ์การผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย	3-1

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
3.1.1 พื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย	3-3
3.1.2 อัตราการขยายตัวผลผลิตยางพาราของประเทศไทย	3-4
3.2 สถานการณ์การผลิตยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	3-4
3.3 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	3-17
3.4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	3-34
4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดสรรพื้นที่ตั้งจุดรับยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	4-1
4.1 วิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์	4-1
4.2 การวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพารา	4-40
4.2.1 ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพารา	4-40
4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงรายนี้ร่วมกับกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์	4-53
5 ระบบโลจิสติกส์การส่งออกยางพาราของไทยในเส้นทาง R3A สู่ประเทศจีน (ตอนใต้)	5-1
5.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดโลก	5-1
5.2 สถานการณ์ราคายางพาราไทยในตลาดโลก	5-6
5.3 สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเขตค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย	5-11
5.4 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านด่านการค้าชายแดน	5-14
5.4.1 เส้นทางขนส่งยางพาราในเส้นทาง R3A (เชียงใหม่ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อหาน/บ่อเต็น - สิบสองปันนา - Kunming)	5-14
5.4.2 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางศุลกากรแม่สายไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) (R3B)	5-17
5.4.3 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ	5-19
6 โอกาสและอุปสรรคการส่งออกยางพาราภาคเหนือของไทยไปยังตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)	6-1
6.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)	6-1
6.1.1 อัตราการนำเข้า-ส่งออกยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)	6-4
6.1.2 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-11

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
6.1.3 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)	6-15
6.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสหภาพเมียนมา	6-18
6.2.1 สภาพเศรษฐกิจและสังคมของสหภาพเมียนมา	6-18
6.2.2 สถานการณ์ยางพาราในสหภาพเมียนมา	6-20
6.2.3 การนำเข้า-ส่งออกยางพาราในสหภาพเมียนมา	6-22
6.2.4 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสหภาพเมียนมา	6-22
6.2.5 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของสหภาพเมียนมา	6-24
6.3 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	6-25
6.3.1 สภาพเศรษฐกิจและสังคมของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	6-25
6.3.2 สถานการณ์ยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	6-25
6.3.3 อัตราการนำเข้า-ส่งออกยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	6-28
6.3.4 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราใน สปป.ลาว	6-30
6.3.5 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของ สปป.ลาว	6-33
6.4 โซ่คุณค่ายางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย (จังหวัดเชียงราย) เพื่อการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)	6-34
6.5 โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจยางพาราในเขต 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทย	6-43
6.6 การวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้)	6-50
6.7 แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน	6-58
7 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	7-1
7.1 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	7-1
7.2 ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	7-4
7.3 ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการหาจุดที่เหมาะสมสำหรับการตั้งจุดรับซื้อยางพารา	7-6
7.4 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)	7-9

สารบัญ (ต่อ)

เนื้อหา	หน้า
7.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน	7-13
7.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	7-17

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1.1	พื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตยางพาราของไทย ปี 2555-2557 1-4
ตารางที่ 1.2	ตารางสรุปประเด็นการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ และประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย 1-24
ตารางที่ 3.1	อัตราเฉลี่ยการขยายตัวผลผลิตยางพาราของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2554 – 2558 3-4
ตารางที่ 3.2	การขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางของภาคเหนือตอนบนระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2558 3-6
ตารางที่ 3.3	การขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางของภาคเหนือตอนล่างระหว่างปี พ.ศ. 2554 – 2558 3-8
ตารางที่ 3.4	ผลผลิตของการปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย ปี 2554-2558 (ตัน) 3-9
ตารางที่ 3.5	พื้นที่การปลูกยางพาราในจังหวัดเชียงรายปี 2557 3-11
ตารางที่ 3.6	ชนิดของผลผลิตจากยางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย (จังหวัดเชียงราย) 3-12
ตารางที่ 3.7	ปริมาณผลผลิตที่เกษตรกรนิยมของภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) 3-13
ตารางที่ 3.8	การเปรียบเทียบราคาซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงราย และตลาดกลางยางพารา จังหวัดสงขลา (หาดใหญ่) ในปี พ.ศ. 2557 3-16
ตารางที่ 3.9	การเปรียบเทียบราคาซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงราย และตลาดกลางยางพารา จังหวัดสงขลา (หาดใหญ่) ในปี พ.ศ. 2558 (มกราคม – สิงหาคม) 3-17
ตารางที่ 3.10	ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางพาราจังหวัดเชียงราย 3-20
ตารางที่ 3.11	การเปรียบเทียบราคาซื้อขาย และต้นทุนผลผลิตแต่ละชนิดของเกษตรกรชาวสวนยางพารา (จังหวัดเชียงราย) 3-22
ตารางที่ 3.12	ต้นทุนยางพาราของพ่อค้าคนกลางจังหวัดเชียงราย 3-23
ตารางที่ 3.13	ต้นทุนยางพาราของสหกรณ์การเกษตร (จังหวัดเชียงราย) 3-23
ตารางที่ 3.14	ตลาดรับซื้อยางพาราของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) 3-25
ตารางที่ 3.15	ปริมาณการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการและการแสดงต้นทุนการดำเนินงานต่างๆ ของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) 3-27
ตารางที่ 3.16	สัดส่วนระยะทาง ต้นทุนการขนส่งยางพาราจังหวัดเชียงรายไปยังผู้ประกอบการแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย 3-32
ตารางที่ 3.17	ประเภทรถที่ทำการขนส่ง 3-33
ตารางที่ 3.18	ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราภาคเหนือตอนบน 3-35
ตารางที่ 4.1	พื้นที่การปลูกยางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) 4-2
ตารางที่ 4.2	การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย 4-3
ตารางที่ 4.3	การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 4-5
ตารางที่ 4.4	การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงราย, 2558 4-7

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย	4-9
ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย	4-11
ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย	4-13
ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย	4-15
ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย	4-17
ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย	4-19
ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย	4-21
ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย	4-23
ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย	4-25
ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย	4-27
ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย	4-29
ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย	4-31
ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอขุนตาล จังหวัดเชียงราย	4-33
ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย	4-35
ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย	4-37
ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์พื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัด เชียงราย	4-39
ตารางที่ 4.21 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยพื้นที่ปลูกยางพารา	4-41
ตารางที่ 4.22 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยระยะห่างพื้นที่ปลูกยางพารา	4-43
ตารางที่ 4.23 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยระยะห่างจากถนน	4-45
ตารางที่ 4.24 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยระยะห่างจากแหล่งชุมชน	4-47
ตารางที่ 4.25 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยความลาดชัน	4-49
ตารางที่ 4.26 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยการใช้ประโยชน์ที่ดิน	4-51
ตารางที่ 4.27 ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำ ยางพาราซึ่งได้จากการวิเคราะห์ด้วยวิธี AHP โดยใช้ GIS	4-53
ตารางที่ 4.28 พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในจังหวัดเชียงรายจำแนกรายตำบล	4-55
ตารางที่ 5.1 สถิติโดยแสดงรายละเอียดการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราโดยภาพรวมของประเทศ ไทย	5-5
ตารางที่ 5.2 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภท	5-5

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 5.3 ราคายางธรรมชาติในประเทศไทย และตลาดล่วงหน้าตลาดโตเกียว และสิงคโปร์ในปี 2557 และ 2558 (มกราคม-สิงหาคม)	5-8
ตารางที่ 5.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคายางพาราในตลาดโลก	5-10
ตารางที่ 5.5 ต้นทุนการขนส่งยางพาราโดยเฉลี่ยผ่านเส้นทางการขนส่งผ่านเส้นทางบก (R3A)	5-16
ตารางที่ 5.6 ตารางเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคของการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางการขนส่งทางบก (R3A)	5-17
ตารางที่ 5.7 อัตราค่าขนส่งยางพาราโดยเฉลี่ยผ่านเส้นทางการขนส่งทางบก (R3B)	5-18
ตารางที่ 5.8 อัตราค่าขนส่งทางน้ำ	5-23
ตารางที่ 5.9 การเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ	5-24
ตารางที่ 5.10 ปัจจัยในการคัดเลือกเส้นทางในการขนส่งสินค้าในเส้นทาง R3A และ R3B	5-29
ตารางที่ 6.1 สถิติแสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางพาราแต่ละชนิดของสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-5
ตารางที่ 6.2 สถิติแสดงปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางพาราแต่ละชนิดของสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-6
ตารางที่ 6.3 ปริมาณการนำเข้ายางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-8
ตารางที่ 6.4 ปริมาณการส่งออกยางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-9
ตารางที่ 6.5 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-13
ตารางที่ 6.6 มูลค่าสินค้าส่งออก 5 อันดับ ที่สำคัญของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ปี 2553-2558	6-15
ตารางที่ 6.7 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)	6-17
ตารางที่ 6.8 ข้อมูลด้านดัชนีชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์มหภาคของสหภาพเมียนมา	6-19
ตารางที่ 6.9 สถิติการนำเข้ายางพาราของสหภาพเมียนมา	6-22
ตารางที่ 6.10 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสหภาพเมียนมา	6-23
ตารางที่ 6.11 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของสหภาพเมียนมา	6-24
ตารางที่ 6.12 อัตราการผลิตยางพาราทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาว พ.ศ. 2552-2556	6-25
ตารางที่ 6.13 ปริมาณและมูลค่าของการนำเข้ายางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	6-29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 6.14	นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	6-32
ตารางที่ 6.15	โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของสปป.ลาว	6-33
ตารางที่ 6.16	สรุปการวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) ของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	6-44
ตารางที่ 6.17	โอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	6-47
ตารางที่ 6.18	การวิเคราะห์ห่วงโซ่ประกอบปัจจัยด้านการผลิตรายางพาราของไทย (กรณีศึกษาภาคเหนือตอนบน)	6-51
ตารางที่ 6.19	การวิเคราะห์ห่วงโซ่ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์	6-51
ตารางที่ 6.20	การวิเคราะห์ห่วงโซ่ประกอบปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และการแข่งขัน	6-52
ตารางที่ 6.21	การวิเคราะห์ห่วงโซ่ประกอบปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน	6-53
ตารางที่ 6.22	การวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐ	6-54
ตารางที่ 6.23	สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดยางพาราไทยเพื่อการส่งออกไปยังจีน (ตอนใต้)	6-55
ตารางที่ 6.24	แนวทางแก้ไขปัญหายางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)	6-59
ตารางที่ 7.1	ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	7-4
ตารางที่ 7.2	โอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)	7-11
ตารางที่ 7.3	แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน	7-14

สารบัญรูป

รูป		หน้า
รูปที่ 1.1	แนวโน้มนการเพาะปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย 2555-2557	1-3
รูปที่ 1.2	ปริมาณการส่งออกยางพาราผ่านด่านอำเภอเชียงแสน – เชียงของ	1-5
รูปที่ 1.3	กรอบแนวคิดการวิจัยด้านการผลิตและการตลาดยางพาราภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	1-11
รูปที่ 1.4	กรอบแนวคิดในการวิจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย	1-12
รูปที่ 1.5	กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานยางพาราเพื่อการส่งออกในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย	1-14
รูปที่ 2.1	โครงสร้างของกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น	2-6
รูปที่ 2.2	แบบจำลอง Diamond Model	2-15
รูปที่ 3.1	เนื้อที่กรีดยาง และผลผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของไทย ปี 2558	3-2
รูปที่ 3.2	แนวโน้มนพื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคระหว่างปี 2555-2558	3-3
รูปที่ 3.3	การขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบน	3-5
รูปที่ 3.4	การขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนล่าง ในปี พ.ศ. 2553-2558	3-7
รูปที่ 3.5	เนื้อที่กรีดยาง และผลผลิตยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน	3-9
รูปที่ 3.6	การขยายตัวของผลผลิตยางพาราในภาคเหนือตอนบน	3-10
รูปที่ 3.7	ความแตกต่างระหว่างปริมาณรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ปี พ.ศ. 2557-2558	3-13
รูปที่ 3.8	ราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2557	3-15
รูปที่ 3.9	ราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2558	3-15
รูปที่ 3.10	ห่วงโซ่อุปทานยางพาราภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย) บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด	3-19
รูปที่ 3.11	ตู้อบยางแผ่นรมควันของสหกรณ์เชียงของ (จังหวัดเชียงราย), 2558	3-24
รูปที่ 3.12	การแปรรูปยางเครพ บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด	3-25
รูปที่ 3.13	โครงสร้างตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ยางพารากรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย (บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด)	3-31
รูปที่ 3.14	ชนิดของรถบรรทุกที่ใช้ในการขนส่งยางพารา	3-33
รูปที่ 4.1	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลหางว	4-4
รูปที่ 4.2	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลแม่ข้าวต้ม	4-6
รูปที่ 4.3	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลป่าแงะ	4-8

สารบัญรูป (ต่อ)

รูป		หน้า
รูปที่ 4.4	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลทรายขาว	4-10
รูปที่ 4.5	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลแม่ต้า	4-12
รูปที่ 4.6	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลท่าข้าวเปลือก	4-14
รูปที่ 4.7	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลแม่สองใน	4-16
รูปที่ 4.8	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลจอมหมอกแก้ว	4-18
รูปที่ 4.9	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลผางาม	4-20
รูปที่ 4.10	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลเวียงกาหลง	4-22
รูปที่ 4.11	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลดงมหาวัน	4-24
รูปที่ 4.12	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลห้วยซ้อ	4-26
รูปที่ 4.13	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลบ้านแซว	4-28
รูปที่ 4.14	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลบ้านป่าก่อ	4-30
รูปที่ 4.15	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลม่วงยาย	4-32
รูปที่ 4.16	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลยางฮอม	4-34
รูปที่ 4.17	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลเจดีย์หลวง	4-36
รูปที่ 4.18	พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลโป่งงาม	4-38
รูปที่ 4.19	พื้นที่ปลูกยางพารา	4-42
รูปที่ 4.20	ระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพารา	4-44
รูปที่ 4.21	ระยะห่างจากถนน	4-46
รูปที่ 4.22	ระยะห่างจากแหล่งชุมชน	4-48
รูปที่ 4.23	ความลาดชัน	4-50
รูปที่ 4.24	การใช้ประโยชน์ที่ดิน	4-52
รูปที่ 4.25	พื้นที่เหมาะสมในการจัดตั้งศูนย์รับซื้อน้ำยางพาราในจังหวัดเชียงราย	4-60
รูปที่ 4.26	พื้นที่เหมาะสมในการตั้งศูนย์รับซื้อน้ำยางพาราของตำบลห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ เหมาะสมน้อย (สีแดง) เหมาะสมปานกลาง (สีเขียว) และเหมาะสมมาก (สีเหลือง)	4-62
รูปที่ 4.27	ลักษณะของพื้นที่ในตำบลห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จาก Google Earth (4.27-1), พื้นที่การเกษตรของตำบลห้วยซ้อ (4.27-2) และพื้นที่ปลูกยางพาราของตำบลห้วยซ้อ (4.27-3)	4-64
รูปที่ 5.1	เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตและปริมาณความต้องการใช้ยางพาราในตลาดโลก	5-2
รูปที่ 5.2	เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย	5-3

สารบัญรูป (ต่อ)

รูป		หน้า
รูปที่ 5.3	ปริมาณการส่งออกวัตถุดิบแปรรูปยางพาราจากประเทศไทยไปประเทศจีนในปี 2554-2558	5-4
รูปที่ 5.4	ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์	5-6
รูปที่ 5.5	ราคายางพาราส่งออกต่างประเทศ (FOB กรุงเทพฯ)	5-7
รูปที่ 5.6	เปรียบเทียบสถิติราคายางพาราของประเทศคู่ค้าของไทยและราคาตลาดโลก	5-9
รูปที่ 5.7	การออกยางพาราผ่านด่านศุลกากร อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ	5-12
รูปที่ 5.8	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรอำเภอเชียงของไปยังประเทศเพื่อนบ้าน	5-13
รูปที่ 5.9	ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (ชนิดยางรถยนต์) ผ่านด่านศุลกากรอำเภอแม่สายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน	5-14
รูปที่ 5.10	เส้นทาง R3A ด่านเชียงของ และด่านห้วยทราย	5-14
รูปที่ 5.11	การขนส่งโดยใช้รถบรรทุกบรรทุกยางพารา	5-15
รูปที่ 5.12	การขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางเดินเรือ	5-20
รูปที่ 5.13	ท่าเรือกวานเหล่ย์	5-20
รูปที่ 5.14	ท่าเรือเชียงรุ่ง/จิ่งหัง	5-21
รูปที่ 5.15	ระยะทางและเวลาการขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางน้ำจากท่าเรือเชียงแสนไปยังประเทศจีน	5-22
รูปที่ 5.16	ขั้นตอนการส่งออกยางพารา	5-26
รูปที่ 5.17	เส้นทางการขนส่งผ่านเส้นทางคมนาคมทางบกและทางน้ำ จากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้	5-27
รูปที่ 6.1	พื้นที่การเพาะปลูกยางในมณฑลยูนนาน (Yunnan) ประเทศจีน (ตอนใต้)	6-2
รูปที่ 6.2	ปริมาณความต้องการใช้ยางพาราของจีน และผลผลิตยางพาราของจีนและประเทศ CLMV	6-3
รูปที่ 6.3	ส่วนแบ่งปริมาณผลผลิตยางพาราโลก	6-4
รูปที่ 6.4	โรงงานแปรรูปจากสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-7
รูปที่ 6.5	ปริมาณการนำเข้ายางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-8
รูปที่ 6.6	ปริมาณการส่งออกยางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน	6-9
รูปที่ 6.7	รูปแบบการแปรรูปยางพารา (SCR 20)	6-10
รูปที่ 6.8	รูปแบบการแปรรูปยางพารา (SCR 10) และ (SCR WF)	6-11
รูปที่ 6.9	โรงงานแปรรูปของนักธุรกิจจีนในเมืองสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน	6-11

สารบัญรูป (ต่อ)

รูป		หน้า
รูปที่ 6.10	การเข้าสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองคุนหมิง	6-12
รูปที่ 6.11	มูลค่าสินค้าส่งออก 5 อันดับ ที่สำคัญของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ปี 2553-2558	6-16
รูปที่ 6.12	ข้อมูลพื้นฐานของสหภาพเมียนมา	6-18
รูปที่ 6.13	พื้นที่ปลูกยางพาราในสหภาพเมียนมา	6-21
รูปที่ 6.14	พื้นที่เพาะปลูกยางพารา สปป.ลาว	6-26
รูปที่ 6.15	พื้นที่ปลูกยางพารา สปป.ลาว ปี ค.ศ. 2010-2015	6-37
รูปที่ 6.16	การแปรรูปยางพาราของโรงงานแปรรูป ใน สปป.ลาว	6-38
รูปที่ 6.17	โรงงานแปรรูปของประเทศจีนที่เข้ามาลงทุนใน สปป.ลาว (โกดังเก็บสินค้า)	6-39
รูปที่ 6.18	สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา ในแขวงหลวงน้ำทา สปป.ลาว, 2558	6-30
รูปที่ 6.19	แผนการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน สปป.ลาว	6-31
รูปที่ 6.20	โซ่คุณค่าของยางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้)	6-35
รูปที่ 6.21	โรงงานแปรรูปยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย	6-37
รูปที่ 6.22	โรงงานแปรรูปยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย	6-37
รูปที่ 6.23	โรงงานแปรรูปยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย (การแปรรูปยางเครพ)	6-38
รูปที่ 6.24	โรงงานอุตสาหกรรมยางพาราใน สปป.ลาว จากการลงทุนของจีน	6-39
รูปที่ 6.25	ขั้นตอนการส่งน้ำยางจากเกษตรกรถึงผู้ประกอบการ	6-40
รูปที่ 6.26	การลงพื้นที่สำรวจโรงงานแปรรูป ประเทศจีน (ตอนใต้)	6-40
รูปที่ 6.27	การบรรจุยางแท่ง SCR 20	6-41
รูปที่ 6.28	สัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครคุนหมิง ประเทศจีน (ตอนใต้)	6-42
รูปที่ 6.29	ผลสรุปการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรของศักยภาพของยางพาราไทย (ภาคเหนือตอนบน)	6-57
รูปที่ 7.1	โซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย)	7-2
รูปที่ 7.2	โครงสร้างตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย (บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด)	7-3
รูปที่ 7.3	พื้นที่เหมาะสมในการจัดตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในจังหวัดเชียงราย	7-7

สารบัญรูป (ต่อ)

รูป			หน้า
รูปที่	7.4	พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราของตำบลห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เหมาะสมน้อย (สีแดง) เหมาะสมปานกลาง (สีเขียว) และเหมาะสมมาก (สีเหลือง)	7-8
รูปที่	7.5	สถิติการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากร อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ จ. เชียงราย	7-10

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ยางพาราถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ และมีบทบาทอย่างมากต่อภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้มากที่สุดในภาคเกษตรกรรมของไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ด้วยแนวโน้มความต้องการยางพาราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดโลก อีกทั้งประเทศไทยมีภูมิประเทศที่เหมาะสมต่อการปลูกยางพารา จึงทำให้ประเทศไทยมีการเพิ่มพื้นที่ปลูกยางพาราและมีการขยายตัวของอุตสาหกรรมยางพาราอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราผลผลิตและปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่งของโลก ในปี 2558 ปริมาณการผลิตยางพาราอยู่ที่ระดับ 4.0 ล้านตัน ซึ่งลดลงจากปี 2557 ร้อยละ 2 เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศและราคาของยางอยู่ในช่วงขาลงจึงทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดลดลง โดยประเทศคู่ค้ายางพาราที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศจีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น ตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตเพื่อส่งออกไปจีนนั้นมีสัดส่วนที่มากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 58 เป็นต้น

แนวโน้มการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการผลิตรถยนต์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก จึงส่งผลต่อความต้องการยางพาราของจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาความต้องการใช้ยางพาราของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7.71 จาก 10.76 ล้านตัน ในปี 2553 เพิ่มขึ้นเป็น 11.59 ล้านตัน ในปี 2557 (สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) โดยเพิ่มขึ้นตามความต้องการของตลาดโลกที่สำคัญได้แก่ ตลาดในจีน สหภาพยุโรป อเมริกาใต้ และอเมริกาเหนือ เป็นต้น ซึ่งจีนและบราซิลนั้นนำยางพาราส่วนใหญ่ไปใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น อุปกรณ์และอะไหล่รถยนต์ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามพบว่าแนวโน้มราคายางพารานั้นลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจของโลก ส่งผลให้การรับซื้อและการลงทุนชะลอตัว ส่งผลให้ความต้องการใช้ยางพาราลดลง โดยเฉพาะในช่วงปี 2555 ต่อเนื่องถึงปี 2558 ราคายางพาราทดต่ำจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ รวมถึงราคาน้ำมันมีการปรับลดลงเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ความต้องการใช้ยางพาราในอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องของจีนและอินเดียยังคงมีการขยายตัว และจากแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ประเทศจีนมีการส่งเสริมการขยายพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราภายในประเทศตลอดจนการเพิ่มการลงทุนในธุรกิจยางพาราในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว เมียนมา กัมพูชา และเวียดนาม อีกด้วย

จากปริมาณความต้องการยางพาราในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รัฐบาลไทยมีการส่งเสริมการผลิตและอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในการผลิตและส่งออกยางพาราของไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ รัฐบาลไทยได้มีนโยบายเพื่อส่งเสริมให้มีการเพิ่มขึ้นของสวนยางพารา และส่งเสริมให้มีการปลูกยางพาราทดแทนพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น โดยรัฐบาลส่งเสริมและขยายพื้นที่ไปยังภาคเหนือ และภาคอีสานของประเทศไทย โดยภาครัฐมีการจัดตั้งโครงการ “ปลูก

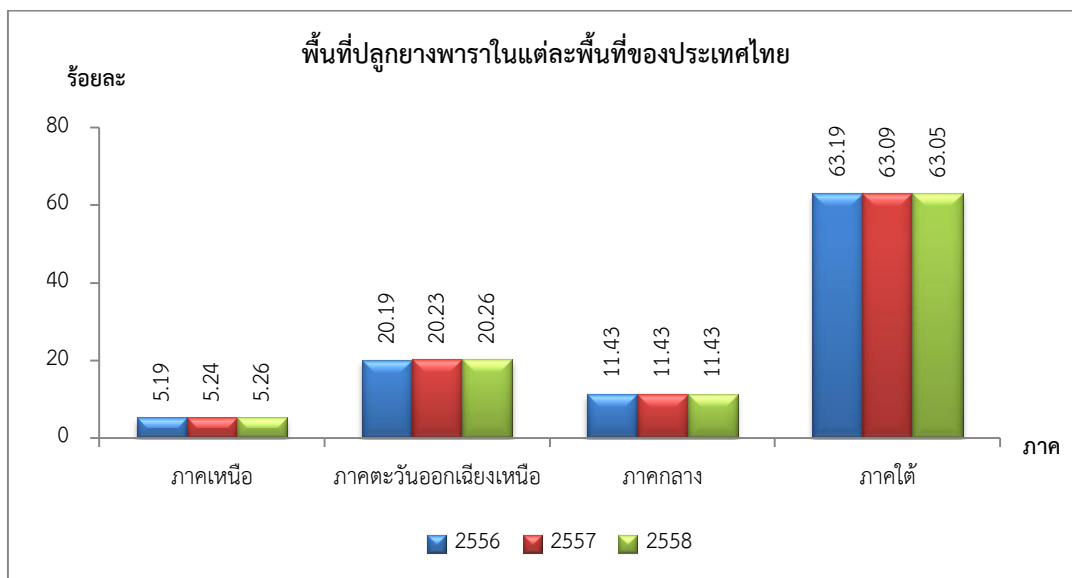
ยางพาราเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในแหล่งปลูกยางใหม่” ซึ่งนโยบายของโครงการมีแผนการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราในระหว่างปี 2547-2549 จำนวน 1,000,000 ไร่ สัดส่วนการเพิ่มพื้นที่ปลูกยางพาราในภาคเหนือ ร้อยละ 30 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 70 และกำหนดนโยบายเพิ่มพื้นที่ปลูกยางรอบที่ 3 อีกกว่า 800,000 ไร่ในช่วงต้นปี 2554 ทำให้ในปี 2553 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพารารวมกว่า 18.32 ล้านไร่ (สถาบันวิจัยยาง, 2553) และในปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกยางพาราในประเทศไทยสูงถึง 25 ล้านไร่ในปี 2557 (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2557)

จากนโยบายดังกล่าว รวมถึงแรงผลักดันจากตลาดต่างประเทศที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะปริมาณแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีอาณาเขตใกล้เคียงกับพื้นที่ในภาคเหนือของประเทศไทย ส่งผลให้พื้นที่ปลูกยางพาราทางภาคเหนือของประเทศไทยมีการขยายตัวของการปลูกอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อย่างไรก็ตามจากการสำรวจผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางพาราทั้งในภาครัฐ และเอกชน อาทิ เกษตรกรพ่อค้าผู้รับซื้อยางพาราในภาคเหนือ และผู้ประกอบการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน รวมถึงการรวบรวมข้อมูลจากรายงานวิชาการต่างๆ พบว่าอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือยังมีข้อจำกัดและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจหลากหลายรูปแบบ อาทิ ปัญหาด้านราคายางที่ยังคงผันผวน ปัญหาและอุปสรรคทางการขาดความรู้และความเชี่ยวชาญในการกรีดยาง ปัญหาความไม่เป็นธรรมในระบบการตลาด ปัญหาการขาดแคลนแหล่งรับซื้อหรือตลาดกลางในการรวบรวมและรับซื้อผลผลิตยาง ปัญหาการขาดแคลนแหล่งผลิตหรือโรงงานพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางโดยใช้นวัตกรรมสมัยใหม่ ตามการผลิตของโลก และปัญหาด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นต้น ด้วยเหตุผลในข้างต้นส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนยางในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยประสบปัญหาในหลายประการ และต้องการหาแนวทางการแก้ไขปัญหามาเพื่อพัฒนาการผลิตและการตลาด รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของภาคเหนือตอนบนให้เป็นระบบที่ดีและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC)

ภายในปี 2557 พบว่าประเทศไทยมีการผลิตยางพาราเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลกเป็นจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบยางที่แปรรูปแล้ว และยางดิบ ซึ่งพื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศไทยในปี 2557 ที่ผ่านมามีพื้นที่ที่สามารถกรีดยางได้กว่า 17 ล้านไร่ มีผลผลิต 5,984 ล้านตัน และมีผลผลิตเฉลี่ย 342 กิโลกรัม ต่อไร่ ซึ่งประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพาราเป็นอันดับสองโดยเป็นรองประเทศอินโดนีเซียอยู่เพียงประเทศเดียว ทั้งนี้ประเทศไทยมีพื้นที่กรีดยางเพิ่มขึ้นจากในอดีต โดยในปี 2547 ประเทศไทยมีพื้นที่ที่สามารถกรีดยางได้เพียง 10 ล้านไร่ แต่ในปัจจุบันประเทศไทยสามารถเพิ่มพื้นที่ปลูกยางพาราทั่วทั้งประเทศได้สูงถึง 17 ล้านไร่ ในปี 2557 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 7 ล้านไร่ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (สำนักงานสถิติการเกษตร, 2557)

โดยผลผลิตที่เพิ่มขึ้นเหล่านี้เนื่องมาจากนโยบายส่งเสริมการปลูกยางพาราจากทางรัฐบาลของประเทศไทยที่ส่งเสริมให้มีการปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือของประเทศไทยให้เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่ามีพื้นที่ปลูกยางพาราที่เพิ่มมากขึ้น แต่แนวโน้มการปลูกยางพาราที่เก็บเกี่ยวได้ต่อไร่ของยางพารากลับมีปริมาณผลผลิตที่ลดลง ดังรูปที่ 1.1 ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าการส่งเสริมการปลูกยางพาราของภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยนั้นส่งผลให้มีพื้นที่ปลูกเพิ่มมากขึ้น แต่ประสิทธิภาพในการจัดการ รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตของยางพาราในเขตภาคเหนือยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก อีกทั้งผู้ปลูกยางพาราในภาคอื่นๆ ของประเทศไทยเริ่มหันไปปลูกพืช

เศรษฐกิจอื่นๆ ทดแทนการปลูกยางพารา เนื่องจากระยะเวลาในการปลูกยางพารามีระยะเวลาในการปลูกที่ยาวนาน



ที่มา ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 1.1 แนวโน้มการปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย ในปี 2556 - 2558

สำหรับพื้นที่ปลูกยางพาราแต่ละภูมิภาคในประเทศไทยมีทิศทางที่ดีขึ้นนับตั้งแต่ในอดีต และมีพื้นที่ปลูกที่สามารถรีดน้ำยางได้เพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2558 ทั้งนี้จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าสัดส่วนของพื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมินั้นมีอัตราการเพิ่มขึ้นที่ใกล้เคียงกันโดยสัดส่วนพื้นที่ปลูกยางพาราในภาคใต้มีปริมาณมากที่สุดตามมาด้วย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคเหนือ ตามลำดับจากรูปที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าการปลูกยางพาราในภาคใต้มีแนวโน้มการปลูกที่ลดลง สาเหตุเนื่องมาจากการเสื่อมสภาพของต้นยางพาราที่สามารถให้น้ำยางได้อย่างเหมาะสม ประกอบกับการผันผวนของสภาพอากาศทำให้แนวโน้มการปลูกลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่การปลูกยางพารามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในอดีตทางภาคเหนือนั้นยังไม่มี การส่งเสริมให้ปลูกยาง แต่ทางชาวบ้านได้มีการปลูกยางกันมานานไม่ต่ำกว่า 15 ปี ในจังหวัด พะเยา น่าน เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ที่ได้ปลูกตามคำบอกเล่าต่อๆ กันมา โดยไม่มีความรู้ในเรื่องของการปลูกยางจึงทำให้ไม่ค่อยได้ผลผลิต แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันรัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้ปลูกยางในโครงการปลูกยาง 1 ล้านไร่ ทางภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกทั้งได้มีการให้ความรู้ คำแนะนำกับเกษตรกรในการปลูกยางอย่างถูกวิธี (การยางแห่งประเทศไทย, 2558) ทั้งนี้ในภาคเหนือมีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณ 8 แสนไร่ ซึ่งส่วนใหญ่จะปลูกกันมากในจังหวัดเชียงราย พะเยา น่าน พิจิตรโลก ซึ่งในปี 2558 จะสามารถกรีดยางพาราได้ร้อยละ 50 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งจะมีน้ำยางสดออกสู่ตลาดประมาณ 10,000 ตัน/เดือน และคาดว่า จะมีพื้นที่เปิดกรีดยางใหม่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี ซึ่งจากปัญหาราคายางพาราที่ลดลงอย่างต่อเนื่องนั้นรัฐบาล

ยังไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาได้ จึงทำให้สมาคมเครือข่ายเกษตรสถาบันเกษตรกรยางพาราไทยภาคเหนือได้นำตัวแทนเกษตรกร 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พะเยา น่าน พิชณุโลก มารวมตัวกันเข้าไปเจรจาซื้อขายยางพารากับนักธุรกิจทางประเทศจีนตอนใต้ เพื่อหาช่องทางการตลาดใหม่ และทำการระบายสต็อกน้ำยางสด รวมถึงส่งออกยางแปรรูปไปจีนผ่านด่านศุลกากรเชียงของ จังหวัดเชียงราย (ประชาชาติธุรกิจ, 2558)

ในปี 2554 ประเทศไทยมีพื้นที่ที่สามารถกรีดยางพาราในเขตภาคเหนือได้เพียง 192,699 ไร่ และใน ปี 2557 ที่ผ่านมานั้นมีพื้นที่ ที่สามารถกรีดยางพาราเพิ่มขึ้น เป็น 590,601 ไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) ดังตารางที่ 1.1 และในปี 2557 พบว่าพื้นที่ที่สามารถกรีดยางได้ของประเทศไทยนั้น มีสัดส่วนร้อยละ 3.43 ในพื้นที่ปลูกภาคเหนือ ร้อยละ 16.33 ในพื้นที่ปลูกภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 12.05 ในพื้นที่ปลูกภาคกลาง และร้อยละ 68.19 ในพื้นที่ปลูกภาคใต้ จากสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีพื้นที่ที่สามารถกรีดยางได้มากขึ้น และมีการส่งเสริมการปลูกส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ

แนวโน้มพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศไทย

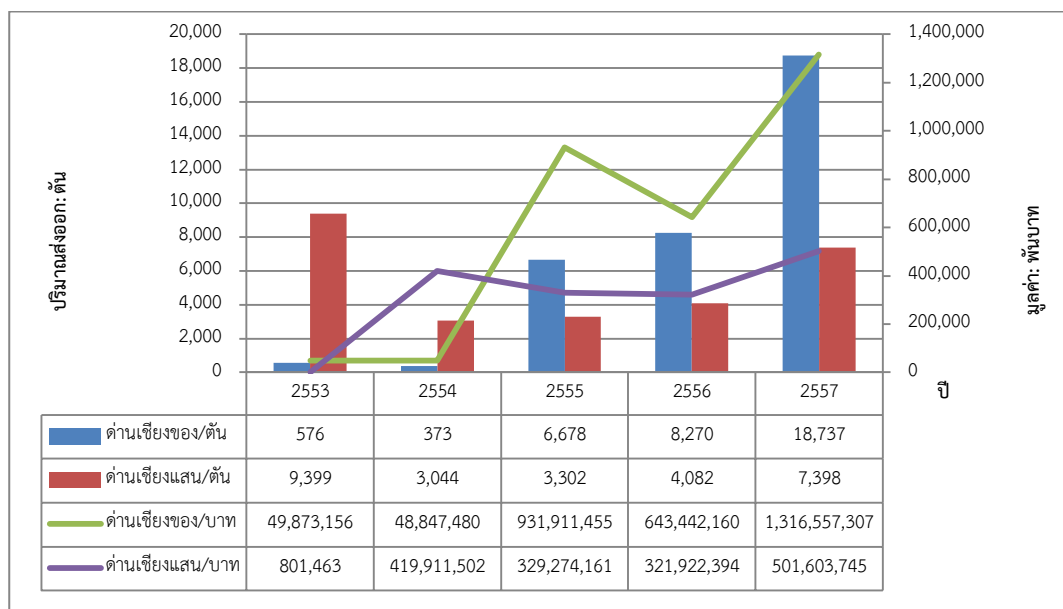
ตารางที่ 1.1 พื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตยางพาราของไทย ปี 2555 - 2557

ปี				หน่วย : ไร่
	2555	2556	2557	เปอร์เซ็นต์
ภาคเหนือ	303,978	472,526	590,601	3.43
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,220,332	2,498,713	2,812,429	16.33
ภาคกลาง	1,815,629	1,939,699	2,074,383	12.05
ภาคใต้	11,259,826	11,576,335	11,740,116	68.19
รวมทั้งประเทศ	15,599,765	16,487,273	17,217,529	100.00

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557

สำหรับการส่งออกยางพาราในเขตภาคเหนือของไทยนั้น พบว่ามีการส่งออกทั้งทางแม่น้ำโขง-แม่น้ำล้านช้าง และเส้นทาง R3A โดยมีการส่งออกผ่านด่านชายแดน ณ อำเภอเชียงแสนในอดีต ซึ่งสถิติที่ผู้วิจัยรวบรวมในเบื้องต้นพบว่า ในปี 2553 มีปริมาณการส่งออกยางพารา ณ ด่านศุลกากรเชียงแสน สูงถึง 9,398.94 ตัน ต่อปี รวมมูลค่าการส่งออก 801.46 ล้านบาท สำหรับในปี 2554 และ 2555 มีมูลค่าการส่งออกผ่านด่านเชียงแสนในปริมาณที่ลดลง ซึ่งสาเหตุอาจเกิดจากการสร้างท่าเรือพาณิชย์เชียงแสนเพื่อการพัฒนาการขนส่งแห่งใหม่ไปยังประเทศจีนตอนใต้ และด่านศุลกากรทางเล็กลง ณ ด่านศุลกากรเชียงของ จึงมีการปรับเปลี่ยนเส้นทางการขนส่งทางน้ำ (ด่านศุลกากรอำเภอเชียงแสน) ไปเป็นเส้นทางการขนส่งทางบก (ด่านศุลกากรอำเภอเชียงของ) ซึ่งจากสถิติเดิมในปี 2553 พบว่า ด่านศุลกากรอำเภอเชียงของ มีมูลค่าการส่งออกที่น้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออก ณ ปี 2555 จนถึง ปี 2557 ซึ่งมีปริมาณการส่งออกยางพาราที่เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตามจากการศึกษาของ สมพร (2553) พบว่าการเปิดเส้นทาง R3E นั้นได้ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมในด้านของการขยายพื้นที่ปลูกยางเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นประเทศจีนตอนใต้ สปป.ลาว ตอนบน รวมถึงประเทศเวียดนามด้วย

ซึ่งหากพื้นที่เหล่านี้เปิดการกรีดยางแล้วคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราของไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งประเทศจีนนั้นได้หันมาเป็นผู้ผลิตโดยเข้าไปรับสัมปทานพื้นที่ปลูกยางพาราใน สปป.ลาว และเมียนมา เพื่อส่งกลับไปยังตลาดจีน (สยามธุรกิจ, 2558)



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากด้านศุลกากรเชียงแสน และด้านศุลกากรเชียงของ จ.เชียงราย, 2558

รูปที่ 1.2 ปริมาณการส่งออกและมูลค่าของยางพาราผ่านด่านอำเภอเชียงแสน – เชียงของ

จากการวิเคราะห์ในเบื้องต้นของผู้วิจัย ทำให้มองเห็นโอกาสและช่องทางการส่งออกยางพาราชนิดต่างๆ ของไทยไปยัง สปป.ลาว และจีน ซึ่งด่านชายแดนทั้งด่านอำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของมีการส่งออกยางพาราซึ่งเป็นโอกาสที่ทางการค้า แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกยางพาราโดยใช้เส้นทางแม่น้ำโขง-แม่น้ำล้านช้าง และเส้นทาง R3A นั้นยังเป็นเส้นทางใหม่ที่ใช้ในการขนส่งและยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเฉพาะด้าน ซึ่งงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับยางพาราที่มีมาในช่วงก่อน ปี 2555 นั้น มีการศึกษาในเชิงลึกทั้งในเรื่องของต้นทุนโลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และโซ่คุณค่า แต่เป็นการศึกษาในพื้นที่การปลูกยางพาราเดิม (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคกลาง) แต่ยังไม่มีการศึกษาด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน รวมถึงต้นทุนโลจิสติกส์ในการจัดการยางพาราเพื่อการส่งออกผ่านทางแม่น้ำโขง-แม่น้ำล้านช้างและเส้นทาง R3A ไปยัง สปป.ลาว และประเทศจีน อีกทั้งมาตรการทางการค้ากับประเทศคู่ค้าและคู่แข่งอย่าง สปป.ลาว และประเทศจีน ที่ปัจจุบันมีการปลูกยางพาราอย่างมากเช่นกัน ซึ่งในอนาคตอาจมีมาตรการกีดกันการนำเข้าสินค้ายางพารา ทางผู้วิจัยจึงได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางการแก้ไข ทั้งในเชิงรุก/เชิงรับ รวมถึงการวิเคราะห์ผู้เล่นภายในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นแบบแผน

แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเกษตรและผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับยางพาราในประเทศไทย รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางพาราให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ใช้คุณค่า ที่ช่วยในการเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพของการแปรรูปยางพาราเพื่อการส่งออก และแนวทางการพัฒนาโซ่อุปทานการตลาดยางพาราของอุตสาหกรรมต้นน้ำในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ซึ่งจะสามารถนำไปเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตลอดจนโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อการส่งออกไปยังอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีน โดยมุ่งเน้นศึกษาวิจัยใน 2 ประเด็นหลัก คือ ประเด็นด้านการผลิตโดยเน้นการวิเคราะห์ศักยภาพในพื้นที่เขตภาคเหนือตอนบน (เน้นจังหวัดเชียงราย) และประเด็นด้านโซ่อุปทาน ในห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของตลาดและมาตรการสนับสนุนการรักษาเสถียรภาพราคายางพาราของไทยตลอดจนแนวทางการส่งเสริมการส่งออกยางพาราไทยสู่ตลาดอุตสาหกรรมยางแปรรูปในประเทศจีน และประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยในปีแรกเป็นปีการศึกษาปีที่ 1 Phase I – เน้นการศึกษายางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับตลาดประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน (เน้นสาธารณรัฐประชาชนจีน สปป.ลาว และสหภาพเมียนมา) โดยมีวัตถุประสงค์ย่อยดังต่อไปนี้

1. ศึกษาโซ่อุปทานโครงสร้างตลาดราคายางพาราในภาคเหนือตอนบน และความเชื่อมโยงของตลาดในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย (โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และความเชื่อมโยงของตลาดส่งออกเพื่อนบ้านที่สำคัญ เช่น ประเทศจีน รวมไปถึง ประเทศผู้ผลิตแห่งใหม่ในอนาคต เช่น สปป.ลาว สหภาพเมียนมา และประเทศต่างๆ ในกลุ่มประเทศ ASEAN ในเส้นทางเศรษฐกิจสาย R3A)
2. วิเคราะห์ศักยภาพ โอกาส อุปสรรคทางการผลิตและการตลาด รวมถึงการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราของอุตสาหกรรมต้นน้ำ เน้นเกษตรกรผู้ปลูก ในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย (เน้นจังหวัดเชียงราย) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. ศึกษากระบวนการจัดการการค้าชายแดน ต้นทุนโลจิสติกส์ยางพาราของการส่งออกยางพาราของไทยในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ R3A (เน้นการศึกษาในเส้นทางการส่งออกของไทยในเส้น R3A เชียงของ)
4. ศึกษาแนวทางการพัฒนาและนโยบายการผลิต และการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศเพื่อนบ้านโดยเฉพาะ สปป.ลาว เมียนมา และจีน (ตอนใต้) ในเขตเส้นทางการค้าและเศรษฐกิจ R3A
5. ศึกษาแนวทางการพัฒนานโยบายและทิศทางการส่งเสริมที่เหมาะสมของภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการด้านการผลิต และเขตพื้นที่เพาะปลูก รวมถึงนโยบายด้านราคา เพื่อสร้างเสถียรภาพราคายางพาราในอุตสาหกรรมยางพาราของไทย และการสนับสนุนด้านการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านคำถามการวิจัย

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการระบุนำคำถามวิจัยหลักของการศึกษาในครั้งนี้โดยคำถามในการวิจัยนั้นมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ทั้งนี้เพื่อช่วยให้เห็นภาพ และขอบเขตของการศึกษาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ความเชื่อมโยงภายในโซ่อุปทานโครงสร้างตลาดราคายางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย รวมถึงช่องทางการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีน รวมไปถึง ประเทศผู้ผลิตแห่งใหม่ในอนาคต เช่น สปป.ลาว สหภาพเมียนมา โดยเน้นการศึกษาระบบการส่งออกของผู้ประกอบการ และการส่งออกผ่านเครือข่ายสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีรูปแบบการจัดการอย่างไร
- ศักยภาพโอกาสและอุปสรรคทางการผลิตในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของตลาดการส่งออกยางพาราของอุตสาหกรรมต้นน้ำในเขตภาคเหนือตอนบน (เน้นจังหวัดเชียงราย) ของไทยมีศักยภาพโอกาสมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคในส่วนใดบ้าง เกิดจากสาเหตุใด และใครบ้างได้รับผลกระทบจากอุปสรรคนี้
- ด้านการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีน (ตอนใต้) นั้นมีโอกาสเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร และมีอุปสรรคอะไรบ้าง
- ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราของไทย (จังหวัดเชียงราย) ในปัจจุบันนี้อาจจะได้รับผลกระทบในเชิงคุณภาพทั้งทางบวก และทางลบจากการส่งออกหรือไม่อย่างไร
- การจัดการด้านการส่งออกโดยอาศัยการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ดีหรือไม่
- สหกรณ์ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราของประเทศไทยในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาด้านการผลิตไปจนถึงระบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้ประสบความสำเร็จในการส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) หรือไม่
- สหกรณ์ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราของประเทศไทยในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนให้ประสบความสำเร็จหรือไม่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้จะเน้นการวิเคราะห์ในมุมมองระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่เกษตรกร พ่อค้าคนกลาง ผู้ประกอบการ และผู้ส่งออก โดยเน้นการวิเคราะห์อุตสาหกรรมต้นน้ำ (เกษตรกร) ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยเป็นหลักเพื่อขับเคลื่อนทั้งโซ่อุปทาน โดยมีการตั้งเป้าหมายประเทศที่ ประเทศจีน – ประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ของไทยที่มีอาณาเขตเชื่อมโยงในเขตภาคเหนือตอนบน ในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ R3 (เน้นเส้นทาง R3A) และมีการขยายพื้นที่การผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สปป.ลาว และจีน (ตอนใต้) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องดังนี้

1. เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบนในกลุ่มกรณีศึกษาหลัก ได้แก่ สหกรณ์ผู้ผลิตและจำหน่ายยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เกษตรกรผู้เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบน และผู้ประกอบการส่งออกที่ไม่ผ่านการจัดการโดยสหกรณ์ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ผู้รับซื้อยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคเหนือตอนบน รวมทั้งในส่วนภูมิภาค และส่วนกลาง อาทิ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมสหกรณ์
ทั้งนี้สามารถสรุปรายชื่อผู้ที่เกี่ยวข้องที่สำคัญได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการและผู้แทนภาครัฐฯ ในประเทศไทย อาทิ

- ผอ. วันชัย เขาวลิต ผู้อำนวยการสงเคราะห์สวนยางจังหวัดลำปาง ปฏิบัติงานในกิจการการยางแห่งประเทศไทย
- ว่าที่ร้อยตรี ทรงวุฒ อริยพรรณ (เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด) สหกรณ์การเกษตรอำเภอเชียงของ
- ผู้ประกอบการ บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด
คุณศุภภัทร ปุชัยโชติ (ผู้จัดการ)
- ผู้ให้บริการโลจิสติกส์บริษัทธงหังอิมพอร์ตแอนด์เอกพอร์ท จำกัด
- สหกรณ์การเกษตรเชียงของ จำกัด คุณกิตติภาพ นวลใส (ผู้ช่วยผู้จัดการ)
- ATALL HOLDING CO.,LTD. (AAH) คุณ ทวีรัตน์ รังสฤษฏ์วีระโชติ

2. ผู้ประกอบการและผู้แทนภาครัฐฯ ใน สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) อาทิ

- ผู้อำนวยการ ชไมพร เจือเจริญ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองคุนหมิง
- Mr.Siphone Kongchampa (Director General Foreign Affairs
Department of Louangnamtha Provinc Lao PDR)
- Mr. Thuangmaly Phimphasay เจ้าหน้าที่กรมป่าไม้หลวงน้ำทา แผนกเกษตรกรรม, กรมป่าไม้
- ผู้ประกอบการบริษัทแปรรูปยางพารา สปป.ลาว JIAO CHANG FA ZHAN SI
- ผู้ประกอบการผู้ประกอบการโรงงาน Yunnan Natural RubberIndustrial Co.,Ltd or Yunnan Rubber Investment Co.Ltd.(LAOS)
- ผู้ประกอบการบริษัท KUNMING ZHONGHUA COATINGCO.LTD

1.3.3 ขอบเขตด้านสินค้าที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษารั้วนี้จะทำการศึกษาถึงสหกรณ์ผู้ผลิตและส่งออกยางพาราก่อนด้วย แผ่นยางพาราเครพ และยางพาราแผ่นรมควัน

1.4 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์

1.4.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้แยกประเด็นการศึกษาวิจัยหลักออกเป็น 3 ส่วนหลัก คือ

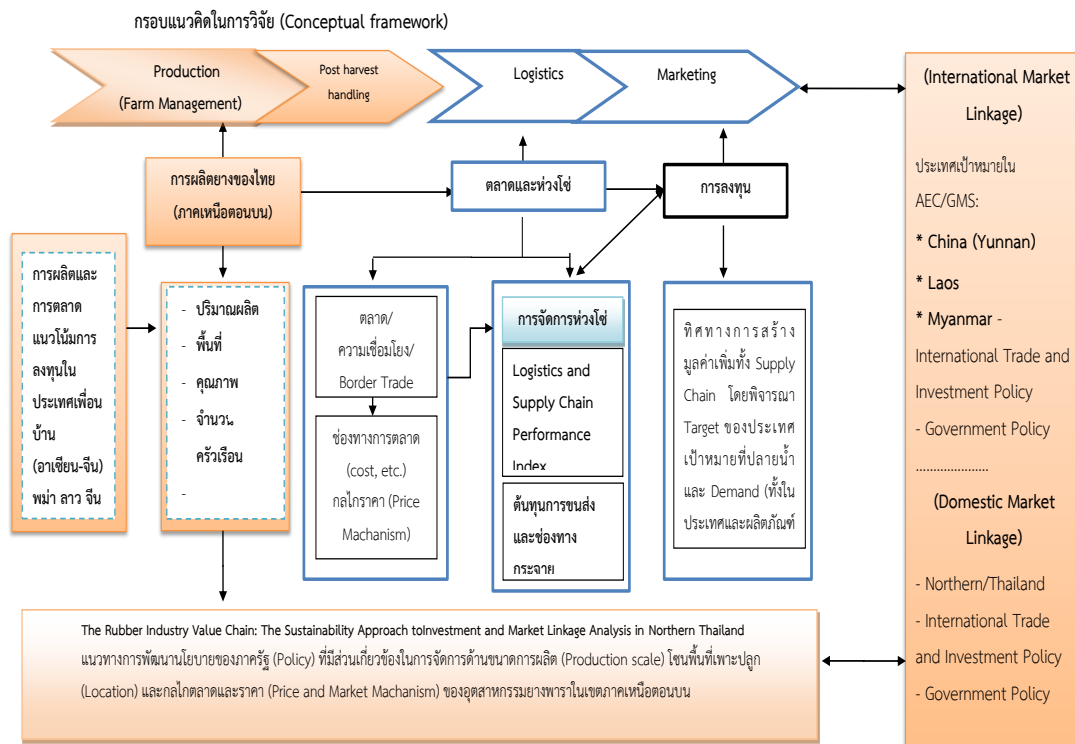
- **ประเด็นการวิจัยที่ 1** ด้านอุปทาน (Supply) คือศึกษาการผลิตที่มุ่งเน้นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Producer: Production) เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มการลงทุน (พื้นที่การปลูก) ยางในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการปลูก ระบบการผลิตและการตลาด รวมถึงนโยบายการส่งเสริมการผลิต และศักยภาพในด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราของประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะ สปป.ลาว เมียนมา และจีน (ตอนใต้)
- **ประเด็นการวิจัยที่ 2** ด้านอุปสงค์ (Demand) คือการศึกษาโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยจะพิจารณาเชื่อมโยงต่อจากประเด็นการวิจัยแรก ซึ่งจะวิเคราะห์จากการจัดการโลจิสติกส์ รวมไปถึงการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราของไทย
- **ประเด็นวิจัยที่ 3** ด้านการศึกษาหาพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราของเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดใกล้เคียง

โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกจากตัววัตถุดิบยางพาราที่จะใช้เป็น Pilot ไว้ อย่างชัดเจนคือ ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นเครพ และยางแผ่นรมควัน ซึ่งถือเป็นวัตถุดิบยางพาราแปรรูปในขั้นต้นของเกษตรกรหรือสหกรณ์ รวมถึงผู้ประกอบการแปรรูป โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะพบว่ายางแผ่นเครพ และยางแผ่นรมควัน นั้นเป็นแนวทางการเพิ่มมูลค่าของยางพาราถือเป็นวัตถุดิบยางพาราที่ได้รับความนิยมและมีการส่งออกในปริมาณ และมูลค่าที่สูงมากอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในปัจจุบันทางเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบนนั้นได้ให้ความสำคัญและพยายามพัฒนาศักยภาพการแปรรูปยางธรรมชาติในขั้นต้น ซึ่งถือเป็นอีกหนทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ยางพาราของเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันยังไม่มีโรงงานแปรรูปยางพาราชั้นกลางหรือขั้นปลายในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปออกมาอีกทั้งในปัจจุบันพบว่าการส่งออกแผ่นยางเครพ และยางแผ่นรมควันในเส้นทาง R3A โดยผ่านด่านเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ไปสู่ตลาดในประเทศจีนตอนใต้ แต่อย่างไรก็ตามจากสถิติการส่งออกจะเห็นได้ว่า การส่งออกแผ่นยางเครพ และยางแผ่นรมควันผ่านด่านการค้าชายแดน ณ ด่านศุลกากรเชียงของนั้นยังไม่มีสถิติรายการ มีความผันผวนอยู่มาก ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาค้นคว้าถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความไม่มีเสถียรภาพดังกล่าวอีกด้วย

นอกจากนี้การศึกษารั้วนี้ได้มีการระบุผลิตภัณฑ์ปลายทางที่จะศึกษา คือ ยางแปรรูปในกลุ่มอุตสาหกรรมยางพาหนะ (อุตสาหกรรมยานยนต์) ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ปลายทางหนึ่งที่เป็นที่ต้องการของตลาด

โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดในประเทศจีน ทั้งนี้คณะผู้วิจัยมุ่งเน้นการวิเคราะห์โอกาสและศักยภาพของการส่งออกผลิตภัณฑ์เป้าหมายกรณีที่จะศึกษาทางภาคเหนือตอนบนเป็นหลัก เพื่อจะชี้ให้เห็นว่าตลาดผลิตภัณฑ์ยาง นั้นมีโอกาประสบความสำเร็จหรือไม่โดยได้มีการแบ่งประเด็นการวิจัยที่สำคัญและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และคำถามวิจัยไว้อย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้การศึกษาวิจัยนั้นสามารถมองเห็นภาพได้ในเชิงลึก และสามารถเห็นความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดขอบเขตการอย่างศึกษาดังต่อไปนี้

ประเด็นการวิจัย 1: ด้านการผลิต (Production)

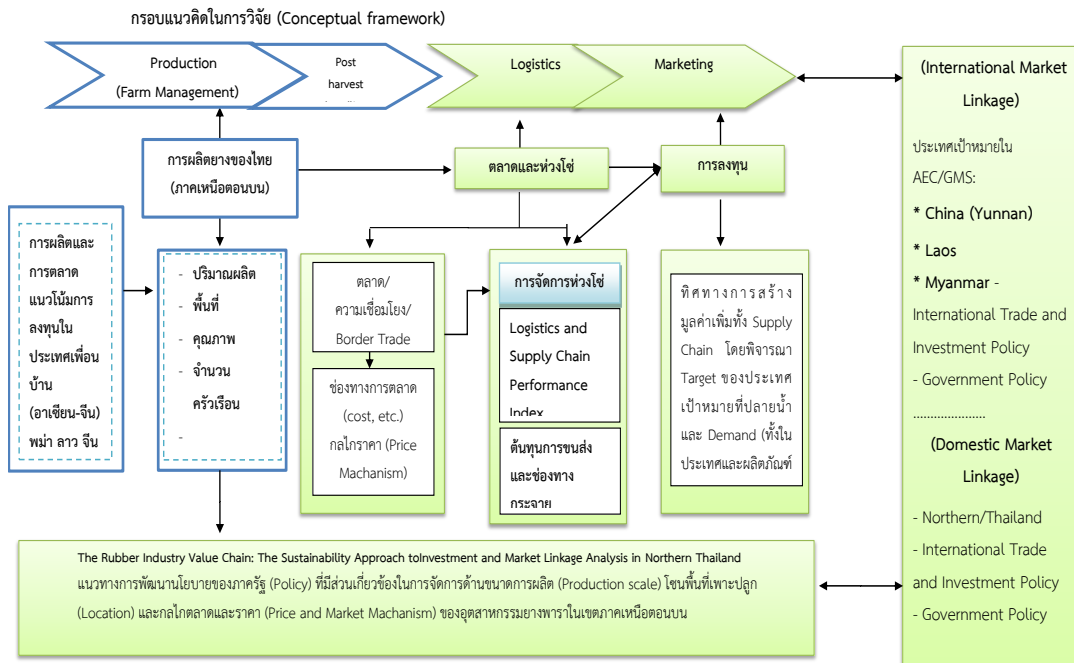


รูปที่ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัยด้านการผลิตและการตลาดยางพาราภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

เพื่อเป็นการตอบโจทย์วิจัยและบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 2 และ 4 (ประเด็นด้านการผลิต) ในการศึกษาวิเคราะห์ระบบการผลิตของอุตสาหกรรมต้นน้ำ (เน้นเกษตรกร) ในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงรูปแบบและวิธีการในการจัดการด้านการผลิตวัตถุดิบจากยางพาราและการลงทุน โดยเฉพาะด้านการจัดการแรงงานที่เหมาะสมรวมถึงเพื่อศึกษารูปแบบการปลูกและแนวทางการแปรรูปวัตถุดิบยางพาราในอุตสาหกรรมยางพาราที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในประเด็นวิจัยนี้ด้วยการใช้การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ (Mathematic model) ร่วมกับการวิเคราะห์ GIS เพื่อตอบวัตถุประสงค์ดังกล่าว

ประเด็นการวิจัย 2: ด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management)



รูปที่ 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

เพื่อเป็นการตอบโจทย์วิจัยและบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2 และ 3 (ในประเด็นการวิเคราะห์โซ่อุปทาน) คณะผู้วิจัยได้วางแผนที่จะใช้การวิเคราะห์โซ่อุปทาน (Supply Chain Analysis) การลงทุนและความเชื่อมโยงของตลาดในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อให้เห็นภาพในเชิงพลวัต (Dynamics) ของผู้เล่นในห่วงโซ่ โดยในการศึกษาใช้คุณค่านี้ทางคณะผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวทางการวิเคราะห์ตามแนวคิดของ Kaplinsky and Morris (2000) และ Fearn et al. (2008) โดยจะทำการศึกษา

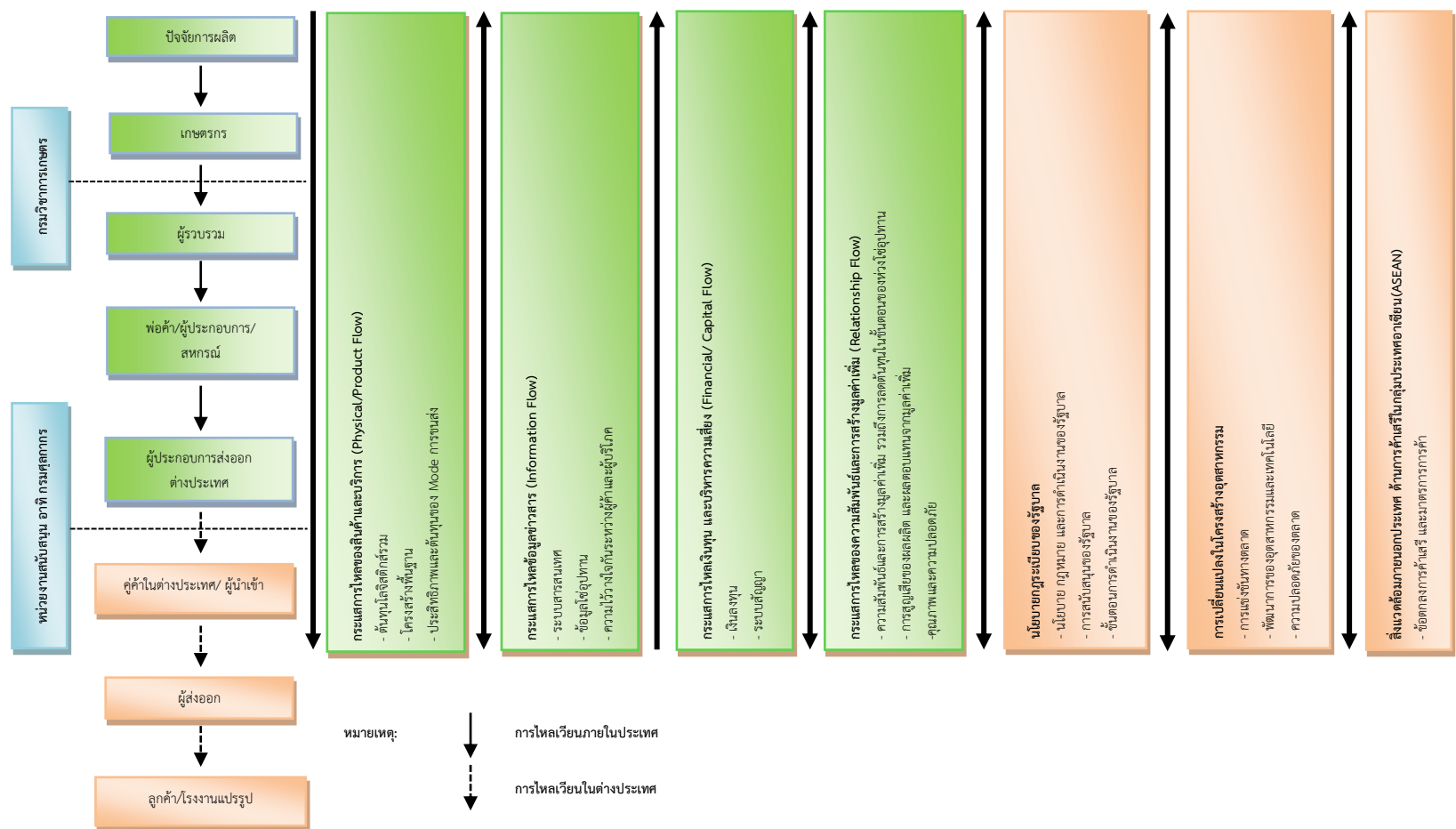
1. สภาพทั่วไปและส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทาน
2. ทำการสร้างแผนภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Mapping)
3. วิเคราะห์การไหลทั้ง 3 ประเภทภายในห่วงโซ่ ได้แก่
 - 1) การไหลของสิ่งของสินค้าและบริการ (Physical: Product Flow)
 - 2) การไหลของข้อมูล (Information Flow)
 - 3) ความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อหาแนวทางในการยกระดับความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราให้มีความเป็นธรรมและยั่งยืน (Ethically and Sustainably Supply Chain) นอกจากนี้ยังจะทำการศึกษาและเปรียบเทียบ

ระดับศักยภาพของห่วงโซ่โดยใช้ดัชนีชี้วัดในด้านต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือของ
ไทย อาทิ

- ด้านประสิทธิภาพ ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ต้นทุนการผลิต
- ด้านการตอบสนอง ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ระยะเวลานำ
- ด้านความยืดหยุ่น ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ความยืดหยุ่นด้านปริมาณ
- ด้านคุณภาพยาง ตัวอย่างตัวชี้วัด เช่น ระยะเวลาเก็บรักษา

โซ่อุปทานของวัตถุดิบยางพารานั้น มีองค์ประกอบหลายส่วนในโซ่อุปทาน ได้แก่ ผู้ผลิตปัจจัยการผลิต
ไปสู่ผู้ผลิตต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยความยาวของห่วงโซ่ของวัตถุดิบแต่ละชนิดจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับ
จำนวนผู้ผลิตในแต่ละขั้นตอนการผลิตซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานสามารถแยกได้เป็น 4 หมวดหลักนั่นคือ 1.
กระแสการไหลของสินค้าและบริการ (Physical flow) 2. กระแสการไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information flow)
3. กระแสการไหลของเงินทุนและการบริหารความเสี่ยง (Financial flow) และ 4. กระแสการไหลของ
ความสัมพันธ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Relationship flow) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายนอกที่มีผลต่อโซ่
อุปทานยางพาราซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น 3 หมวดดังนี้ 1. นโยบายและระเบียบต่างๆ 2. โครงสร้างอุตสาหกรรม
และ 3. สิ่งแวดล้อมภายนอกประเทศ โดยในแต่ละหมวดจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทาน โดยมี
รายละเอียดดังรูปที่ 1.5



รูปที่ 1.5 กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานยางพาราเพื่อการส่งออกในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

ซึ่งจะพิจารณาและวิเคราะห์ถึงประเด็นต่อไปนี้

1. กระแสการไหลของสินค้าและบริการ (Physical/Product Flow):

- ต้นทุนโลจิสติกส์รวม (ต้นทุนขนส่ง ต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลัง ต้นทุนการบริหารคำสั่งซื้อ เป็นต้น) เทียบกับมูลค่าสินค้า และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนโลจิสติกส์)
- โครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
- ประสิทธิภาพและต้นทุนของรูปแบบต่างๆ ในการขนส่ง/ติดต่อ

2. กระแสการไหลข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) :

- ระบบสารสนเทศ
- ข้อมูลเกี่ยวกับกับจัดการโซ่อุปทาน เพื่อใช้สำหรับการตัดสินใจทำธุรกิจ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานการพัฒนามาตรฐานสินค้า และแบรนด์สินค้าของผู้เกี่ยวข้องระดับต่างๆ เพื่อใช้สื่อสารคุณภาพและมาตรฐานสินค้า
- ความไว้วางใจของฝ่ายต่างๆ เช่น ลูกค้า และผู้นำเข้าสามารถไว้วางใจเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าได้หรือไม่ เป็นต้น

3. กระแสการไหลเงินทุน และบริหารความเสี่ยง (Financial /Capital Flow):

- เงินลงทุน
- ระบบสัญญาผูกพัน (contract farming) ทางการผลิตและการค้าเป็นอย่างไรมีปัญหาอะไร เช่น ขาดการแบ่งภาระความเสี่ยง ปัญหาต้นทุนธุรกรรมในการทำสัญญาและบังคับสัญญาเกษตรกรขาดอำนาจต่อรอง

4. กระแสการไหลของความสัมพันธ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Relationship Flow):

- ความสัมพันธ์และรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มระหว่างผู้เล่นในโซ่อุปทาน (เป็นอย่างไรและมีการพัฒนาไปในทิศทางใด)
- การเพิ่มมูลค่าและลดต้นทุนในแต่ละขั้นตอนของโซ่อุปทาน (เกิดจากปัจจัยใด มีอะไรที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มมูลค่าและการผลิต/จำหน่ายยางพาราของไทย อาทิ ความรู้ความเข้าใจ (ทัศนคติ) เวลา และเงินทุน เพื่อพัฒนาและสร้างระบบการผลิต/การแปรรูปที่มีมาตรฐานและปลอดภัย เป็นต้น)
- ความสูญเสียของผลผลิตในห่วงโซ่อุปทานแต่ละขั้นตอน
- การแบ่งผลตอบแทนจากมูลค่าเพิ่ม (คุ้มกับการลงทุนหรือไม่โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย)
- คุณภาพและความปลอดภัย (ในราคาที่สะท้อนต้นทุนหรือไม่)

5. นโยบายกฎระเบียบของรัฐ

- นโยบาย กฎหมาย และการดำเนินงานตามนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรไทย (ยางพารา)
- การอุดหนุนและสนับสนุนของภาครัฐ
- กระบวนการและขั้นตอนดำเนินงานของรัฐ

6. การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรม เช่น

- ตลาดมีการแข่งขันหรือผูกขาดหรือไม่ อย่างไร: คู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้หรือไม่ (ประเทศใดในอาเซียนมีศักยภาพที่จะเป็นคู่แข่ง)
- พัฒนาการของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Supply Chain Redesigned) และพัฒนาการด้านโซ่อุปทานหรือไม่อย่างไร
- ตลาดมีผู้แทนที่ทำหน้าที่สำคัญบางอย่างเกี่ยวกับการตลาด รวมถึงหน้าที่เกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานของสินค้าหรือไม่อย่างไร

7. สิ่งแวดล้อมภายนอกประเทศด้านการค้าเสรีในกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN)

- ข้อตกลงการค้าเสรี และมาตรการการค้าเป็นต้น

ประเด็นการวิจัย 3: การวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา

การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงรายเป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geoinformation Technology) กล่าวคือ การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การคัดเลือกปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดความสำคัญของปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ส่วนวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศนั้นได้ใช้วิธีการการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS)

1. การคัดเลือกปัจจัย

ทำการทบทวนวรรณกรรม บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราหรือสินค้าเกษตรอื่นๆ เพื่อรวบรวมปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) (Mayring, 2000) ซึ่งเป็นวิธีการแยกแยะแจกแจงเนื้อหาหรือแนวคิดที่ปรากฏในเอกสาร ข่าวสาร คำพูด หรือภาพ ทำให้ทราบโครงสร้างและขอบเขตเนื้อหาอย่างละเอียด โดยในการวิจัยนี้ได้นำวิธีการนี้มาใช้เพื่อรวบรวมความถี่ของแต่ละปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ซึ่งถูกกล่าวถึงในบทความและงานวิจัยต่างๆ จากนั้นจึงทำการคัดเลือกปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีความถี่มากที่สุดไม่น้อยกว่า 10 ปัจจัย

2. การกำหนดค่าน้ำหนักและลำดับความสำคัญของปัจจัย

การกำหนดค่าน้ำหนักและจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในจังหวัดเชียงรายโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้ใช้การการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราหรือสินค้าเกษตรอื่นๆ ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive

Sampling) (สิน พันธุ์พินิจ, 2554) โดยผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ได้แก่

2.1.1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน และธุรกิจเกษตร

2.1.2 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ (Interview Schedule) ซึ่งเป็นชุดของคำถามที่ให้ผู้สัมภาษณ์ (Interviewer) ใช้ถามและจดบันทึกคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ (Interviewee) โดยผู้วิจัยเป็นผู้อ่านข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ตอบฟังหากผู้ตอบหรือผู้ให้สัมภาษณ์ฟังคำถามไม่เข้าใจก็สามารถซักถามจนเข้าใจได้ (สินพันธุ์พินิจ, 2554) การสร้างแบบสัมภาษณ์มีขั้นตอนดังนี้

2.2.1 การทบทวนและเตรียมความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราหรือสินค้าเกษตรอื่นๆ และแนวคิดทฤษฎีด้านเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ

2.2.2 การออกแบบแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยเชิงพื้นที่ที่ใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่

ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา ได้แก่ (1) การให้ค่าน้ำหนักของปัจจัยที่ใช้

ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา (2) การจัดลำดับความสำคัญหรือค่า

คะแนนของปัจจัยที่ใช้ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา

2.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.3.1 การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการทดสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราหรือสินค้าเกษตรอื่นๆ

2.3.2 การหาความสอดคล้องหรือความเหมาะสมของผลการวัดกับเนื้อเรื่องหรือทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะที่มุ่งวัดซึ่งการหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการทดสอบว่าเครื่องมือวิจัยนี้สามารถจะวัดตัวแปรต่างๆ ได้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือเนื้อหาที่ต้องการทดสอบซึ่งสามารถทำได้โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิโดยค่าดัชนีความสอดคล้องของแต่ละข้อจะต้องไม่น้อยกว่า 0.5 (วัลลภรัฐฉัตรานนท์, 2557)

ดั่งสมการที่ 1

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (1)$$

โดยที่ R คือ ผลรวมคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยค่า IOC มีค่าดังนี้

+1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อความนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์

ของการศึกษา

0 หมายถึงไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับ

เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

-1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อความนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตาม

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ มีขั้นตอนดังนี้

2.4.1 การเตรียมการสัมภาษณ์โดยการนัดหมายผู้เชี่ยวชาญตามวันและ

เวลาที่กำหนด และเตรียมแบบสัมภาษณ์ให้ครบถ้วน

2.4.2 การสัมภาษณ์โดยนักวิจัยและผู้ช่วยสัมภาษณ์ตามวันและเวลาที่

ได้นัดหมายไว้

2.4.3 ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญให้ครบตามจำนวนที่กำหนด

2.5 การวิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์

ข้อมูลสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ ได้แก่ ค่าน้ำหนักและค่าคะแนนของปัจจัยที่ใช้ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา ดังนั้นหลังจากที่ทำการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญครบถ้วนแล้วจึงทำการแปลตีความและวิเคราะห์ค่าน้ำหนักและลำดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละปัจจัยที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญซึ่งค่าน้ำหนักและค่าคะแนนของปัจจัยจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราด้วยวิธีการทาง Geographic Information System (GIS) ต่อไป

3. การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา

การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงรายนี้ได้ใช้ Analytic Hierarchy Process (AHP) ร่วมกับเทคนิคและกระบวนการทาง Geographic Information System (GIS) ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.1 การเตรียมปัจจัย

3.1.1 ปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา นี้คัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนที่ผ่านมาปัจจัยทั้งหมดต้องทำการแปลงและจัดให้อยู่ในรูปแบบของข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial Data) แบบราสเตอร์ (Raster Data) กำหนดขนาดกริด 40 x 40 เมตรหรือ 1 ไร่ โดยปัจจัยต้องผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การประมาณค่าช่วง (Interpolation) การคำนวณระยะห่าง (Euclidean Distance) เป็นต้น

3.1.2 จากนั้นจึงทำการกำหนดลำดับความสำคัญของปัจจัยหรือค่าคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญให้กับปัจจัยทุกปัจจัยเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ AHP ใน GIS ในขั้นตอนต่อไป

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

AHP เป็นกระบวนการที่ใช้ในการ “วัดค่าระดับ” ของการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้ผลการตัดสินใจที่ถูกต้องตรงกับเป้าหมายของการตัดสินใจได้มากที่สุดการวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ทำการนำเข้าปัจจัย (Input) ทุกปัจจัยที่ได้จากการเตรียมในข้อ

3.1 ในคำสั่ง AHP ในโปรแกรม ArcGIS Desktop 10

3.2.2 จากนั้นทำการประมวลผลเพื่อรวมปัจจัยทุกปัจจัยที่นำเข้า โดย ผลลัพธ์ที่ได้ คือแผนที่รวม

3.2.3 นำแผนที่รวมที่ได้มาทำการแบ่งกลุ่มพื้นที่ตามศักยภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม สามารถคำนวณได้จากสมการที่ 2-4

(1) พื้นที่ที่มีศักยภาพต่ำ $P < X - S.D.$

(2) พื้นที่ที่มีศักยภาพปานกลาง $X - S.D. \leq P \leq X + S.D.$

(3) พื้นที่ที่มีศักยภาพสูง $P > X + S.D.$

เมื่อ P คือ ค่าคะแนน

$\bar{X}$ คือค่าเฉลี่ย

S.D. คือค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4.2 วิธีการสำรวจและเก็บข้อมูล

การวิจัยนี้มุ่งเน้นหาข้อค้นพบหรือรวบรวมข้อเท็จจริงและสารสนเทศ (Fact Finding and Information Gathering) ร่วมกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ดังนั้นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจึงถูกรวบรวมมาจาก 2 แหล่ง คือ

การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Fieldwork research) โดยนักวิจัยหลักจะวางแผนการเดินทางเก็บข้อมูลแล้วเข้าไปเก็บข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัยท้องถิ่น และวิธีที่สอง คือ การวิจัยข้อมูลจากเอกสารวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จากภาคสนามและข้อมูลจากเอกสารต่างๆ มาจำแนกแยกแยะข้อมูล และวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่ช่วยให้เข้าใจความเชื่อมโยงมากยิ่งขึ้น

การศึกษานี้จะเป็นการศึกษาที่บูรณาการข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมจากภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือของ ไทย ทั้งเกษตรกร (เน้นเกษตรกรใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน) พ่อค้า และผู้ประกอบการ เป็นต้นรวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราของไทย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศจีน

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพการค้า การส่งออกกฎระเบียบและมาตรฐานทางการค้า เป็นต้น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงาน และบทความวิชาการต่างๆ รวมถึงสถิติของหน่วยงานภาครัฐ อาทิ เอกสารสถิติการส่งออกของด่านศุลกากร ท่าเรือ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการอธิบายสถานการณ์ แนวโน้มการลงทุน ความเชื่อมโยงของตลาด รูปแบบการลงทุน ความร่วมมือของภาคีในอุตสาหกรรมยางพาราในเบื้องต้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมและต้นทุนจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการศึกษานี้จะบูรณาการเครื่องมือทางการวิจัยในหลายเครื่องมือเพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิที่มีความทันสมัยและสามารถนำมาประมวลวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulate) ทั้งในส่วนข้อมูลของประเทศไทย และข้อมูลของประเทศคู่ค้าที่มีความสำคัญและเชื่อมโยงอย่างยิ่งกับอุตสาหกรรมยางในเขตภาคเหนือตอนบน (ประเทศจีน) รวมถึงประเทศที่เป็นฐานการผลิตแห่งใหม่ (สปป.ลาว) และประเทศที่มีพื้นที่ในการปลูกยางจำนวนมากเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายสำคัญรายหนึ่งของประเทศจีน (สหภาพเมียนมา) โดยจะมีการแยกเก็บข้อมูลตามประเทศดังต่อไปนี้

ประเทศไทย

ทำการเก็บรวบรวมจากภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย ตั้งแต่ต้นน้ำกลางน้ำและปลายน้ำกล่าวคือ

1. เกษตรกรผู้ปลูกยางพารากลุ่มนักศึกษา 8 กลุ่มจังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบนของไทยจำนวน 400 ราย (เน้นการศึกษาเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนพื้นที่ปลูกและผลผลิตมากในเขตภาคเหนือตอนบน) โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างนั้นจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage

random sampling) และทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิด้านการผลิตและการตลาดของเกษตรกรภายหลังจากการทำ (Focus group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยและสามารถนำมาพัฒนาแบบสอบถามสำหรับการวิจัยก่อนนำไปปรับใช้จริง

2. พ่อค้าผู้รับซื้อผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (เช่นผู้ให้บริการขนส่งผู้ให้บริการจัดเก็บ)
3. ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราและผู้ส่งออกยางพารา
4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา

โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างของภาคีในข้อ 2-4 นั้นจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และ/หรือการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์ (Semi-structured Questions) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) และการลงพื้นที่ (Field Study) ในการให้ได้ว่าข้อมูลเพื่อสามารถจัดทำแผนภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Mapping) ที่สามารถระบุผู้เล่น การไหล และความร่วมมือภายในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ รูปแบบ และต้นทุนในการขนส่ง จากสหกรณ์ไปยังประเทศปลายทางได้ถูกต้อง โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลเชิงคุณภาพ

สปป.ลาว

สปป.ลาว ถือว่าเป็นประเทศที่เป็นฐานการปลูกยางพาราที่สำคัญแหล่งใหม่ของเอเชียซึ่งอาจจะมียุทธศาสตร์ต่ออุตสาหกรรมยางพาราของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ดังนั้นจึงควรที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านของนโยบายกฎระเบียบและแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของ สปป.ลาว รวมถึงข้อมูลเชิงสถิติที่จะสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและการพัฒนาอุตสาหกรรมและการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของ สปป.ลาว

นอกจากนี้ยังมีการวางแผนการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบ Semi-structured Question จาก Key informant ของภาคีที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางพาราของ สปป.ลาว อาทิหน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการและนักวิชาการซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในเบื้องต้นไว้ที่แขวงหลวงน้ำทา และบ่อเต็น รวมถึงพื้นที่ทางตอนใต้ของแขวงจำปาสักโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ได้รับความร่วมมือจาก National University of Laos

สหภาพเมียนมา

สหภาพเมียนมา ถือว่าเป็นประเทศที่มีพื้นที่ในการปลูกยางพาราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการสนับสนุนการขยายพื้นที่การปลูกของภาครัฐและเอกชน รวมถึงแรงผลักดันจากนักลงทุนต่างชาติ นอกจากนี้มูลค่าและปริมาณการส่งออกยางพาราของสหภาพเมียนมาก็มีสูงขึ้นเช่นกัน ซึ่งจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางพาราของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ดังนั้นจึงมีการวางแผนการเก็บข้อมูล

ทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านของนโยบาย มาตรการ กฎระเบียบ การค้า การลงทุน และแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของสหภาพเมียนมา รวมถึงข้อมูลเชิงสถิติที่จะสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและการพัฒนาอุตสาหกรรม และการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของสหภาพเมียนมา

นอกจากนี้ยังมีการวางแผนการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยการสัมภาษณ์โดยใช้ Semi-structured Question จาก Key Information ของภาคีที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางพาราของสหภาพเมียนมา อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในเบื้องต้นไว้ที่เขตตะนาวศรี รัฐมอญ รัฐกะเหรี่ยง ย่างกุ้ง และบาโก

ประเทศจีน

ในส่วนของประเทศจีนนั้นถือเป็นผู้นำเข้ายางพารารายใหญ่ของประเทศไทยซึ่งถือว่าเป็นประเทศปลายน้ำที่สำคัญและนโยบายของจีนนั้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายฐานการปลูกยางพาราในประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สปป.ลาว ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางพาราในสวนกลางน้ำและต้นน้ำของไทยในอนาคต ทางผู้วิจัยจึงได้วางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ภาพรวมของนโยบายกฎระเบียบและแนวโน้มความต้องการรวมถึงการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศจีน รวมถึงข้อมูลเชิงสถิติที่จะสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและการพัฒนาอุตสาหกรรม และแนวโน้มการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศจีนและมีการวางแผนการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบ Semi-structured question จาก Key informant ของภาคีในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศจีน อาทิ หน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการและนักวิชาการซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในเบื้องต้นไว้ที่ คุณหมิง มณฑลยูนนาน

1.4.3 ระเบียบวิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือในการดำเนินงานวิจัย

การศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนหลัก คือ

- การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)
 - Product Flow
 - Information Flow
 - Relationship Flow

- วิเคราะห์ความยั่งยืนและยุติธรรมในห่วงโซ่ (Sustainably and Ethical Chain)
- การวิเคราะห์และเปรียบเทียบมาตรฐาน ระเบียบ และข้อบังคับ (Law and Regulations Analysis) รวมถึงนโยบาย และมาตรการทางการค้า (Trade Policy Analysis)
- การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - ดัชนีความสามารถในการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย (Supply Chain Performance Index)
 - ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Industry Competitiveness Index) อาทิ
 - สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจและส่วนแบ่งตลาด (Overall Business Environment and Market Share)
 - สาธารณูปโภคและโลจิสติกส์ของประเทศ (Infrastructure and Logistics Performance)
 - กฎระเบียบ ข้อบังคับ (Policy and Regulation)
 - ทุนมนุษย์ (Human Capital)
 - การวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม (R&D)
 - การสนับสนุนและความยั่งยืนในการแข่งขันของประเทศ (Supporting and Sustainably of Business)
 - เครื่องมือทางเศรษฐมิติ (Econometrics model)
 - Geographic Information System (GIS) Analysis
- การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย เป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geoinformation Technology) กล่าวคือ การวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย การคัดเลือกปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดความสำคัญของปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ส่วนวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศนั้นได้ใช้วิธีการการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ (Potential Surface Analysis: PSA) ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS)

ทั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ และข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่ช่วยทำให้เข้าใจความเชื่อมโยงต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสรุปประเด็นวิจัย เครื่องมือที่ใช้ และประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ตารางสรุปประเด็นการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ และประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

ประเด็นการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ประโยชน์ที่ได้
1. การผลิต (Production)	- Diamond Model	- เข้าใจถึงศักยภาพและแนวโน้มการผลิตและราคาของยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทยและของประเทศเพื่อนบ้าน ในอนาคต	ภาครัฐและเอกชน รวมถึงเกษตรกรสามารถทราบถึงศักยภาพและแนวโน้มการผลิตและราคาของยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทยและของประเทศเพื่อนบ้าน และสามารถนำไปวางแผนการผลิตในอนาคตได้
2. การตลาดและโซ่อุปทาน (Market, Supply Chain System)	- Supply Chain Management Analysis ● Product Flow ● Information Flow ● Financial/Capital Flow Relationship Flow	- การพัฒนาตลาด ช่องทางการตลาด และห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมส่งออกของยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทย และประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนที่เป็นคู่ค้าหลัก ได้แก่ จีน และประเทศคู่แข่ง ได้แก่ สหภาพเมียนมา และ สปป.ลาว(เน้นจีน) โดยเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน	ภาครัฐ และภาคเอกชน รวมถึงเกษตรกรสามารถทราบถึงโอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมส่งออกยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทยในตลาดจีนตอนใต้ และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาตลาด/ช่องทางการตลาด ห่วงโซ่และการลงทุนของอุตสาหกรรมส่งออกยางพาราไทยเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและทิศทางการแข่งขันกับประเทศคู่ค้า และคู่แข่งที่สำคัญ
- ผลกระทบ (Effects Analysis)	การวิเคราะห์ประสิทธิภาพโซ่อุปทาน (Supply Chain Performance Analysis)	- ผลกระทบที่เกิดกับแต่ละหน่วยเศรษฐกิจในห่วงโซ่อุปทานจากระดับความสามารถในการแข่งขันของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทยสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	ภาครัฐและเอกชนสามารถนำข้อมูลวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการผลักดันให้เกิดการนำกลไกการจัดการห่วงโซ่อุปทานและการพัฒนาตลาด รวมถึงการคาดการณ์ผลกระทบ (ทั้งทางบวกและทางลบ) และแนวทางในการรักษาเสถียรภาพด้านราคา รวมถึงการพัฒนาของเกษตรกร ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในเขตภาคเหนือตอนบน และภาคอื่นๆ เพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่ตั้งจุดรับซื้อยางพารา จังหวัดเชียงราย พร้อมกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ในการตัดสินใจ	- ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System) - การตัดสินใจโดยใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analysis Hierarchy Process: AHP)	ผลที่คาดว่าจะได้รับแบบจำลองการเลือกที่ตั้งโรงงานแปรรูปปัจจัย และข้อมูลตลอดจนแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเลือกสถานที่ตั้งโรงงานแปรรูปผ่านการตัดสินใจโดยกระบวนการคิดสรร (Analytic hierarchy process)	ภาครัฐ,ผู้ประกอบการ และเอกชนสามารถนำแบบจำลองนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์การเลือกที่ตั้งของโรงงานแปรรูป โดยเฉพาะภาครัฐสามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบาย เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนที่ตั้งโรงงานแปรรูปในเขตภาคเหนือตอนบน

บทที่ 2

วรรณกรรมทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ผ่านมาได้กล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาวัตถุประสงค์ ขอบเขต และวิธีการศึกษารวมถึงกรอบแนวความคิดในการวิจัย และในบทนี้เพื่อให้การศึกษาแนวทางของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมส่งออกยางพาราของไทย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวม แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นภาพรวมของแนวทางการศึกษาวิเคราะห์ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
- 2.3 การวิเคราะห์โซ่อุปทาน และประสิทธิภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมยางพาราของไทย

2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา รวมถึงช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายของยางพาราของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

2.1.1 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพารา

ยางพารานั้นถือเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตหลัก ซึ่งจากการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิพบว่าการศึกษาและพัฒนา รูปแบบโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของยางพาราในภาคเหนือนั้นยังมีการดำเนินการไม่มากนัก โดยพบผลงาน และผลการศึกษาของภูมิภาคอื่นเป็นส่วนใหญ่ อาทิ การศึกษาอุตสาหกรรมยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก โดยการศึกษาส่วนใหญ่เน้นศึกษาในด้านการผลิต และการแปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมทั้งในส่วนของภาคต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทั้งนี้มีนักวิจัยที่ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของต้นทุนการผลิต และการกำหนดราคายางแผ่นรมควันชั้นต่างๆ ของโรงรมควันภาคตะวันออก ของสุธี อินทรสกุล และคณะ (2536) ซึ่งประเทศไทยเปลี่ยนบทบาทจากเดิมที่ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่แต่อยู่ในสถานะผู้รับราคามาเป็นผู้กำหนดราคาสำหรับราคายางภายในประเทศและราคาส่งออกช่วยให้ราคายาง ภายในมั่นคง และมีเสถียรภาพมากขึ้นและช่วยให้การกำหนดคุณภาพยางมีความเหมาะสมนอกจากนี้ยังเสริมสร้างความคล่องตัวในทางการค้า และอำนาจต่อรองในการขนส่งและค่าระวางเรือได้ผลการศึกษาจะช่วยให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการปรับปรุงราคาประกาศยางให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงและสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้เกี่ยวข้อง จากงานวิจัยของ สมจิตต์ ศิขรินมาศ และคณะ (2552) พบว่า ตลาดกลางสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องราคา คุณภาพ และน้ำหนักรายยางพารา ของชาวสวนยางที่มีปัญหาสะสมมานานได้ อีกทั้งยังเป็นแหล่งทางเลือกเพื่อการค้าขายยางพาราของเกษตรกร ผู้ซื้อหรือผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประมูลยางพารา สามารถเลือกซื้อได้ตามปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ ลดปัญหาความขัดแย้งในการซื้อขาย

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

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของยางพาราไทยนั้นสามารถสรุปห่วงโซ่อุปทานของแต่ละงานวิจัยได้ดังนี้

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

จากการศึกษาจากงานวิจัยเบื้องต้นพบว่า อุตสาหกรรมยางพารายังพบปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินการอยู่มากดังจะเห็นได้จากงานวิจัยดังต่อไปนี้

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

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

2.1.2 การตลาดและช่องทางการตลาดธุรกิจยางพาราของไทย

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

ประมุขอย่างเลย หรืออาจนำไปจำหน่ายโดยตรงให้กับโรงงานแปรรูปขึ้นต้น เพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ น้ำยางข้น และยางคอมปาว์ ซึ่งยางที่ถูกแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แล้วจะถูกจำหน่ายออกไปให้ผู้ซื้อทั้งในประเทศและส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ รวมถึงผู้ใช้ในประเทศที่เป็นโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางประเภทต่างๆ

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

2.2 แนวคิดการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา

การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารานั้นได้นำวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้โดยเริ่มจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อหาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการหาทำเลที่ตั้งของโรงงานแปรรูปยางพารา และเป็นโมเดลตัวอย่างในการนำไปประยุกต์ใช้กับจังหวัดอื่นๆ

2.2.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา คือเทคนิคการวิจัยที่พยายามจะบรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสารโดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ ใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณอย่างเป็นระบบและเน้นความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) และอิงกรอบทฤษฎี การบรรยายจะเน้นเนื้อหาตามที่ปรากฏ ไม่เน้นการตีความหรือการหาความหมายที่ซ่อนไว้เบื้องหลัง ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องไม่มีอคติหรือใส่ความคิดความรู้สึกของตนเองเข้าไป (Mayring, 2001; Williamson and Long, 2005)

Neuendorf (2002) กล่าวถึงการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นการวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหานี้เป็นการสรุปความ ในด้านเนื้อหาด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ซึ่งมีองค์ประกอบ 6 ประการ คือ 1. ความตั้งใจที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์ 2. การออกแบบ 3. ความน่าเชื่อถือ 4. ความมีเหตุผล 5. เป็นเรื่องทั่วๆ ไป และ 6. การจำลอง และการทดสอบสมมติฐานโดยไม่ถูกจำกัดด้วยชนิดของตัวแปร ซึ่งอาจวัดได้หรืออธิบายได้ด้วยเนื้อหาที่ได้รับการสร้างสรรค์หรือการนำเสนอ

Krippendorff (2007) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า เป็นเทคนิคการวิจัยเพื่อศึกษาการสร้างรูปแบบ และการอ้างอิงอย่างสมเหตุสมผลจากข้อมูลสู่บริบทของเนื้อหา

สุภางค์ จันทวานิช (2552) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า คือ เทคนิคการวิจัยที่พยายามบรรยายเนื้อหาของเอกสารหรือข้อความ โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ และเน้นสภาพวัตถุวิสัย การบรรยายเน้นเนื้อหาตามที่ปรากฏในข้อความ โดยผู้วิจัยไม่มีอคติหรือความรู้สึกของตัวเอง ไม่เน้นตีความหรือ

หาความหมายที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง อาจสรุปได้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหาต้องมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ มีความเป็นระบบ มีความเป็นสภาพวัตถุวิสัย และอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหานั้นเป็นรูปแบบของวิธีวิจัยประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นเทคนิคที่นำไปสู่ข้อวินิจฉัยอย่างเป็นระบบ เน้นสภาพวัตถุวิสัย และอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี ไม่มีอคติหรือใส่ความคิดความรู้สึกของตนเองเข้าไป

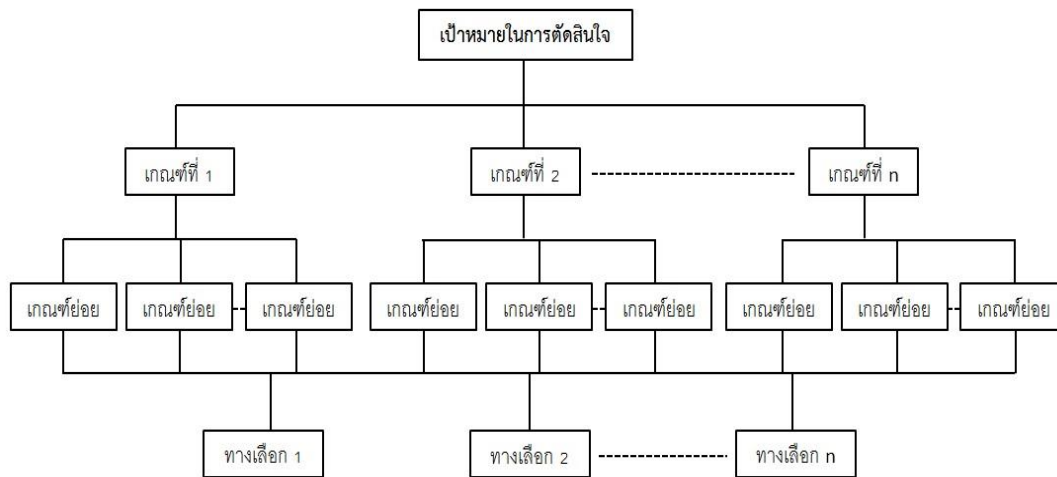
ขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหามีดังนี้

1. การตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นสำหรับการคัดเลือกเอกสารและหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์
2. การวางแผนการรวบรวมข้อมูล ทำได้โดยการทำการรายชื่อคำหรือข้อความในเอกสารที่จะถูกนำมาวิเคราะห์ไว้เป็นประเภท
3. การคำนึงถึงบริบทหรือสภาพแวดล้อมประกอบของข้อมูล เอกสารที่นำมาวิเคราะห์
4. การวิเคราะห์เนื้อหาจะกระทำกับเนื้อหาตามที่ปรากฏในเอกสารมากกว่ากระทำกับเนื้อหาที่ซ่อนอยู่ การวัดความถี่ของคำหรือข้อความในเอกสาร หมายถึง คำหรือข้อความที่มีอยู่ ไม่ใช่คำหรือข้อความที่ผู้วิจัยตีความได้ ซึ่งการตีความจะกระทำเมื่อผู้วิจัยจะสรุปข้อมูล
5. สรุปผลวิเคราะห์ ซึ่งจะมีได้ 2 แนวทาง คือ วิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพ

2.2.2 การวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process)

กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process) หรือเรียกสั้นๆ ว่า AHP เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งพัฒนาโดย Saaty ในปี ค.ศ. 1970 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหาร โดยมีหลักการ คือ การแบ่งโครงสร้างของปัญหาออกเป็นชั้นๆ ชั้นแรกคือ การกำหนดเป้าหมาย (Goal) แล้วจึงกำหนดเกณฑ์ (Criteria) เกณฑ์ย่อย (Subcriteria) และทางเลือก (Alternatives) ตามลำดับ (Saaty, 1980) แล้วจึงวิเคราะห์หาทางเลือกที่ดีที่สุด โดยแบ่งองค์ประกอบของปัญหาออกเป็นส่วนๆ ในรูปของแผนภูมิตามลำดับชั้นแล้วกำหนดค่าของการวินิจฉัยเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ และนำค่าเหล่านั้นมาคำนวณเพื่อดูว่าปัจจัย และทางเลือกอะไรมีค่าลำดับความสำคัญสูงสุด เป็นกระบวนการที่ใช้าง่าย เพราะมีโครงสร้างเลียนแบบกระบวนการคิดของมนุษย์ และผู้ใช้ไม่ต้องร้อเรียนจากประสบการณ์หรือไปฝึกอบรมเพราะ AHP ไม่ต้องมีผู้เชี่ยวชาญพิเศษมาคอยควบคุมชี้แนะ (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2542)

กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบของทีละคู่ จึงทำให้การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมทำได้ง่าย และสะดวกขึ้น ซึ่งปัจจุบัน AHP เป็นวิธีหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ (Multicriteria Decision Making) ที่มีผู้นิยมใช้กันมาก และมีการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยให้การวิเคราะห์ตัดสินใจทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น



รูปที่ 2.1 โครงสร้างของกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process)

ขั้นตอนการวิเคราะห์ด้วย AHP

การวิเคราะห์การตัดสินใจด้วย AHP มี 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดทางเลือกในแต่ละปัญหาจะมีทางเลือกในการแก้ไขที่หลากหลาย ในขั้นตอนนี้ให้กำหนดทางเลือกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
2. ระบุระดับของเกณฑ์ต่ำสุด (Threshold Level) ที่ต้องการของแต่ละทางเลือก
3. คัดเลือกทางเลือกเบื้องต้นจากทางเลือกที่กำหนดในขั้นที่ 1 โดยตรวจสอบกับเกณฑ์ต่ำสุด ถ้าทางเลือกใดต่ำกว่าเกณฑ์ให้คัดออก
4. ระบุเกณฑ์ (Criteria) หรือเกณฑ์ย่อย (Subcriteria) เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกในข้อที่ 3
5. สร้างลำดับชั้นของการตัดสินใจ (Develop Decision Hierarchy) จากทางเลือก และเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยอย่างน้อยจะมี 3 ลำดับชั้น คือ เป้าหมาย (Goal), เกณฑ์ (Criteria) และทางเลือก (Alternatives) ดังแสดงในรูปที่ 2.5
6. เปรียบเทียบเกณฑ์ทีละคู่ แล้วจึงเปรียบเทียบทางเลือกทีละคู่ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทีละเกณฑ์จนครบทุกเกณฑ์ ในการเปรียบเทียบทางเลือกนั้นจะให้คะแนนเป็นเชิงปริมาณหรือคุณภาพก็ได้
7. คำนวณลำดับความสำคัญของทางเลือก โดยการนำค่าน้ำหนัก (Weight) ของแต่ละทางเลือกในแต่ละเกณฑ์คูณกับค่าน้ำหนักของเกณฑ์แล้วหาผลรวมถ่วงน้ำหนักตามผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกตามคะแนนจากมากไปน้อย ทางเลือกที่มีคะแนนมากที่สุดจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด
8. วิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกทางเลือกจากข้อที่ 7 จำเป็นต้องวิเคราะห์ความอ่อนไหวอันเกิดจากความไม่แน่นอนของข้อมูลที่ใช้ในการ

ตัดสินใจถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงน้ำหนักหรือความสำคัญของเกณฑ์แล้วทางเลือกที่ดีที่สุดจะยังคงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดหรือไม่ถ้าเป็นจะทำให้เกิดความมั่นใจที่เลือกทางเลือกนั้น

โดยสามารถสร้างตารางเมตริกซ์เปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นคู่ โดยกำหนดมาตราส่วนในการเปรียบเทียบ ดังนี้

ถ้า $a_{ij} = 1$ หมายถึง ปัจจัย A_i และ A_j มีความสำคัญเท่ากัน

ถ้า $a_{ij} = 1/7$ หมายถึง ปัจจัย A_i มีความสำคัญน้อยกว่า A_j มากที่สุด

ถ้า $a_{ij} = 1/5$ หมายถึง ปัจจัย A_i มีความสำคัญน้อยกว่า A_j ปานกลาง

ถ้า $a_{ij} = 1/3$ หมายถึง ปัจจัย A_i มีความสำคัญน้อยกว่า A_j เล็กน้อย

ถ้า $a_{ij} = 3$ หมายถึง ปัจจัย A_i มีความสำคัญมากกว่า A_j เล็กน้อย

ถ้า $a_{ij} = 5$ หมายถึง ปัจจัย A_i มีความสำคัญมากกว่า A_j ปานกลาง

ถ้า $a_{ij} = 7$ หมายถึง ปัจจัย A_i มีความสำคัญมากกว่า A_j มากที่สุด

2.2.3 ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS)

McDonell และ Kemp, 1995 กล่าวถึง ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เป็นระบบคอมพิวเตอร์แบบหนึ่งที่ใช้การจัดการ การวิเคราะห์ และการแสดงผล ข้อมูลในรูปแบบที่ หรือข้อมูลเชิงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์โลก เช่นเดียวกับ Steinberg และ Steinberg, 2006 ที่กล่าวว่าเป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อการเก็บรวบรวมการจัดการ การวิเคราะห์และแสดงผลในรูปแบบที่ หรือข้อมูลเชิงพื้นที่

สรุคใจ กลินดาว, 2542 กล่าวถึง ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) ประกอบด้วย 2 คำ คือ “ระบบสารสนเทศ” (Information System) และ “ภูมิศาสตร์” (Geography) ที่ออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้รวบรวมจัดเก็บ วิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์ รวมทั้งการค้นคืนข้อมูล และการแสดงผลสารสนเทศ หรืออีกนัยหนึ่งระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เป็นทั้งระบบฐานข้อมูลที่มีความสามารถในการจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่โดยอยู่ในรูปของแผนที่เชิงเลขข้อมูลเชิงคุณลักษณะ และระบบปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นให้ได้ผลออกมาเป็นสารสนเทศแล้วนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจต่อไป

ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย, 2558 กล่าวถึง ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เป็นกระบวนการทำงานที่เกี่ยวกับข้อมูลเชิงพื้นที่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยใช้กำหนดข้อมูลและสารสนเทศที่มีความสัมพันธ์กับตำแหน่งในเชิงพื้นที่ ซึ่งข้อมูลและแผนที่ใน GIS เป็นระบบข้อมูลสารสนเทศที่อยู่ในรูปของตารางข้อมูล และฐานข้อมูลที่ส่วนสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial Data) ซึ่งแผนที่ใน GIS นั้นจะมีความสัมพันธ์กับตำแหน่งในเชิงพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ คือค่าพิกัดที่แน่นอน ข้อมูลใน GIS นั้นไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเชิงพื้นที่และข้อมูลเชิงบรรยายสามารถอ้างอิงถึงตำแหน่งที่มีอยู่จริงบนพื้นโลกได้ โดยอาศัยระบบพิกัดทางภูมิศาสตร์ (Geocode)

อาคม โสวนา, 2549 พูดถึง ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ คือ ระบบคอมพิวเตอร์ที่ถูกนำมาใช้ในการจัดเก็บประมวลผล วิเคราะห์ จัดทำแบบจำลอง และแสดงผลข้อมูลเชิงพื้นที่ที่มีพิกัดตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนแก้ปัญหาเชิงพื้นที่ต่างๆ

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ คือ กระบวนการทำงานเกี่ยวกับข้อมูลในเชิงพื้นที่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้ในการจัดเก็บประมวลผล วิเคราะห์ และแสดงผลในระบบของข้อมูลเชิงแผนที่ที่เชื่อมโยงกับฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาและการจัดการต่างๆ โดยระบบการทำงานประกอบไปด้วยโปรแกรมคำสั่ง ฐานข้อมูล และบุคลากร

องค์ประกอบในการทำงานของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

องค์ประกอบหลักของระบบ GIS นั้นแบ่งออกเป็น 5 ส่วนใหญ่ๆ คือ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Hardware) โปรแกรม (Software) ขั้นตอนการทำงาน (Methods) ข้อมูล (Data) และบุคลากร (People) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย, 2558)

1. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งรวมไปถึงอุปกรณ์ต่อพ่วงต่างๆ เช่น Digitizer, Scanner, Plotter, Printer หรืออื่นๆ เพื่อใช้ในการนำเข้าข้อมูล ประมวลผล แสดงผล และผลิตผลลัพธ์ของการทำงาน
2. โปรแกรม คือ ชุดของคำสั่งสำเร็จรูป เช่น โปรแกรม Arc/Info, MapInfo ฯลฯ ซึ่งประกอบด้วยฟังก์ชัน การทำงาน และเครื่องมือที่จำเป็นต่าง ๆ สำหรับนำเข้าและปรับข้อมูล จัดการระบบฐานข้อมูล เรียกค้น วิเคราะห์ และจำลองภาพ
3. ข้อมูล คือ ข้อมูลต่างๆ ที่จะใช้ในระบบ GIS และถูกจัดเก็บในรูปแบบของฐานข้อมูลโดยได้รับการดูแลจากระบบจัดการฐานข้อมูล หรือ DBMS ข้อมูลจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญรองลงมาจากบุคลากร
4. บุคลากร คือ ผู้ปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เช่น ผู้นำเข้าข้อมูล ช่างเทคนิค ผู้ดูแลระบบฐานข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริหารซึ่งต้องใช้ข้อมูลในการตัดสินใจบุคลากรจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในระบบ GIS เนื่องจากหากขาดบุคลากรข้อมูลที่มีต่างๆ จะไม่สามารถถูกนำไปใช้งานได้
5. วิธีการหรือขั้นตอนการทำงาน คือ วิธีการที่องค์กรนั้นๆ นำเอาระบบ GIS ไปใช้งานโดยแต่ละระบบแต่ละองค์กรย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ฉะนั้นผู้ปฏิบัติงานต้องเลือกวิธีการในการจัดการกับปัญหาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับของหน่วยงานนั่นเอง

ทั้งนี้ในงานวิจัยได้มีการนำเอาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ไปใช้ในการคัดเลือก โดย อนุชิต และคณะ, 2558 ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ในการคัดเลือกจุดรับซื้อปาล์มน้ำมันน้อยในพื้นที่อำเภอเขากา จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งได้ทำการคัดเลือกจุดรับซื้อปาล์มน้ำมันน้อยในพื้นที่ศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์ที่บูรณาการเทคนิคการตัดสินใจแบบหลายเงื่อนไข (Multi Criteria Decision Making: MCDM) เข้ากับ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจแบบระดับชั้น (Analytical Hierarchy Process: AHP) ซึ่งจะดำเนินการโดยผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้ชำนาญการ และผู้มีประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาดังกล่าว ซึ่งจะทำการเปรียบเทียบหลักเกณฑ์ที่ละคู่ โดยแสดงความสำคัญเชิงเปรียบเทียบระดับตั้งแต่ 1-9 ซึ่งจะทำให้การคำนวณหาค่าถ่วงน้ำหนักของแต่ละหลักเกณฑ์โดยการสร้างเมทริกซ์เปรียบเทียบระหว่างคู่ของหลักเกณฑ์ รวมถึงปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการพิจารณาพื้นที่ที่เหมาะสมเป็นทางเลือกในการสร้างที่ตั้ง โดยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบจะเป็นไปตามหลักการของ GIS ซึ่งได้ทำการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ 11 ปัจจัย ได้แก่ ระยะทางจากสวนปาล์ม ระยะทางจากถนนสายหลัก ระยะทางจาก

สถานศึกษา ระยะทางจากศาสนสถาน ความเหมาะสมด้านศักยภาพของดิน ลักษณะภูมิประเทศและความสูง ความลาดชัน ระยะทางจากแนวร่องน้ำ ลำดับชั้นของโครงข่ายลำน้ำ คุณภาพของน้ำใต้ดิน และคุณภาพชั้นลุ่มน้ำ รวมถึงการตั้งเกณฑ์การให้คะแนน เพื่อนำไปวิเคราะห์ และคัดเลือกหาทำเลที่เหมาะสมสำหรับการคัดเลือกทำเลที่ดี ที่สุดสำหรับการตั้งโรงงานสกัดปาล์มน้ำมันในวิสาหกิจชุมชนปาล์มน้ำมันเซกา จ.บึงกาฬ ซึ่งสอดคล้องกับ สุชารีย์ และอรประภา, 2554 ได้ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินหาพื้นที่ตั้งของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพส่วนกลางจากมูลสัตว์ เพื่อใช้ประโยชน์ในชุมชน โดยได้นำเอาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) มาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์การตัดสินใจแบบหลายปัจจัย (Multicriteria Decision Analysis: MCDA) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การตัดสินใจแบบลำดับขั้น (Analytical Hierarchy Process) โดยได้นำคะแนนความสำคัญของ ปัจจัยมาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 หน่วยงาน เพื่อนำมาวิเคราะห์การตัดสินใจแบบลำดับขั้นเพื่อหาค่าลำดับ ความสำคัญของปัจจัย ซึ่งได้มีการแบ่งการให้คะแนนปัจจัยออกเป็นการตัดสินใจแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม เมื่อได้ค่า ลำดับความสำคัญมาแล้ว จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ และนำผลลัพธ์ที่ได้ไปทำการเปรียบเทียบด้วยวิธีการ ทางสถิติ ซึ่งในการประเมินหาพื้นที่ตั้งโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพส่วนกลางจากมูลสัตว์นั้นมีปัจจัยในการพิจารณา 11 ปัจจัย ได้แก่ ระยะห่างของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพจากฟาร์ม ระยะห่างของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพจากโรงเรียน ระยะห่างของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพจากสถานพยาบาล ระยะห่างของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพจากสาธารณสุขสถาน ระยะห่างของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพจากโรงงานอื่นๆ ระยะห่างของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ระยะห่างของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพจากเส้นทางคมนาคมและการขนส่ง การใช้ที่ดิน ปริมาณมูลสัตว์ และขนาด พื้นที่ที่รองรับโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพ โดยจะทำการปรึกษาหารือถึงข้อสรุปเพื่อลดโอกาสการเกิดความเสี่ยงของ ข้อผิดพลาดได้

ในขณะที่ นภนต์ และ ตุลวิทย์, 2556 ได้ศึกษาเรื่องการหาพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับโรงไฟฟ้าชีวมวลจากไม้ ยางพาราในจังหวัดระยอง โดยการใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) และกำหนดค่าถ่วงน้ำหนักและค่าลำดับขั้นของข้อมูลแบบกระบวนการลำดับขั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytical Hierarchy Process) ซึ่งมีปัจจัยวิเคราะห์ 5 ปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยแหล่งวัตถุดิบ ความใกล้ชิดถนนและแนวสายส่งไฟฟ้า แหล่งน้ำสนับสนุน สภาพสิ่งแวดล้อม และการใช้ประโยชน์ที่ดินในการวิเคราะห์ โดยค่าน้ำหนักของแต่ละปัจจัยและ ค่าคะแนนระดับของปัจจัยนั้นมาจากการคำนวณค่าที่ได้มาจากแบบสอบถาม ที่เป็นความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มี ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเนื้อหาของงานวิจัยจากสถาบันการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่นั้นจะนำไปเชื่อมโยงในการวิเคราะห์หาพื้นที่ในการตั้ง ศูนย์รับซื้อยางพาราในบทที่ 4

2.3 การวิเคราะห์โซ่อุปทานและประสิทธิภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมยางพาราของไทย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เครื่องมือประกอบไปด้วย Stakeholder Analysis เพื่อทราบกลุ่มบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งความคาดหวังและลำดับความสำคัญ อีกทั้ง Value Chain Analysis เพื่อทราบถึงกิจกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดคุณค่าที่ลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต้องการ รวมถึงการใช้แบบจำลองเพชร Diamond Model เพื่อวิเคราะห์ถึงตำแหน่งของประเทศไทยในด้านปัจจัยการผลิต

เช่น แรงงานฝีมือ โครงสร้างพื้นฐาน ความจำเป็นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม เพื่อวิเคราะห์ธรรมชาติของความ ต้องการหรืออุปสงค์ในระดับประเทศ เช่น มาตรฐานและความต้องการของผู้ซื้อ ภาพลักษณ์ และการยอมรับสินค้า จากสากล เพื่อวิเคราะห์เงื่อนไขในประเทศที่ใช้ในการบริการจัดการเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจ ครอบคลุมทั้ง เป้าหมายเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหาร การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและการแข่งขัน เช่น รูปแบบของธุรกิจใหม่ที่ เกิดขึ้นแตกต่าง และหลากหลาย รวมถึงการสร้างเครือข่ายใหม่ การวิเคราะห์การมีอยู่หรือการขาดหายของ อุตสาหกรรมที่เป็นซัพพลายเออร์และอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศโดยพิจารณาเรื่องของความ ได้เปรียบในระดับสากล/ศักยภาพหรือการได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เป็นซัพพลายเออร์/ขีด ความสามารถหรือการได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลาง น้ำ อุตสาหกรรมปลายน้ำ เป็นต้น และศึกษาบทบาทของภาครัฐ เช่น นโยบายสนับสนุนของรัฐด้านการค้า การ กำหนดนโยบายด้านการลงทุน รวมทั้งบทบาทของโอกาส เช่น การขาดความต่อเนื่องของต้นทุนปัจจัยการผลิต ความต่อเนื่องของเทคโนโลยี เครือข่ายความร่วมมือระดับสากล เป็นต้น

2.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

กสอ. (การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) รายงานสาขาอุตสาหกรรม) กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงาน คำว่า SWOT ย่อมาจากประเด็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ ได้แก่ S-Strength (จุดแข็ง) W-Weakness (จุดอ่อน) O-Opportunity (โอกาส) และ T-Threat (อุปสรรค) ทฤษฎีนี้คิดค้น ขึ้น โดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey) ได้นำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในช่วงทศวรรษที่ 1960 – 1970

หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ ในการ วิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารในอุตสาหกรรมทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการ เปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของตน ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ อย่างมากในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และแผนการดำเนินการที่เหมาะสม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strength) คือ ผลกระทบทางด้านบวกที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของบริษัทหรือเป็นข้อ ได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในบริษัทที่สามารถกระทำได้ดี กล่าวโดยทั่วไป แล้ว ธุรกิจทุกแห่งควรต้องทราบถึงความสามารถที่เป็นจุดเด่นของตนเอง ซึ่งต้องมีการพิจารณาในทุก องค์ประกอบ เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน การผลิต การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็งที่จะนำมาใช้ในการ กำหนดเป็นกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานต่างๆ ให้ตนเองมีความโดดเด่นหรือสร้างภาพลักษณ์ที่ แตกต่างไปจากคู่แข่ง ตัวอย่างของจุดแข็ง ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัท วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ฐานะทาง การเงินที่มั่นคง เป็นต้น

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

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

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

ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้

อุปสรรค (Threat) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามหรือมีผลเสียต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงผลกระทบด้านลบของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องระมัดระวังในสิ่งที่เป็ข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลเสียหยาได้ เราไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อจำกัดหรืออุปสรรคเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นได้ แต่ถ้าเรามีการวิเคราะห์ และคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เราก็จะสามารถหาทางป้องกันผลเสียที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลงไปได้ ตัวอย่างของอุปสรรคจากภายนอก ได้แก่ ภัยธรรมชาติต่างๆ ความแข็งแกร่งของคู่แข่ง ต้นทุนทางพลังงานที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ จะช่วยให้เข้าใจได้ว่าปัจจัยแต่ละอย่างเหล่านี้มีอิทธิพลต่อบริษัทอย่างไร จุดแข็งของบริษัทจะเป็นความสามารถภายในที่นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจเป็นอุปสรรคต่อผลการดำเนินงาน โอกาสภายนอกจะเป็นสถานการณ์ที่ส่งเสริมโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย และในทางกลับกันอุปสรรคจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมาย

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

มากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรในระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

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

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

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

1. จุดแข็ง (Strength)

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

2. จุดอ่อน (Weakness)

หมายถึง การพิจารณาปัจจัยภายในสถานประกอบการ โดยวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายในว่ามีความเสียเปรียบอันจะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน เช่น ความขาดแคลนของเงินทุน ความสามารถในการจัดการ หรือทักษะทางการตลาดที่ขาดประสิทธิภาพ หรือภาพพจน์ของสินค้าที่ไม่ชัดเจน เป็นต้น

3. โอกาส (Opportunities)

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

4. สิ่งคุกคาม (Threat)

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

2.3.2 แบบจำลองเพชร (Diamond Model)

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

1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions)

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

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

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

3. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context)

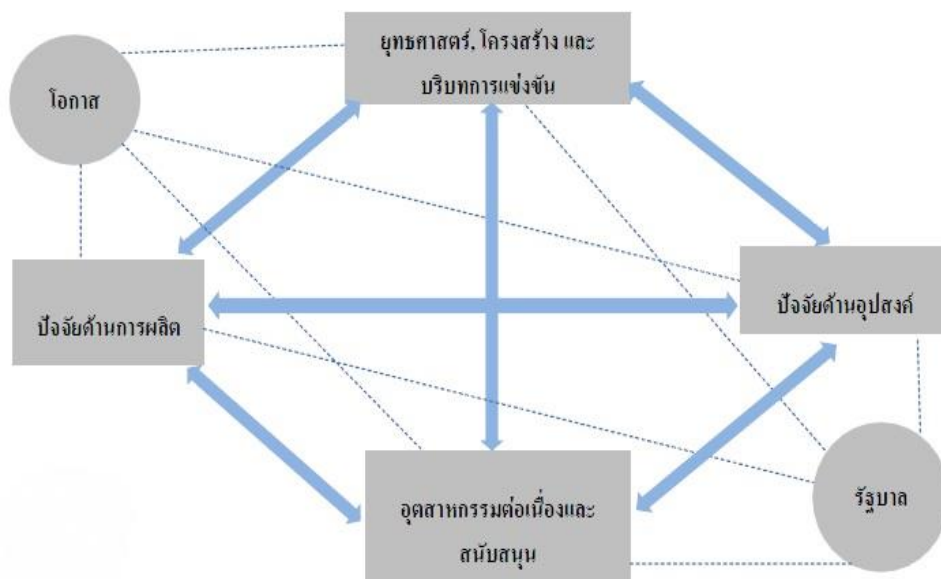
เป็นการพิจารณากลยุทธ์ของบริษัทและคู่แข่งทางการตลาด โดยมีปัจจัยในธุรกิจ เช่น จำนวนของผู้ประกอบการในตลาด การแข่งขันด้านราคาและการตลาด เครือข่ายการค้าของบริษัท เงินลงทุน กลยุทธ์ทางการค้าของคู่แข่ง ลักษณะของการแข่งขันที่มีผลกระทบต่อบริษัท และการปรับปรุงประสิทธิภาพ เป็นต้น

4. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

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

แนวคิดการได้เปรียบด้านการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นแนวคิดที่ Micheal E. Porter พัฒนามาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของ Hecher and Ohlin ข้างต้น โดยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จะเป็นการพิจารณาความได้เปรียบจากต้นทุนการผลิตของสินค้าจากปัจจัยการผลิตที่อุดมสมบูรณ์ในประเทศ แต่ความได้เปรียบด้านการแข่งขันนี้ จะพิจารณาถึงปัจจัยในด้านอื่นๆ ด้วย ซึ่ง Porter เห็นว่าความได้เปรียบด้านการแข่งขันมีความสำคัญมากกว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยปัจจัยที่จะกำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในสินค้านั้นมีอยู่ 4 ปัจจัยดังนี้



ที่มา Micheal E. Porter, 1987

รูปที่ 2.2 แบบจำลอง Diamond Model

1. สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions)

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

2. สภาพอุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions)

อุปสงค์หรือความต้องการสินค้า และการบริการภายในประเทศที่ใหญ่ จะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศ จะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ รวมถึงทำให้เกิดความชำนาญในการผลิตสินค้า และบริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการพัฒนานี้ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับสินค้าในตลาดโลกได้มากขึ้น ได้แก่ ทักษะและรสนิยมของผู้บริโภคระดับความพิถีพิถัน และความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้า และบริการของบริษัท ลักษณะ และโครงสร้างการแบ่งส่วนการตลาดสำหรับสินค้า และบริการของบริษัท ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละส่วนการตลาดเป็นที่คาดเดาได้ในระดับใด

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศ (Related and Supporting Industries)

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

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

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

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

2.3.3 การวิเคราะห์โซ่อุปทาน (Supply Chain Analysis)

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

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

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2552) การจัดการห่วงโซ่อุปทานคือ การจัดการความสัมพันธ์กับผู้หาสินค้าและลูกค้าเพื่อทำการส่งสินค้าและบริการที่มีคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าในทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) คือ การรวบรวมการวางแผนและการจัดการของกิจกรรมทั้งหมดที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดหา การจัดซื้อ การแปรรูป และ กิจกรรมการจัดการทั้งหมด ที่สำคัญการจัดการโซ่อุปทานยังรวมถึงการประสานงาน (Coordination) และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) กับหุ้นส่วนในโซ่อุปทาน ซึ่งจะเป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบ ตัวกลางผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และลูกค้า แก่นสำคัญคือ การจัดการโซ่อุปทานจะบูรณาการ (Integrate) ทั้งการจัดการอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งรวมถึงทั้งภายในและภายนอกบริษัท (วิทยา สุฤทธดำรง, 2545)

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

ส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐาน

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

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

ส่วนการไหล 4 ประเภทนั้น ประกอบไปด้วย

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

บทที่ 3

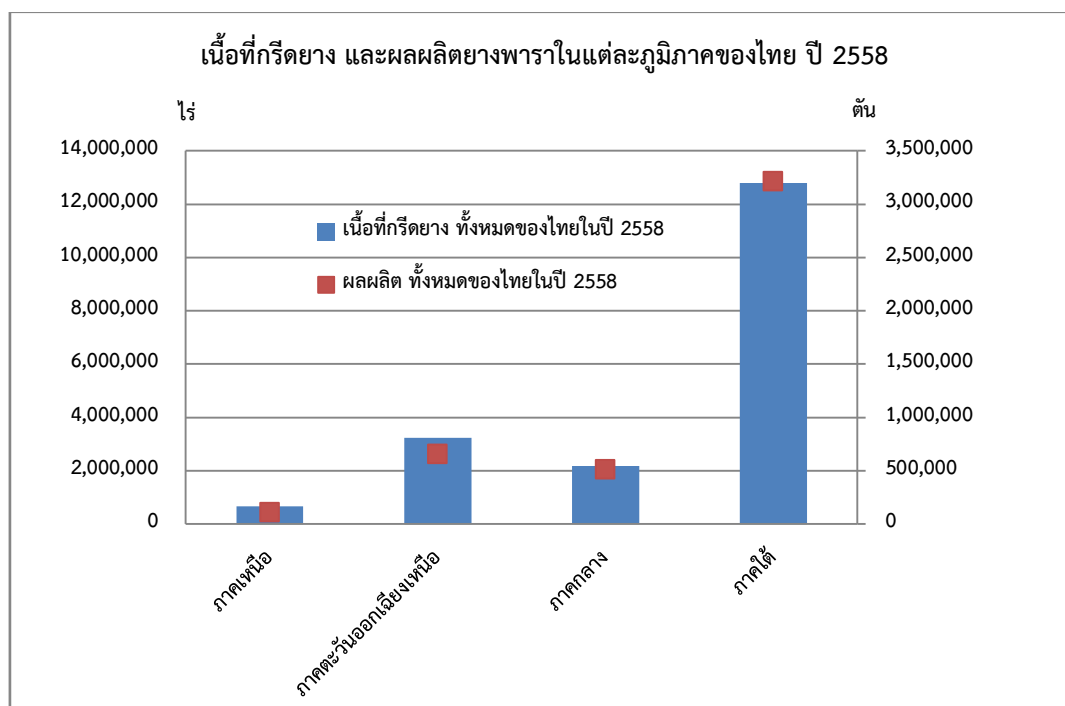
การผลิตและโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

บทนี้เป็นการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานและระบบโลจิสติกส์ ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน เพื่อให้ทราบถึง สภาพการณ์ปัจจุบันด้านการผลิต และการจัดการโซ่อุปทานรวมถึงระบบโลจิสติกส์ของยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนซึ่งนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินถึงศักยภาพ การพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และระบบโลจิสติกส์ของยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน โดยแบ่งการศึกษาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

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

3.1 สถานการณ์การผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย

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



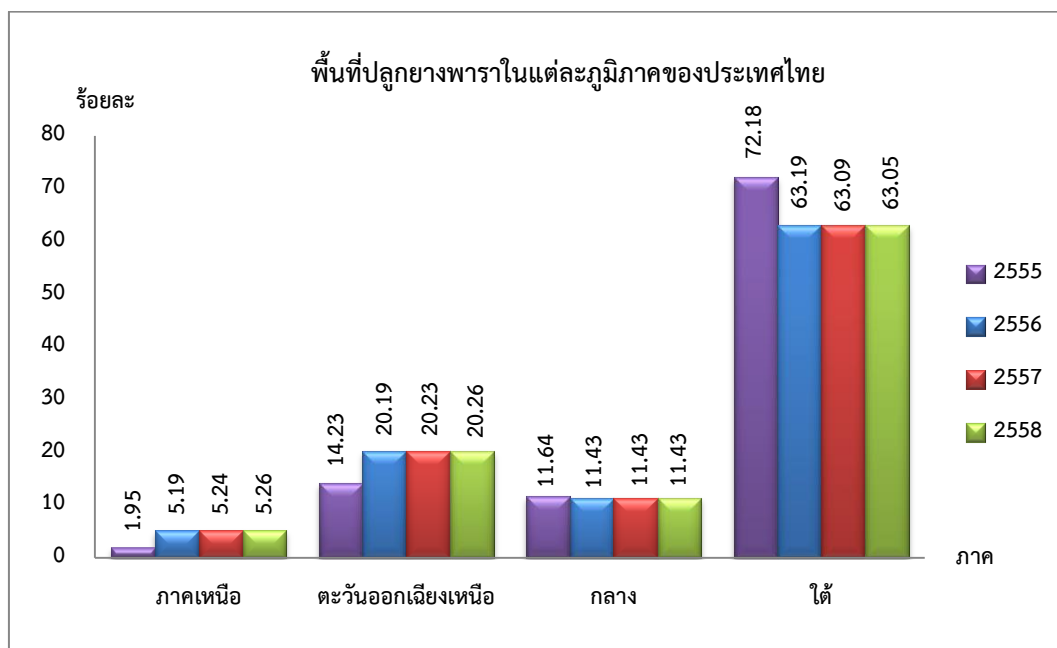
ที่มา ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.1 เนื้อที่กรีดยาง และผลผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของไทย ปี 2558

แนวโน้มพื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคเมื่อเทียบเป็นอัตราส่วนแล้วในระหว่างปี 2556 ถึง 2558 นั้นมีพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีการขยายพื้นที่ปลูกในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการขยายตัว อาทิ นโยบายที่มีการสนับสนุนส่งเสริมการปลูก และการเพิ่มผลผลิตยางพาราของรัฐบาลไทยเพื่อการอุปโภคทั้งในประเทศ และเพื่อการส่งออกให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ณ ช่วงปี พ.ศ. 2556 – 2558 จึงเป็นผลทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ในทุกภูมินิยมนำที่ดินเพาะปลูกเดิมเปลี่ยนมาปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามในปี 2558 จำนวนผลผลิตยางพาราไทยเพื่อการส่งออกได้สวนทางกับราคายางในตลาดที่ผันผวนส่งผลให้เกษตรกรจำนวนมากได้รับผลกระทบอันเนื่องมาจากตลาดซื้อขายหลัก ในการส่งออกของยางพาราไทย อันได้แก่ ประเทศจีน ได้มีการลงทุนปลูกยางพาราตามสัญญาที่ได้ร่วมมือทำข้อตกลงทางเศรษฐกิจกับกลุ่มประเทศ CLMV อันได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม เป็นต้น

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

3.1.1 พื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย



ที่มา ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.2 แนวโน้มพื้นที่ปลูกยางพาราในแต่ละภูมิภาคระหว่างปี 2555-2558

โดยเฉพาะอัตราการขยายตัวของผลผลิตยางพาราในแต่ละภาคของประเทศไทยมีอัตราผลผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเพิ่มขึ้นของผลผลิตเป็นจำนวนมาก โดยคิดเป็นอัตราร้อยละ 47.51 และ 35.70 ตามลำดับทั้งนี้อัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นของผลผลิตยางพาราดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่มีการสนับสนุนการปลูกยางพาราในแถบภูมิภาคทางเหนือของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เรื่อยมาส่งผลให้อัตราการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา (ยางพาราสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ต่อเมื่อต้นยางพารามีอายุมากกว่า 7 ปี) ใน ปี พ.ศ. 2555 ถึงปี พ.ศ. 2558 ในภาคเหนือเพิ่มสูงขึ้นถึงเท่าตัว (ตารางที่ 3.1)

3.1.2 อัตราการขยายตัวผลผลิตยางพาราของประเทศไทย

ตารางที่ 3.1 อัตราเฉลี่ยการขยายตัวผลผลิตยางพาราของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2554– 2558

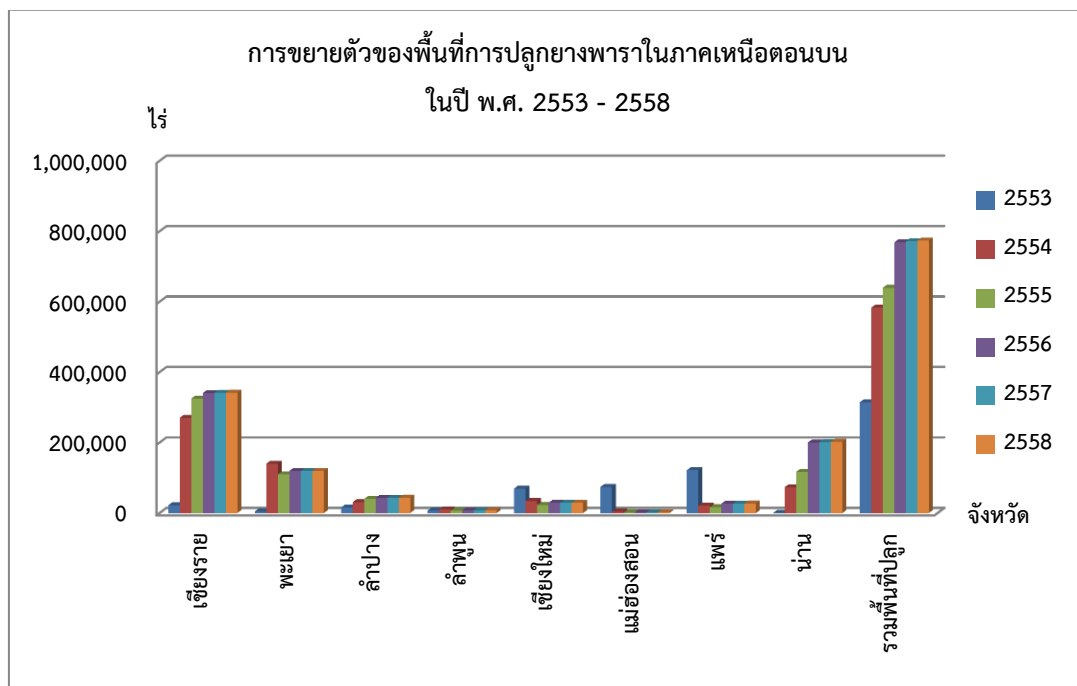
ภูมิภาค	ปี 2554 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2555 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2556 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2557 ผลผลิต (ตัน)	ปี 2558 ผลผลิต (ตัน)	อัตราเฉลี่ยการ ขยายตัวของ ผลผลิต (2554-2558)
ภาคเหนือ	42,836	59,558	88,757	96,541	101,757	47.51%
ภาค ตะวันออกและ เหนือ	353,923	430,451	556,528	629,631	649,585	36.70%
ภาคกลาง	416,213	436,219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

ที่มา จากผู้วิจัย โดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

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

3.2 สถานการณ์การผลิตยางพาราใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

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



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.3 การขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบน

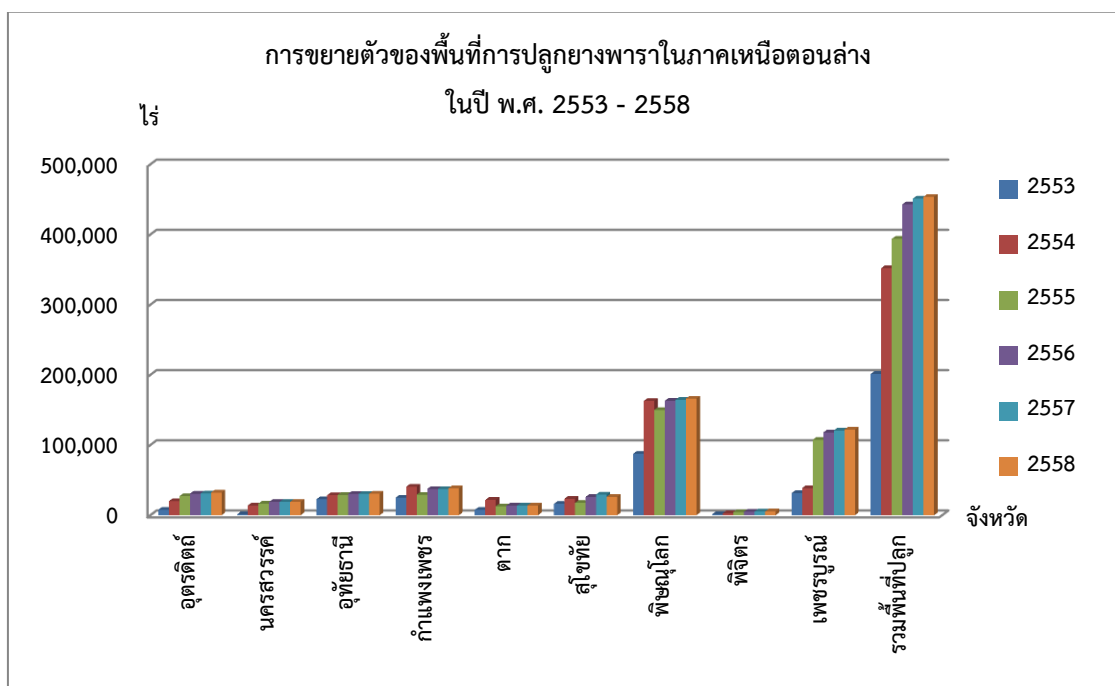
จากการศึกษาอัตราการขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมามีอัตราการขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพิ่มขึ้นไม่มากและเริ่มจะค่อนข้างคงที่ โดยปี พ.ศ. 2553 ถึง พ.ศ. 2556 เป็นช่วงที่มีการขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางมากในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ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

ตารางที่ 3.2 การขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางของภาคเหนือตอนบนระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2558

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

ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

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



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.4 การขยายตัวของพื้นที่การปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนล่าง ในปี พ.ศ. 2553-2558

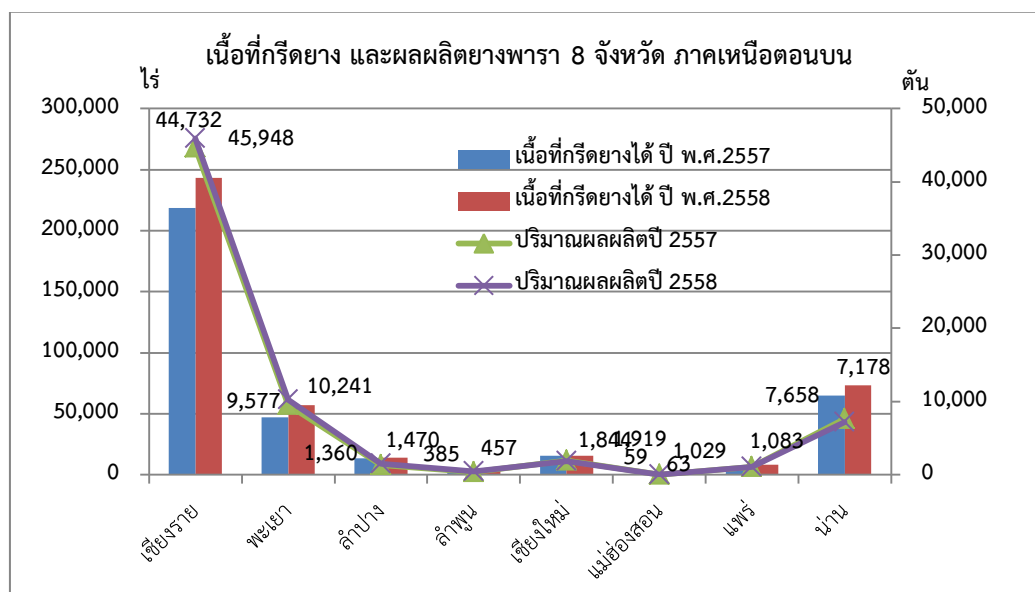
จากการศึกษาพบว่าสัดส่วนพื้นที่ปลูกยางในเขตภาคเหนือตอนบนมีมากกว่าภาคเหนือตอนล่าง อีกทั้งยังมีแนวโน้มการขยายตัวที่มากกว่าภาคเหนือตอนล่างด้วยเช่นกัน จังหวัดที่มีการขยายตัวของเนื้อที่มากที่สุดในเขตภาคเหนือตอนล่างคือ จังหวัดพิษณุโลก มีเนื้อที่ปลูกยางจำนวน 166,220 ไร่ รองลงมาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 121,961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

ตารางที่ 3.3 การขยายตัวของพื้นที่ปลูกยางของภาคเหนือตอนล่างระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2558

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

ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

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



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

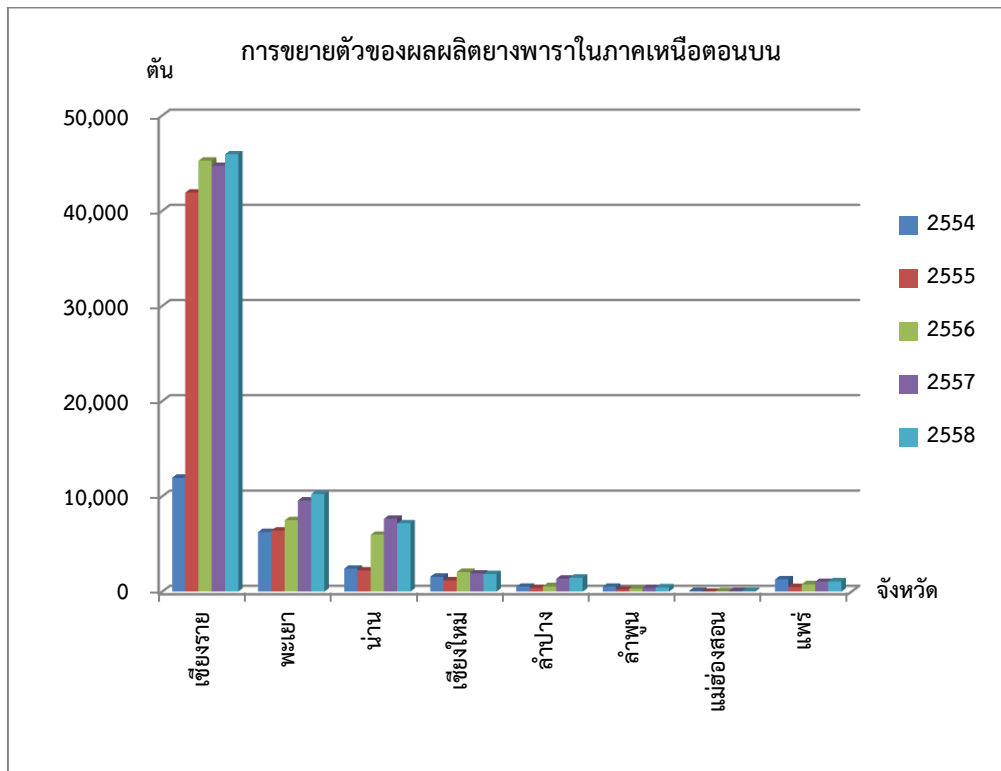
รูปที่ 3.5 เนื้อที่กรีดยาง และผลผลิตยางพารา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน

ตารางที่ 3.4 ผลผลิตของการปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย ปี 2554-2558 (ตัน)

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

ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

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



ที่มา จากผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558

รูปที่ 3.6 การขยายตัวของผลผลิตยางพาราในภาคเหนือตอนบน

ตารางที่ 3.5 พื้นที่การปลูกยางพาราในจังหวัดเชียงรายปี 2557

พื้นที่	จำนวน ครัวเรือน	เนื้อที่ปลูก ทั้งหมด (ไร่)	ร้อยละ	เนื้อที่ ไม่ให้ผล (ไร่)	ร้อยละ	เนื้อที่ ให้ผล (ไร่)	ร้อยละ
จ.เชียงราย	18,656	291,962.5		170,741		121,221.5	
อ.เมืองเชียงราย	1,791	30,731	10.53	19,020	11.14%	11,711	9.66
อ.เวียงชัย	740	18,515	6.34	13,394	7.84%	5,121	4.22
อ.เชียงของ	3,210	39,271	13.45	28,535	16.71%	10,736	8.86
อ.เทิง	3,392	52,851	18.10	23,457	13.74%	29,394	24.25
อ.พาน	370	6,901.75	2.36	4,537.75	2.66%	2,364	1.95
อ.ป่าแดด	302	7,589.25	2.60	4,010.5	2.35%	3,578.75	2.95
อ.แม่จัน	257	6,711.5	2.30	5,677.5	3.33%	1,034	0.85
อ.เชียงแสน	563	15,384	5.27	8,839	5.18%	6,545	5.40
อ.แม่สาย	40	1,481.75	0.51	950.75	0.56%	531	0.44
อ.แม่สรวย	632	7,221.75	2.47	4,799.75	2.81%	2,422	2.00
อ.เวียงป่าเป้า	743	12,291	4.21	6,923.25	4.05%	5,367.75	4.43
อ.พญาเม็งราย	1,870	30,388	10.41	12,036	7.05%	18,352	15.14
อ.เวียงแก่น	1,870	30,388	10.41	12,036	7.05%	18,352	15.14
อ.ขุนตาล	176	1,427	0.49	1,014	0.59%	413	0.34
อ.แม่ลาว	388	5,528	1.89	3,127	1.83%	2,401	1.98
อ.เวียงเชียงรุ้ง	1,019	13,423	4.60	8,907	5.22%	4,516	3.73
อ.ดอยหลวง	1,550	20,158	6.90	13,404	7.85%	6,754	5.57

ที่มา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2558

หมายเหตุ: ผลเฉลี่ย/เนื้อที่ให้ผลผลิตเฉลี่ยสำหรับเรียกดูข้อมูลเป็นรายปี, ผลผลิตเฉลี่ย/เนื้อที่เก็บเกี่ยว หมายถึง ผลผลิตเฉลี่ยสำหรับเรียกดูข้อมูลเป็นรายเดือน

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

ตารางที่ 3.6 ชนิดของผลผลิตจากยางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย (จังหวัดเชียงราย)

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

ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์, 2558

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงงานยางพาราบริษัท เชียงรายยางพารา เซ็นเตอร์ จำกัด อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย และโรงงานยางพารา สหกรณ์การเกษตรเชียงราย จำกัดทำให้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงเกี่ยวกับราคารับซื้อของยางพารา ปริมาณการรับซื้อยางพาราต่อวัน ความต้องการของตลาดที่รับซื้อยางพารา รวมไปถึงวิธีการขนส่งวัตถุดิบพบว่าชนิดของผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรับซื้อยางพารามากที่สุดคือ ยางก้อนถ้วย (ปริมาณร้อยละ 60 ของผลผลิตยางพาราทั้งหมด) เนื่องจากเกษตรกรมีความเชื่อว่ายางก้อนถ้วยทำงาน ราคาขายดี และต้นทุนต่ำ ขายได้เร็วกว่ายางแผ่นดิบ ซึ่งยางแผ่นดิบมีขั้นตอนการทำให้ยุ่งยากในการทำที่สำคัญเกษตรกรยังสามารถมีเวลาไปทำกิจกรรมอย่างอื่นได้อีก เนื่องจากเกษตรกรสวนยางทางภาคเหนือ (จังหวัดเชียงราย) ยังทำอาชีพอื่นนอกเหนือจากการปลูกยางพารา เช่น ทำไร่ ทำนา ทำสวน และเลี้ยงสัตว์อีกทั้งการรับซื้อยางก้อนถ้วย ทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) มีโรงงานแปรรูปที่รองรับความต้องการผลผลิตของเกษตรกรที่ทำการปลูกยางพาราเพื่อทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นเครพ

ปัจจุบันผลผลิตเกษตรกรชาวสวนยางพาราภาคเหนือจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาของโรงงานเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด ผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนยางนิยมผลิตขายให้กับพ่อค้ารับซื้อยาง ได้แก่ ยางก้อนถ้วย ปริมาณร้อยละ 60 และยางแผ่นดิบ ร้อยละ 10 ดังตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.7 ปริมาณผลผลิตที่เกษตรกรนิยมของภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

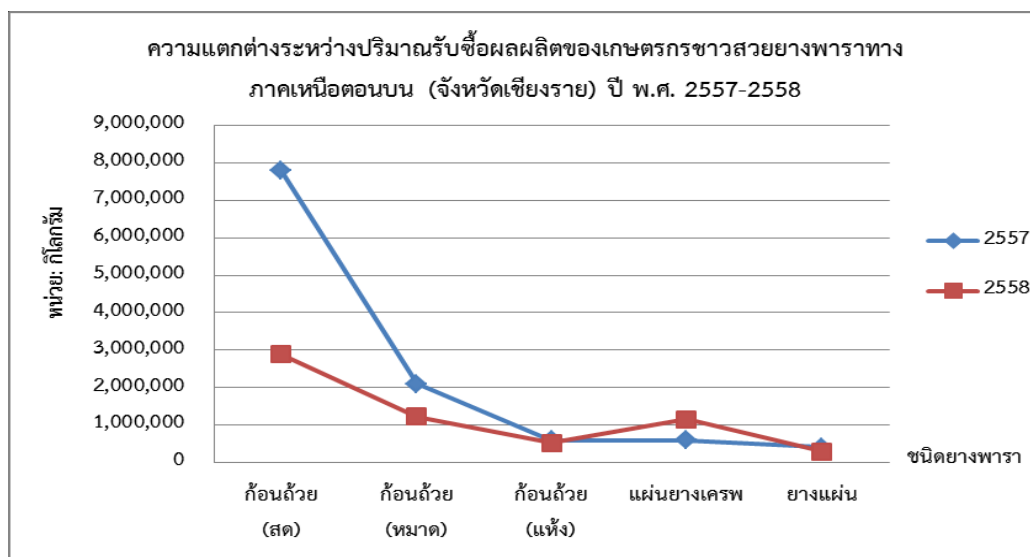
หน่วย: กิโลกรัม

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

ที่มาบริษัท เชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด, 2558

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

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



ที่มา จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด, 2558

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

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

จากรูปที่ 3.7 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปริมาณผลผลิตที่เกษตรกรชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) จะเห็นความแตกต่างได้ชัดเจน เกษตรกรนิยมผลิตยางก่อนถั่ว (สด, หมาด, แห้ง) ส่งขายให้กับผู้ประกอบการรับซื้อมากกว่าผลผลิตประเภทอื่นๆ เช่น ยางแผ่นดิบ ยางเครพ น้ำยางสด เป็นต้น

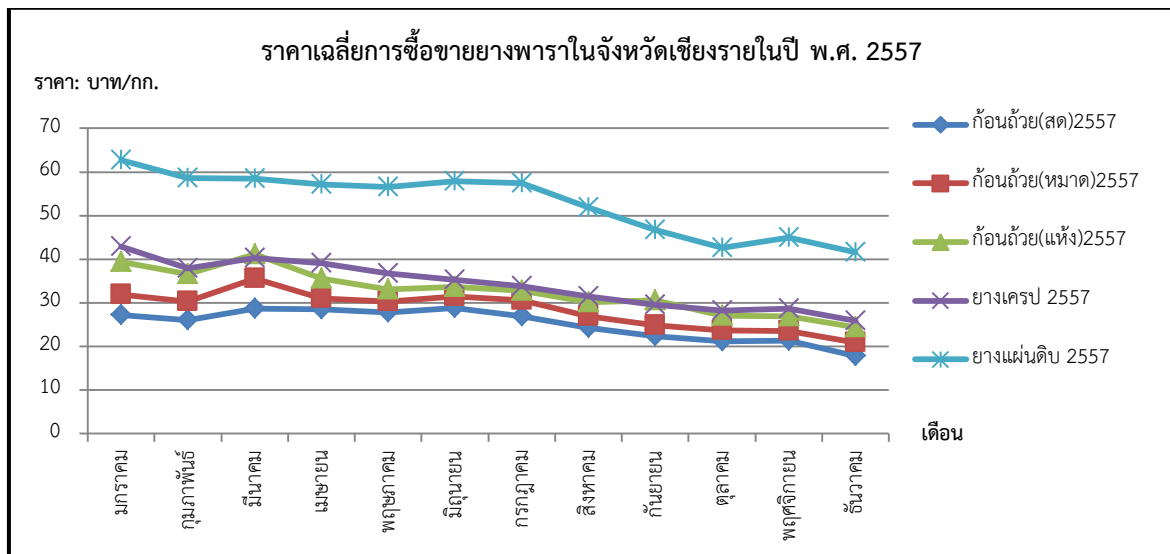
ปริมาณการรับซื้อยางก้อนถ้วย (สด) ในครึ่งปีแรก 2558 (เดือน มกราคม – สิงหาคม) มี 2,884,936 กิโลกรัม ยางก้อนถ้วย (หมาด) มี 1,233,636 กิโลกรัม และยางก้อนถ้วย (แห้ง) มี 524,199 กิโลกรัม

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

โครงสร้างตลาดราคายางพาราในภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย

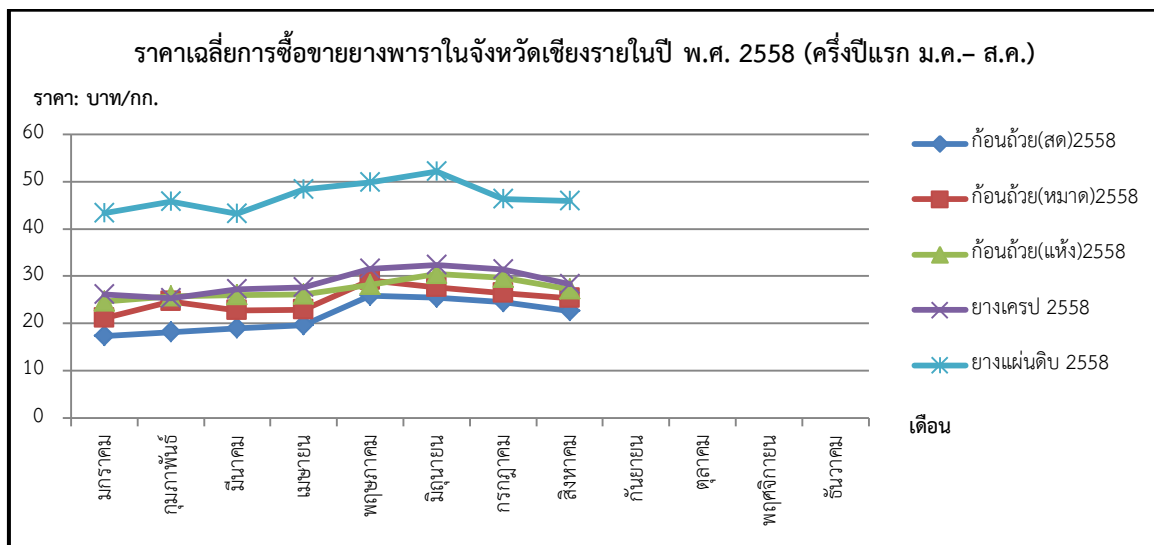
โครงสร้างตลาดยางพาราทางภาคเหนือตอนบน ณ ปัจจุบันราคาของการซื้อขายมีความผันผวนเป็นอย่างมาก การรับซื้อของราคาท้องถิ่นนั้นมีความแตกต่างกัน รวมถึงการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางที่นำยานพาหนะเข้าไปรวบรวมจากเกษตรกรแล้วส่งต่อไปยังแหล่งรับซื้ออีกทอดหนึ่ง โดยยางที่ซื้อขายส่วนใหญ่ ได้แก่ ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย น้ำยางสด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

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



ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์, 2558

รูปที่ 3.8 ราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2557



ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์, 2558

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

แนวโน้มราคาเฉลี่ยการซื้อขายยางพาราจังหวัดเชียงราย ในช่วงครึ่งปีหลัง 2558 (มกราคม-สิงหาคม) คาดว่าราคาจะปรับตัวดีขึ้นกว่าปัจจุบันไม่มากนัก จากความต้องการยางของจีนที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา และไทยมีการจัดการสต็อกยางที่ชัดเจน ประกอบกับเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้นโดยเฉพาะ

สหรัฐอเมริกาและยุโรป อย่างไรก็ตาม ในช่วงครึ่งปีหลัง ผลผลิตยางที่ออกสู่ตลาดมากจะเป็นปัจจัยกดดันราคายาง โดยแนวโน้มราคาเฉลี่ยทั้งปี 2558 ส่งผลทำให้มีความเคลื่อนไหวของราคา

ตารางที่ 3.8 การเปรียบเทียบราคาซื้อขายยางพาราในจังหวัดเชียงราย และตลาดกลางยางพาราจังหวัดสงขลา (หาดใหญ่) ในปี พ.ศ. 2557

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

ที่มา ผู้วิจัยจากการสำรวจและสัมภาษณ์ และราคาตลาดกลาง, 2558

หมายเหตุ: สหกรณ์รับซื้อเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และ ยางแผ่นรมควัน

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

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

ต้นน้ำ/ เกษตรกร	ชนิดยางพารา	ราคาซื้อขาย พ่อค้าคนกลาง (บาท/กก.)	ราคาซื้อขาย สหกรณ์ (บาท/กก.)	ราคาซื้อขาย โรงงานภาคเหนือ (บาท/กก.)	ราคาซื้อขาย ตลาดกลาง (บาท/กก.)
เฉลี่ยราคา ปี 2558	ยางก้อนถ้วย (สด)	23	-	23.1	24.1
	ยางก้อนถ้วย (หมาด)	24.25	-	25	26.25
	ยางก้อนถ้วย (แห้ง)	28	-	29	29.29
	ยางแผ่นดิบ	42	42	44.02	44.58
	ยางแผ่นเครพ	28	-	28.51	28.51
	ยางแผ่นรมควัน	45.2	42	46.06	47.87
	น้ำยางสด	43	44	40.5	44.02
	เศษยาง/ขี้ยาง	37	-	38.02	39

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการลงพื้นที่ และราคาตลาดกลาง, 2558

หมายเหตุ: ราคาซื้อขายของสหกรณ์มีเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควัน

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

3.3 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

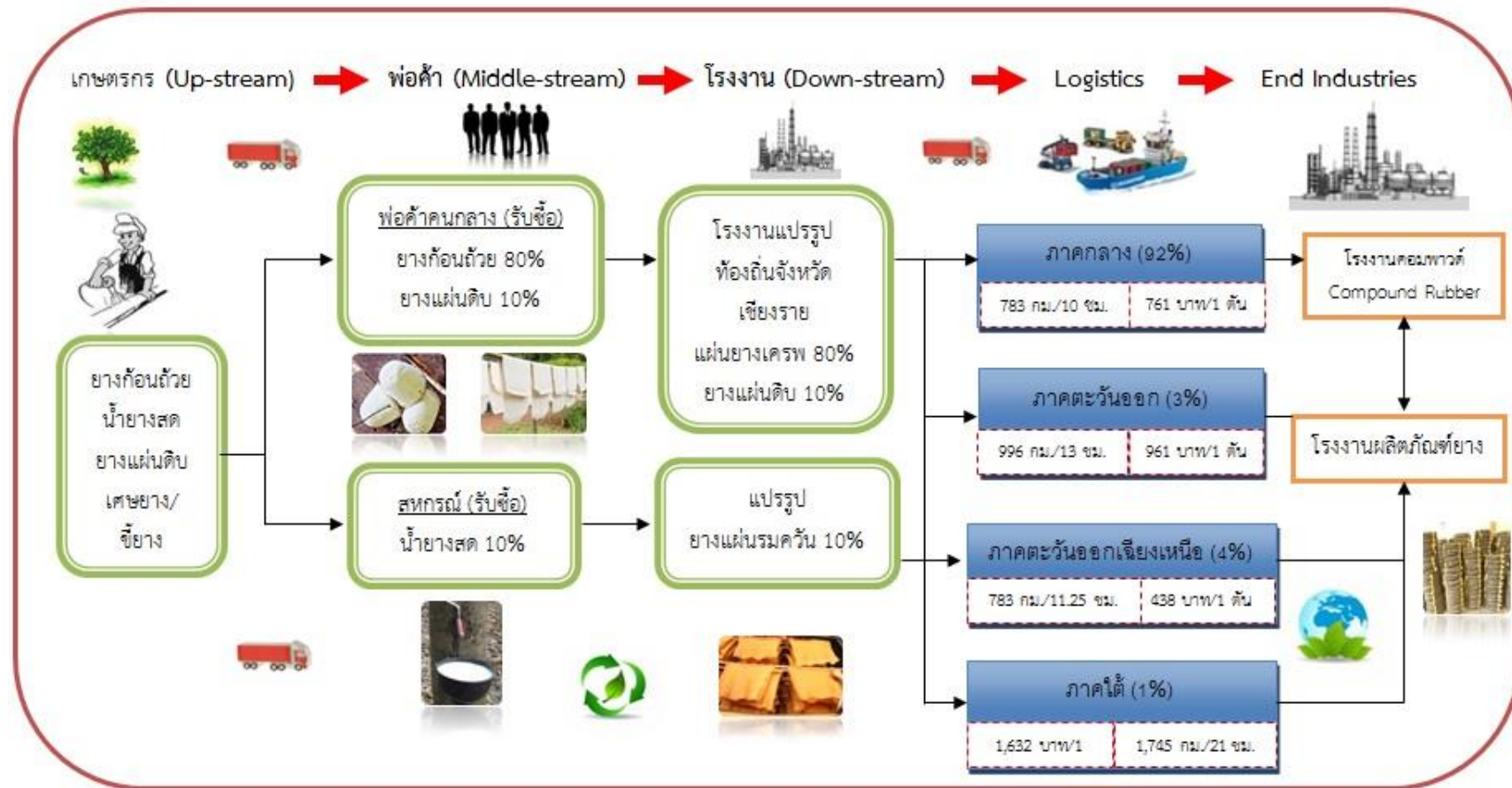
จากการลงพื้นที่เข้าสำรวจ รวมถึงการสัมภาษณ์เกษตรกรชาวสวนยางพารา สหกรณ์การเกษตร และผู้ประกอบการรับซื้อยางพารา ตลอดจนโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา โดยมีกรณีศึกษาในอำเภอดอยหลวง อำเภอเชียงของและอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของโซ่อุปทานยางพาราในจังหวัดภาคเหนือตอนบน พบว่าเกษตรกรชาวสวนยางพาราทางภาคเหนือตอนบนของไทย ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีพื้นที่ปลูกเฉลี่ย 20 ไร่/ครัวเรือน นิยมผลิตยางก้อนถ้วย น้ำยางสด และปริมาณของผลผลิตในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของพื้นที่ปลูก เนื่องจากการปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเป็นการปลูกยางในพื้นที่ราบสูงและเนินเขาเป็นส่วนมาก อีกทั้งเกษตรกรมีการผลิตยางในรูปแบบที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่เนื่องจากผู้ประกอบการที่รับซื้อในแต่ละพื้นที่ว่าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ยางพาราประเภทไหน เช่น

อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย มีพ่อค้าคนกลางหรือผู้ประกอบการนิยมเข้ามารับซื้อยางก้อนถ้วย ทำให้พื้นที่บริเวณดังกล่าวมีเกษตรกรชาวสวนยางพารามากกว่า ร้อยละ 60 ที่นิยมผลิตยางก้อนถ้วย รวมไปถึงมีหน่วยงานภาครัฐ เช่น สกย. ให้การสนับสนุนการผลิตยางก้อนถ้วยเพื่อขายต่อไปยังพ่อค้าคนกลาง

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

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

โซุ่ปทานยางพาราภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย)



รูปที่ 3.10 ห่วงโซุ่ปทานยางพาราภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย) บริษัทเชียงรายยางพาราเซ็นเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 3.10 ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางพาราจังหวัดเชียงราย

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

ที่มา จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

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

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

ต้นทุนการกรีดน้ำยางสดของภาคเหนือ (จังหวัดเชียงราย) อยู่ที่ประมาณ 2.32 บาทต่อกิโลกรัม ภาคใต้อยู่ที่ประมาณ 3.68 บาทต่อกิโลกรัม และภาคตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ 2.81 บาทต่อกิโลกรัม โดยภาคใต้มีต้นทุนสูงสุดจากการนิยมปลูกบนพื้นที่ขนาดใหญ่ ขณะที่ภาคอื่นๆ จะปลูกบนพื้นที่ขนาดเล็กและใช้แรงงานในครอบครัวในการกรีดน้ำยางสด (สำนักงานตลาดกลางยางพารานครศรีธรรมราช สถาบันวิจัยยาง, 2557)

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

ตารางที่ 3.11 การเปรียบเทียบราคาซื้อขาย และต้นทุนผลผลิตแต่ละชนิดของเกษตรกรชาวสวนยางพารา (จังหวัดเชียงราย)

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

ที่มา ผู้วิจัยจากการลงพื้นที่ และราคาตลาดกลาง, 2558 (มกราคม-สิงหาคม)

หมายเหตุ: ราคาซื้อขายของสหกรณ์มีเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควัน

จากตารางการเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนของเกษตรกร และราคาซื้อขาย ณ ปัจจุบันนั้น เกษตรกรผลิตยางก้อนถ้วยมีต้นทุน 27.61 บาท/กก. ถ้าหากเปรียบเทียบกับราคาซื้อขายจากพ่อค้าคนกลาง 27.25 บาท/กก. และราคาจากโรงงานทางภาคเหนือ 28 บาท/กก. ราคาขายยางจากโรงงานจะได้ราคาดีกว่าพ่อค้าคนกลาง ต้นทุนยางแผ่นดิบของเกษตรกร 28 บาท/กก. ราคาซื้อขายของสหกรณ์และโรงงานภาคเหนือจะได้ราคาดีกว่าพ่อค้าคนกลาง ส่วนต้นทุนน้ำยางสด 27.8 บาท/กก. ราคาซื้อขายจากสหกรณ์ดีกว่าได้ราคามากถึง 44 บาท/กก. เป็นต้น สังเกตได้ว่าราคาซื้อขายน้ำยางสด และยางแผ่นดิบมีราคาสูง เป็นโอกาสดีที่ทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) จะทำการพัฒนาองค์ประกอบในด้านความรู้เรื่องของการผลิตน้ำยางสด และยางแผ่นดิบให้เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งเมื่อทราบต้นทุนของการผลิตยางแต่ละชนิดได้ก็จะสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการลดต้นทุนเพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องของราคายางซึ่งปัจจุบันราคาซื้อขายมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจ ดังนั้น เกษตรกรเองควรหาช่องทางเพิ่มประสิทธิภาพของผลผลิต และพัฒนาการแปรรูปเบื้องต้นเพื่อเพิ่มมูลค่าของราคายางพาราให้ได้ราคาที่ดีขึ้น หรือแม้กระทั่งลดภาระค่าใช้จ่ายในส่วนต้นทุนที่ไม่จำเป็นออกไปก็จะทำให้สามารถลดต้นทุนบางส่วนได้ เพื่อใช้เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายเบื้องต้นเรื่องของราคายางพาราลดลง

ต้นทุนยางพาราของพ่อค้าคนกลาง (จังหวัดเชียงราย)

ตารางที่ 3.12 ต้นทุนยางพาราของพ่อค้าคนกลางจังหวัดเชียงราย

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

ที่มา ผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558 (มกราคม-สิงหาคม)

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

ต้นทุนยางพาราของสหกรณ์การเกษตร (จังหวัดเชียงราย)

ตารางที่ 3.13 ต้นทุนยางพาราของสหกรณ์การเกษตร (จังหวัดเชียงราย)

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

ที่มา ผู้วิจัยจากการลงพื้นที่ และราคาตลาดกลาง, 2558 (มกราคม-สิงหาคม)

หมายเหตุ: สหกรณ์รับซื้อเฉพาะน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควัน

สหกรณ์การเกษตร (จังหวัดเชียงราย) ทำการซื้อขายยางสด และแผ่นยางดิบ จากเกษตรกรสมาชิกในพื้นที่ และผู้รวบรวมท้องถิ่น ซึ่งจะมีการแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ส่งขายให้กับตลาดกลางที่จังหวัดบุรีรัมย์โดยมีต้นทุนแยกชนิดผลผลิต ได้ดังนี้

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

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



รูปที่ 3.11 ตูบยางแผ่นรมควันของสหกรณ์เชียงของ (จังหวัดเชียงราย), 2558

ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปจังหวัดเชียงรายจะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ จากนั้นจะทำการแปรรูปยางพาราขั้นต้น เช่น ยางก้อนถ้วย เป็นแผ่นยางเครพ และทำการส่งขายให้กับโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ หรืออุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ส่วนราคาซื้อขายยางพารานั้นเป็นไปตามราคาดตลาดกลางยางพาราไทย (บาท/กิโลกรัม)



รูปที่ 3.12 การแปรรูปยางเครฟ บริษัทเชียงใหม่ยางพาราเซนเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 3.14 ตลาดรับซื้อยางพาราของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

ผู้ประกอบการ	แปรรูป	ภูมิภาค/ร้อยละ	ตลาดรับซื้อยางพารา
รับซื้อยางก้อนถ้วย	แผ่นเครฟ	ภาคกลาง ร้อยละ 92	โรงงานแปรรูปจังหวัดพิษณุโลก
			บริษัทไทยฮิวริบเบอร์จำกัด
			บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด
		ภาคตะวันออก ร้อยละ 3	อุตสาหกรรมยานยนต์ระยอง
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 4	โรงงานแปรรูปจังหวัดหนองคาย
			โรงงานแปรรูปจังหวัดบุรีรัมย์
		ภาคใต้ ร้อยละ 1	บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรีจำกัด
รับซื้อยางแผ่นดิบ	ยางแผ่นดิบ	ภาคกลาง ร้อยละ 59	โรงงานแปรรูปจังหวัดพิษณุโลก
			บริษัทไทยฮิวริบเบอร์จำกัด กทม.
			บริษัทไทยอีสเทิร์นรับเบอร์จำกัด
		ภาคตะวันออก ร้อยละ 2	อุตสาหกรรมยานยนต์ระยอง
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 34	โรงงานแปรรูปจังหวัดหนองคาย
			โรงงานแปรรูปจังหวัดบุรีรัมย์
		ภาคใต้ ร้อยละ 5	บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรีจำกัด

ที่มา ผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

ปัจจุบันตลาดผู้รับซื้อยางพาราของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน มีจำนวนไม่มากที่ทำการแปรรูปในพื้นที่จึงจำเป็นต้องส่งยางไปภูมิภาคอื่น ปัจจุบันผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงรายเริ่มให้ความสนใจในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมถึงการพัฒนาแปรรูปยางพาราในพื้นที่เขตภาคเหนือตอนบน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและโอกาสทางการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเส้นทาง R3A ซึ่งเป็นเส้นทางสายเศรษฐกิจ

ตารางที่ 3.15 ปริมาณการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการและการแสดงต้นทุนการดำเนินงานต่างๆ ของผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

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

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

ปริมาณและราคาการซื้อขายยางพาราระหว่างผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปยางทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

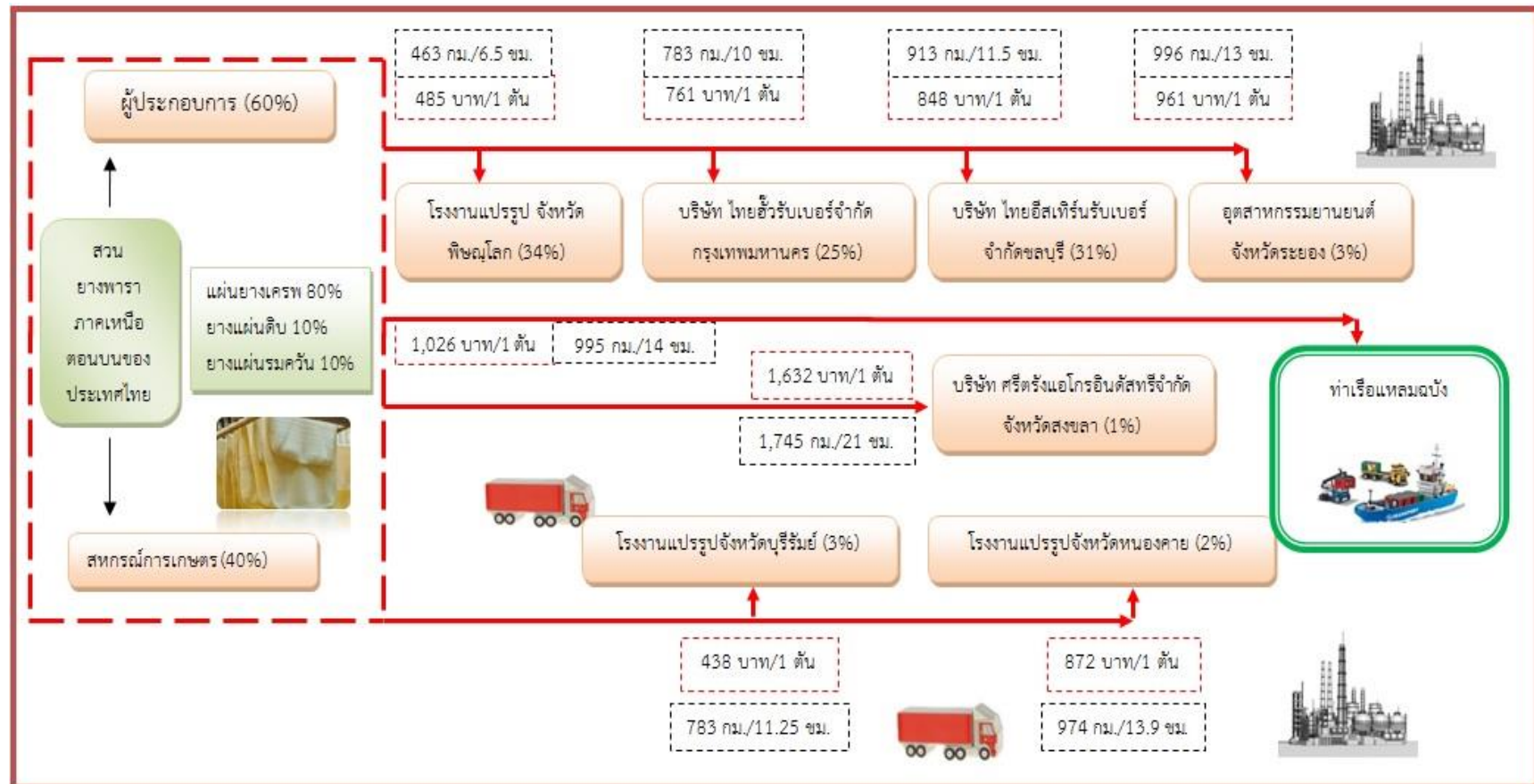
การแสดงให้เห็นถึงปริมาณการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการทางภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ไปจนถึงตลาดรับซื้อยางพาราในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยดัง (ตารางที่ 3.15) สามารถทำให้มองเห็นถึงตัวเลขความต้องการของตลาดยางพาราในเขตจังหวัดเชียงราย ซึ่งทำให้สามารถยกระดับการตั้งฐานการผลิต หรือส่งเสริมการแปรรูปยางพาราให้เพิ่มมากขึ้น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

จากปริมาณการซื้อขายแสดงให้เห็นถึงต้นทุนการแปรรูปแผ่นยางเครฟ และต้นทุนการขนส่งไปยังโรงงานแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทยดังต่อไปนี้

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

ส่วนของยางแผ่นดิบนั้นผู้ประกอบการจะทำการจะรับซื้อจากเกษตรกรที่ทำการแปรรูปขึ้นต้นเป็น
ตัวกลางรวบรวม และทำการส่งขายให้กับตลาดกลางที่รับซื้อยางแผ่นดิบ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งต้นทุน
ประกอบด้วยต้นทุนราคารับซื้อ ต้นทุนดำเนินงาน และต้นทุนการขนส่ง เป็นต้น จะไม่มีต้นทุนของเครื่องจักร
เหมือนแผ่นยางเครพ

ดังนั้นจะทำให้เห็นความชัดเจนมากขึ้นจะจัดให้อยู่ในรูปของการแสดงสัดส่วนของโซ่อุปทานรวมถึง
กระบวนการทางด้านโลจิสติกส์ การขนส่งของผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปขึ้นพื้นฐานทางภาคเหนือตอนบน(จัง
หวดเชียงราย) ไปจนถึงตลาดกลางรับซื้อยางพาราในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ดังต่อไปนี้



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

รูปที่ 3.13 โครงสร้างตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ยางพาราภาคเหนือศึกษาจังหวัดเชียงราย (บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด)

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

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

ตารางที่ 3.16 สัดส่วนระยะทาง ต้นทุนการขนส่งยางพาราจังหวัดเชียงรายไปยังผู้ประกอบการแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย

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

ที่มา ผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์บริษัทโลจิสติกส์ และผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

ตารางที่ 3.17 ประเภทรถที่ทำการขนส่ง

ชนิดรถ	ขนาด (กว้างxยาวxสูง)	พื้นที่บรรจุ	น้ำหนัก/ตัน
รถบรรทุก 6 ล้อ	2.30x7x2	5-7 ตัน	15
รถบรรทุก 10 ล้อ	2.30x60x2.30	31.74 คิวบิตเมตร	15-20
รถพ่วง-เทลเลอร์	2.30x12x2.20	53.61-60.72 คิวบิตเมตร	30-38

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ, 2558



(รถบรรทุกสิบล้อ)



(รถบรรทุกหกล้อ)



(รถพ่วง-เทลเลอร์)

รูปที่ 3.14 ชนิดของรถบรรทุกที่ใช้ในการขนส่งยางพารา

จากรูปที่ 3.13 และรูปที่ 3.14 แสดงถึงประเภทรถที่ใช้ทำการขนส่ง หรือเคลื่อนย้ายสินค้าทางพารา ผู้ประกอบการส่วนมากนิยมใช้บริการของบริษัทขนส่งที่เป็นรถบรรทุกพ่วง หรือเทลเลอร์ เพราะว่าการขนส่งแต่ละ ครั้งไม่ต่ำกว่า 30 ตัน รวมค่าแรง การดำเนินงานต่างๆ แล้วจึงคุ้มทุนมากกว่าที่จะทำการขนส่งเอง โดยสามารถลด สถานะความเสี่ยงในเรื่องของต้นทุนค่าขนส่งได้รวมถึงสามารถควบคุมเรื่องระยะเวลาการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

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

ตารางที่ 3.18 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราภาคเหนือตอนบน

ประเด็นปัญหา	เกษตรกรชาวสวนยาง
การผลิต	- เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและความชำนาญในการเลือกพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม เกษตรกรมีการปลูกยางทั้งในเขตพื้นที่ราบสูงและพื้นที่นา รวมถึงขาดความรู้ในการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา - มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกยางพาราซึ่งพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เนินเขา และเกษตรกรบางส่วนมีการปลูกยางพาราในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ - ขาดความรู้และทักษะในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และมีความรู้ในการผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิตรวมถึงปัญหาค่าแรงขึ้นต่ำที่สูงขึ้นส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตยางพารา - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพสภาพอากาศ หรือฤดูกาลในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทำให้เก็บผลผลิตได้ไม่สม่ำเสมอ - ประสิทธิภาพผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลผลิตในภาคอื่น รวมถึงผลผลิตในภาพรวมยังมีคุณภาพไม่สูงมากนัก เนื่องจากชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพในการเก็บเกี่ยว ส่งผลทำให้ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำแต่อย่างไรก็ดีผลผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของเกษตรกรบางส่วนที่มีระบบการผลิตและการจัดการที่ดี ซึ่งสามารถผลิตยางพาราที่มีคุณภาพสูงได้ - ขาดความรู้ด้านการรักษาคุณภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการเก็บเกี่ยว (กรีดยาง) รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาขายยางไม่สูง - การผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ประกอบกับราคาวาสุด เครื่องมืออุปกรณ์การเกษตร มีราคาสูงขึ้น
การตลาด	- การเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง สาเหตุจากการที่เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรอง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ไม่นิยมรวมกลุ่มกัน เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้โดยง่ายอีกทั้งจำนวนพ่อค้าหรือผู้ประกอบการที่เข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมีจำนวนไม่มากหรือกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะตลาดแบบกึ่งผูกขาด - ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่ายางให้แก่เกษตรกร - ขาดระบบการบริหารข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - ปัจจุบันชาวสวนยางพาราจะพึ่งตัวพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก โดยหลังจากที่ชาวสวนยางกรีดยางเสร็จก็จะไปขายให้กับ ตลาดรับซื้อยางท้องถิ่น จากนั้นตลาดในท้องถิ่นก็ส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง เพื่อส่งต่อไปโรงงานเอกชนอีกทอดหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ชัดว่าวงจรการรับซื้อยางพาราจะเป็นไปหลายทอด ส่งผลให้ชาวบ้านเสียผลประโยชน์จากการหักหัวคิวของพ่อค้าคนกลางในแต่ละทอด

พ่อค้าคนกลาง/สหกรณ์	
กลุ่ม/สมาชิก	- สหกรณ์ยังขาดระบบการจัดการเก็บข้อมูลของสมาชิก รวมถึงระบบการจัดตั้งกองทุนยาง เพื่อเป็นกองทุนสำหรับใช้ในการพัฒนาการเพาะปลูกยางพาราในแต่ละพื้นที่ - การแย่งลูกค้าระหว่างพ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สมาชิกหันไปใช้บริการจากพ่อค้าคนกลางแทนการใช้บริการของสหกรณ์ - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร
การผลิต/ การแปรรูป	- ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์มีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างให้แก่เกษตรกร เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ยังขาดความชัดเจน รวมถึงนโยบายและระเบียบว่าด้วยการตั้งโรงงานเพื่อแปรรูปผลผลิตยางพาราที่ทำให้สหกรณ์ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - การรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรบางช่วงยังไม่ได้ปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต จึงส่งผลให้ชะลอการผลิต และการส่งสินค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย - สหกรณ์เน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่เน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ
การตลาด	- ปัญหาการขาดแคลนผู้รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ และยังไม่มีโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราขนาดใหญ่ในพื้นที่ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราขั้นสูงเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา - ปัญหาการตลาดหรือเครือข่ายที่เชื่อมโยงยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ สหกรณ์ยังไม่สามารถเชื่อมโยงระบบเครือข่ายทางการตลาดได้ดีเท่าที่ควร จึงเกิดการแตกแยกของกลุ่มสมาชิก การแย่งการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เชื่อมโยงกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์ - ขาดบริหารจัดการด้านข้อมูลทางการค้า อาทิ ข้อมูลด้านราคา และข้อมูลสถานการณ์ซื้อขายที่ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น
การขนส่ง	- ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ในการการขนส่งยางพาราไปจำหน่ายยังตลาดเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เนื่องจากต้นทุนโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน - พื้นที่และเส้นทางในการรวบรวมยางพาราจากเกษตรกรเข้าถึงยาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ราบสูงเนินเขา
ผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	
การรับซื้อ	- ขาดการวิเคราะห์จุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสม อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราส่วนใหญ่ในปัจจุบันอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางที่รับซื้อส่วนใหญ่ยังมีคุณภาพไม่สูงมาก และมีความผันผวนในด้านคุณภาพอย่างมาก
การตลาด	- ปัญหาด้านราคาที่ยังมีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคารายาง - ขาดทักษะและข้อมูลด้านการจัดการการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย รวมถึงโอกาสในการเจรจา

	ธุรกิจกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ผู้ประกอบการจีน - มีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การกว้านซื้อยางเครพของพ่อค้าต่างถิ่นแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)
การแปรรูปยาง	- เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต
การขนส่ง	- จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากเนื่องจากเป็นพื้นที่เนินเขาและอยู่ห่างไกล - โครงสร้างพื้นฐานด้านเส้นทางการขนส่งทางบก ในบางพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่สามารถบรรทุกได้เต็มลำรถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการผลิต และโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิตและการจัดการโลจิสติกส์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดสรรพื้นที่ตั้งจุดรับยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนบริหารจัดการเชิงพื้นที่ต่อไป โดยมีรายละเอียดในบทถัดไป

บทที่ 4

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดสรรพื้นที่ตั้งจุดรับยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน

จากบทที่ 3 จะเห็นว่าจังหวัดเชียงรายมีแนวโน้มพื้นที่ปลูกยางพาราผลผลิตยางที่เพิ่มขึ้น แต่โครงสร้างตลาดยังมีผู้รับซื้อยางน้อยรายและจุดรับซื้ออยู่กระจาย จึงควรมีการวิเคราะห์ในด้านศักยภาพเชิงพื้นที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของการหาจุดที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อเพื่อเป็นการรวบรวมยาง อีกทั้งจะทำให้ลดต้นทุนด้านการขนส่งอีกด้วย

ซึ่งในบทนี้จะทำการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย เป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geoinformation Technology) ด้วยการคัดเลือกปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา และปัจจัยในการตั้งหรือเลือกสถานที่สร้างจุดรับซื้อยางพารา ผ่านหัวข้อการศึกษาดังต่อไปนี้

- 4.1 วิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ (Potential Surface Analysis: PSA) ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS)
- 4.2 การวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา
- 4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงรายนี้ร่วมกับกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

4.1 วิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ (Potential Surface Analysis: PSA) ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS)

การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย เป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geoinformation Technology) กล่าวคือ การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การคัดเลือกปัจจัยที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดความสำคัญของปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ส่วนวิธีการทางเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศนั้นได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ (Potential Surface Analysis: PSA) ด้วยระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS)

จากข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่การปลูกยางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) โดยสามารถแบ่งเป็นสัดส่วนของในแต่ละพื้นที่ได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 พื้นที่การปลูกยางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย)

อำเภอในพื้นที่จังหวัดเชียงราย	พื้นที่ปลูกยางพารา (ไร่)	ตำบลที่มีความเหมาะสม ในการตั้งจุดรับซื้อ
อำเภอเทิง	3,945.35	ตำบลหาว
อำเภอเมืองเชียงราย	37,181.74	ตำบลแม่ข้าวต้ม
อำเภอป่าแดด	577.84	ตำบลป่าแงะ
อำเภอพาน	3,166.03	ตำบลทรายขาว
อำเภอพญาเม็งราย	15,420.86	ตำบลแม่ต้า
อำเภอแม่จัน	6,560.75	ตำบลท่าข้าวเปลือก
อำเภอแม่ฟ้าหลวง	3,741.85	ตำบลแม่สลองใน
อำเภอแม่ลาว	2,610.05	ตำบลจอมหมอกแก้ว
อำเภอเวียงชัย	9,063.26	ตำบลผางาม
อำเภอเวียงป่าเป้า	9,053.30	ตำบลเวียงกาหลง
อำเภอเวียงเชียงรุ้ง	6,324.75	ตำบลดงมหาวัน
อำเภอเชียงของ	12,057.36	ตำบลห้วยซ้อ
อำเภอเชียงแสน	9,790.53	ตำบลบ้านแซว
อำเภอดอยหลวง	16,474.68	ตำบลบ้านปาก่อ
อำเภอเวียงแก่น	6,340.99	ตำบลม่วงยาย
อำเภอขุนตาล	430.10	ตำบลยางฮ่อม
อำเภอแม่สรวย	3,391.47	ตำบลเจดีย์หลวง
อำเภอแม่สาย	220.92	ตำบลเจดีย์หลวง

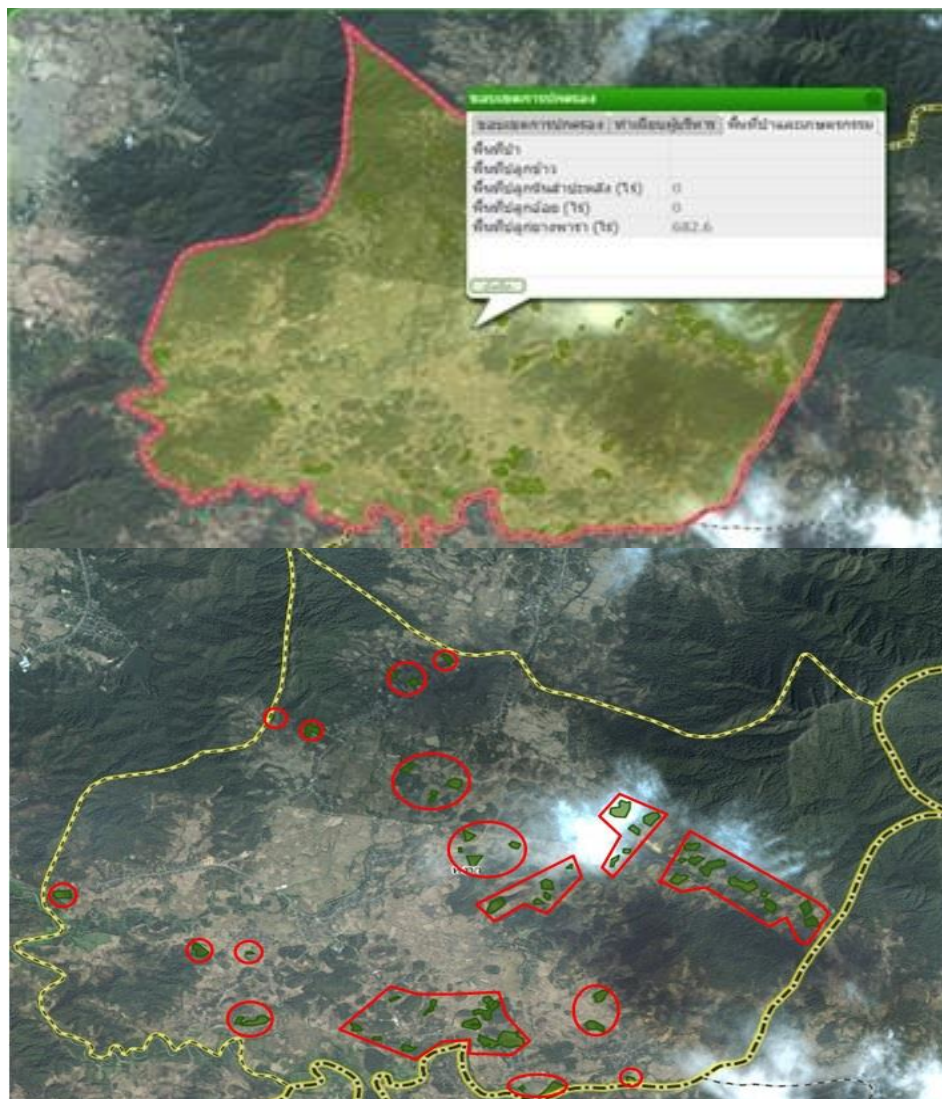
ที่มา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2558

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย				
อำเภอเทิง	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
	จ้าว	58,337.5	363.48	0.62
	เชียงเคียง	37,762.5	136.68	0.36
	ดักเต่า	158,468.75	1,643.53	1.04
	ปล้อง	48,143.75	530.64	1.10
	แม่ลอย	55,537.5	-	0.00
	เวียง	72,806.25	398.42	0.55
	ศรีดอนไชย	19,900	111.85	0.56
	สันทรายงาม	16,918.75	66.7	0.39
	หงาว	43,112.5	682.6	1.58
	หนองแรด	22,818.75	11.45	0.05
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		533,806.25	3,945.35	คิดเป็นร้อยละ 0.74 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเทิง จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 3,945.35 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.74 ของพื้นที่ทั้งหมดในอำเภอเทิง โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลดักเต่า มีพื้นที่ 1,643.53 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลหงาว มีพื้นที่ 682.6 ไร่ และตำบลปล้องมีพื้นที่ 530.64 ไร่ ตามลำดับ



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.1 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลหางว

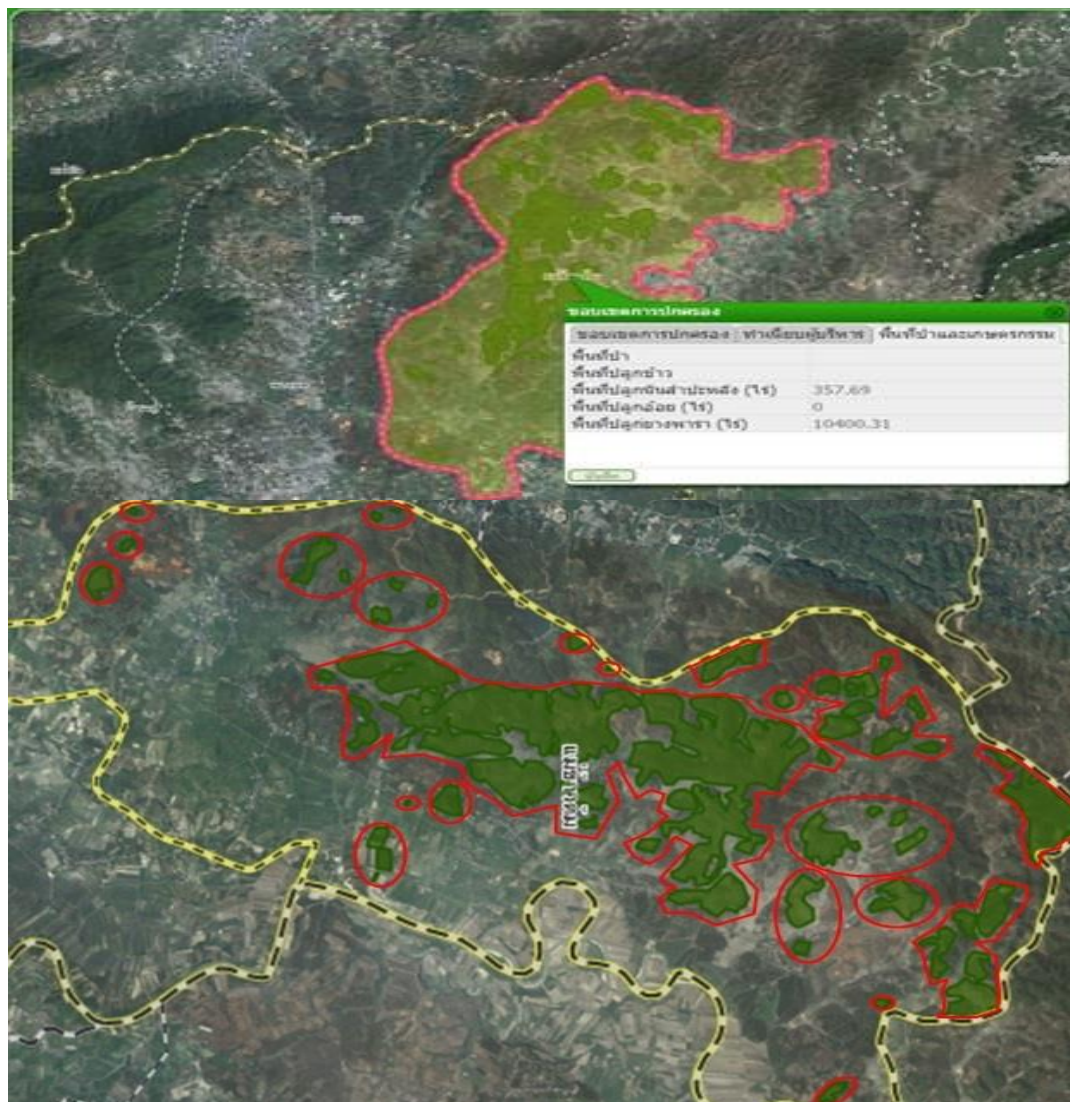
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร 2558 โดยนักวิจัย พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพารา ในพื้นที่อำเภอเทิง จังหวัดเชียงรายคือ ตำบลหางว ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ 682.6 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่อยู่ ร้อยละ 1.58 ที่ความเหมาะสมมากที่สุด พื้นที่ทั้งหมดเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ต่างๆ รวมถึงปัจจัยหลักที่มีความสอดคล้องกันในด้านแหล่งวัตถุดิบซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต อีกทั้งยังเชื่อมกับเส้นทางของถนน ทำให้มีความสะดวกทางด้านการขนส่งยางพาราและรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในพื้นที่

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเมืองเชียงรายจังหวัดเชียงราย				
อำเภอเมือง เชียงราย	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
	ดอยลาน	86,425.00	5,121.94	5.93
	ดอยฮาง	48,850.00	1,933.51	3.96
	ท่าสาย	30,612.50	594.71	1.94
	ท่าสุด	30,981.25	-	0.00
	นางแล	33,612.50	2,136.69	6.36
	บ้านดู่	66,012.50	603.00	0.91
	ป่าอ้อดอนชัย	54,443.75	2,995.85	5.50
	แม่กรณ์	47,231.25	542.64	1.15
	แม่ข้าวต้ม	66,050.00	10,400.31	15.75
	แม่ยาว	182,718.75	10,400.31	5.69
	รอบเวียง	32,143.75	196.74	0.61
	ริมกก	39,337.50	-	0.00
	เวียง	2,175.00	-	0.00
	สันทราย	11,781.25	-	0.00
	ห้วยชมภู	182,956.25	131.02	0.07
	ห้วยสัก	113,950.00	2,125.02	1.86
	รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด	1,029,281.25	37,181.74	คิดเป็นร้อยละ 3.61 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเมืองเชียงรายจังหวัดเชียงราย รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 37,181.74 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 3.61 ของพื้นที่ทั้งหมดในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลแม่ข้าวต้ม และตำบลแม่ยาว มีพื้นที่ 10,400.31 ไร่ มีจำนวนพื้นที่เท่ากัน เพียงแต่อัตราการคำนวณของพื้นที่ไม่เท่ากัน (ตำบลแม่ข้าวต้มร้อยละ 15.75 และตำบลแม่ยาวร้อยละ 5.62) รองลงมาเป็นตำบลดอยลาน มีพื้นที่ 5,121.94 ไร่ ตามลำดับ



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.2 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลแม่ข้าวต้ม

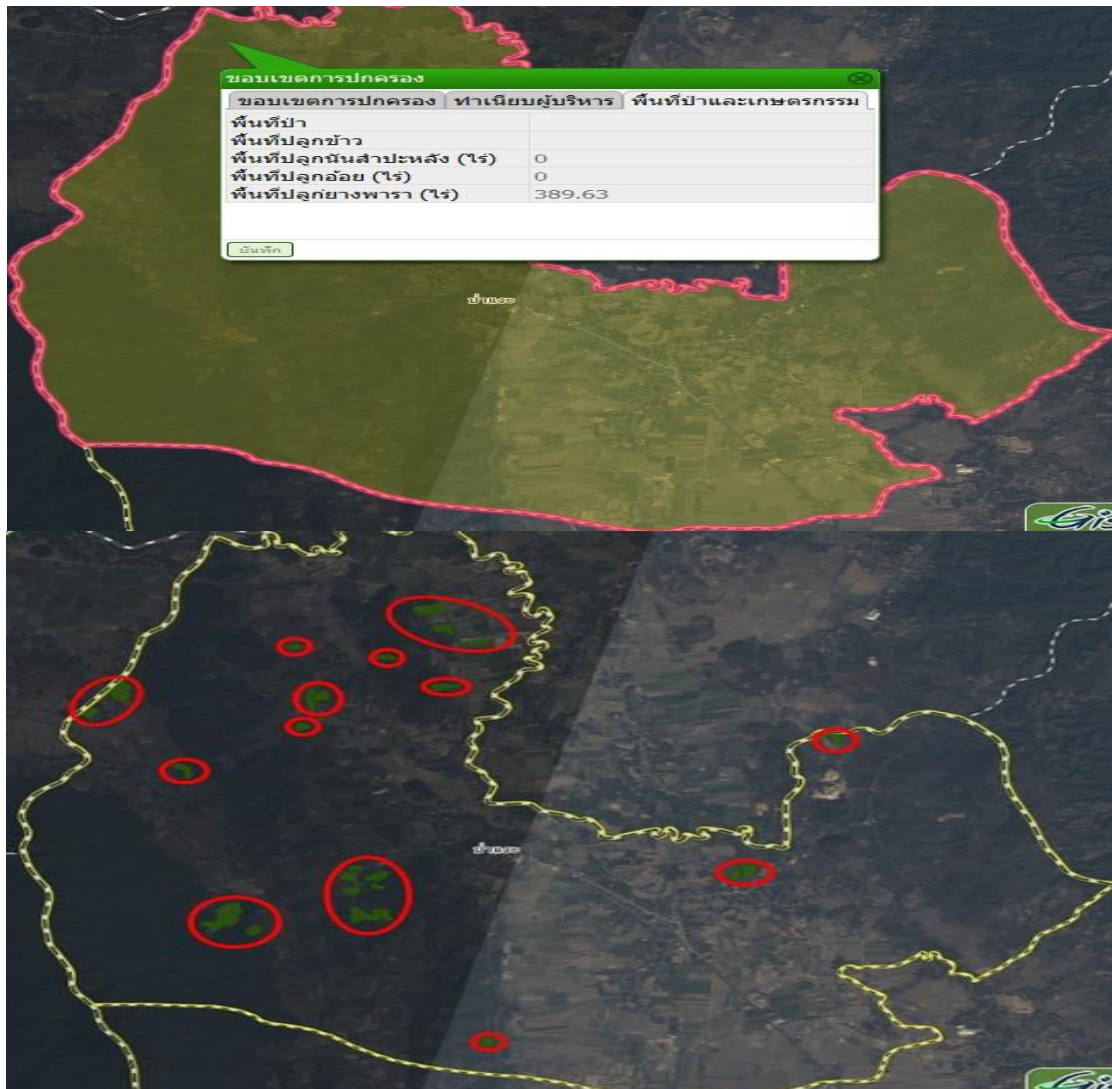
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงรายจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลแม่ข้าวต้ม ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารามากถึง 10,400.31 ไร่ เช่นเดียวกับพื้นที่ตำบลแม่ยาว ซึ่งแตกต่างกันที่สัดส่วนความเหมาะสม โดยตำบลแม่ข้าวต้มมีความเหมาะสมมากที่สุดถึง ร้อยละ 15.75 เมื่อเปรียบเทียบกับแล้วในพื้นที่ต่างๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต อีกทั้งยังเชื่อมกับเส้นทางของถนนระยะทางที่ใกล้ทำให้ความสะดวกทางการขนส่งยางพารา และรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงราย, 2558

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอป่า แดด	ป่าแฉะ	45,950.00	389.63	0.85
	ป่าแดด	37,568.75	34.03	0.09
	โรงช้าง	33,106.25	14.84	0.04
	ศรีโพธิ์เงิน	18,668.75	82.64	0.44
	สันมะค่า	25,518.75	56.7	0.22
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		160,812.50	577.84	คิดเป็นร้อยละ 0.36 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพาราในอำเภอป่าแดด จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 577.84 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.36 ของพื้นที่ทั้งหมดซึ่งพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลป่าแฉะ มีพื้นที่ 389.63 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลศรีโพธิ์เงินมีพื้นที่ 82.64 ไร่และตำบลสันมะค่า มีพื้นที่ 56.7 ไร่ ตามลำดับ



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.3 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลป่าแฉะ

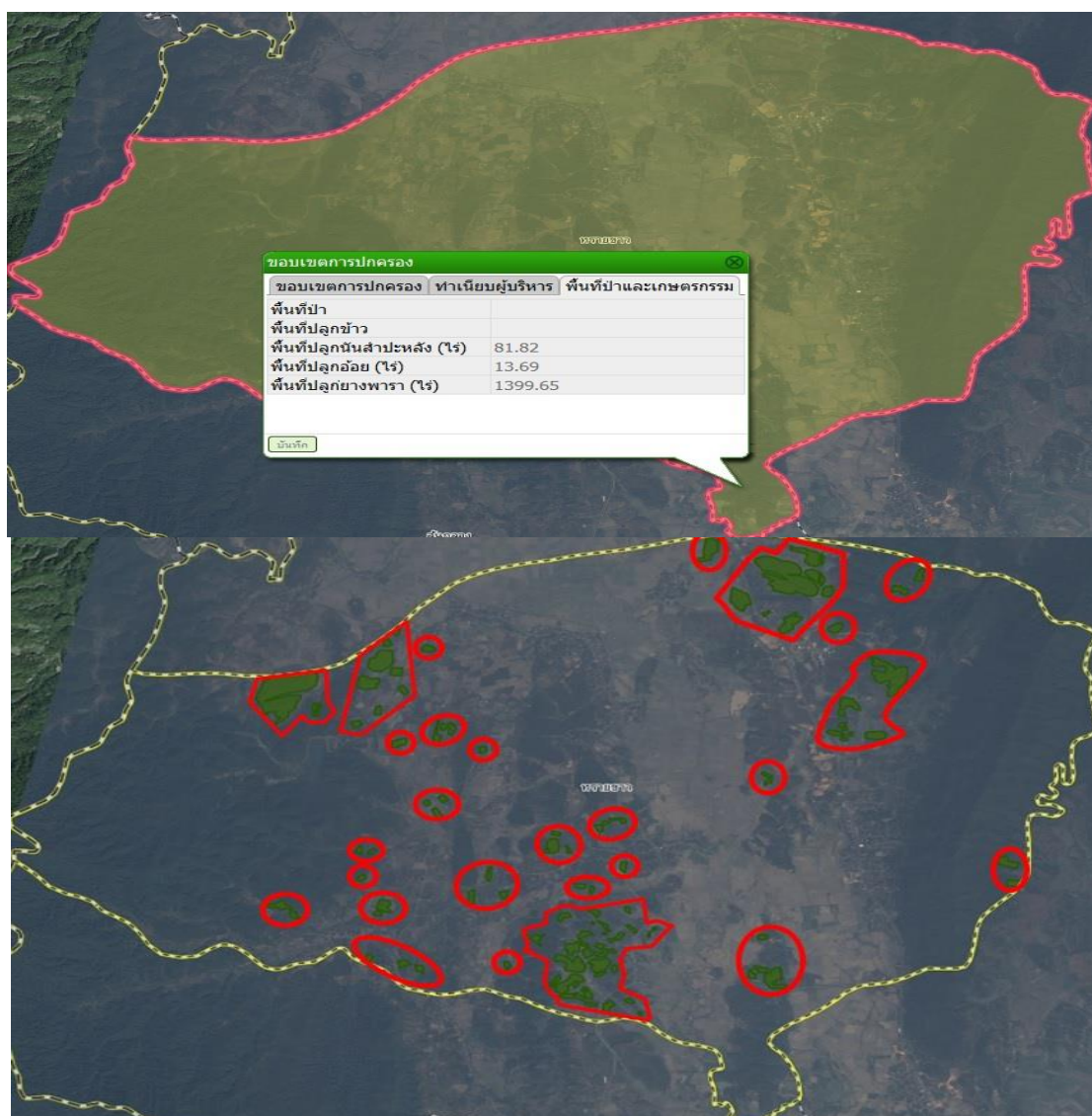
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อขายพาราในพื้นที่อำเภอป่าแดดจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลป่าแฉะ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารามากถึง 389.63 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกันมีอัตราความเหมาะสมมากถึง ร้อยละ 0.85 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต อีกทั้งยังเชื่อมกับเส้นทางของถนนแหล่งชุมชนพอสมควรสามารถจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดี ในเขตพื้นที่อำเภอป่าแดด

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอ พาน	เจริญเมือง	30,987.50	78.84	0.25
	ดอยงาม	17,356.25	-	0.00
	ทรายขาว	60,200.00	1,399.65	2.33
	ทานตะวัน	53,768.75	194.80	0.36
	ธารทอง	29,243.75	517.27	1.77
	ป่าหุ้ง	136,693.75	80.61	0.06
	ม่วงคำ	26,218.75	12.82	0.05
	เมืองพาน	19,756.25	4.47	0.02
	แม่เย็น	27,568.75	42.85	0.16
	แม่ฮ้อ	57,618.75	6.32	0.01
	เวียงห้าว	43,512.50	141.20	0.32
	สันกลาง	33,900.00	448.23	1.32
	สันติสุข	12,918.75	-	0.00
	สันมะเค็ด	41,262.50	238.97	0.58
	ห้วยม	20,518.75	-	0.00
	รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด	611,525.00	3,166.03	คิดเป็นร้อยละ 0.52 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอพาน จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 3,166.03 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.52 ของพื้นที่ในอำเภอพาน โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลทรายขาว มีพื้นที่ 1,399.65 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลธารทองมีพื้นที่ 517.27 ไร่ และสันกลางมีพื้นที่ 448.23 ไร่ ตามลำดับ



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.4 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลทรายขาว

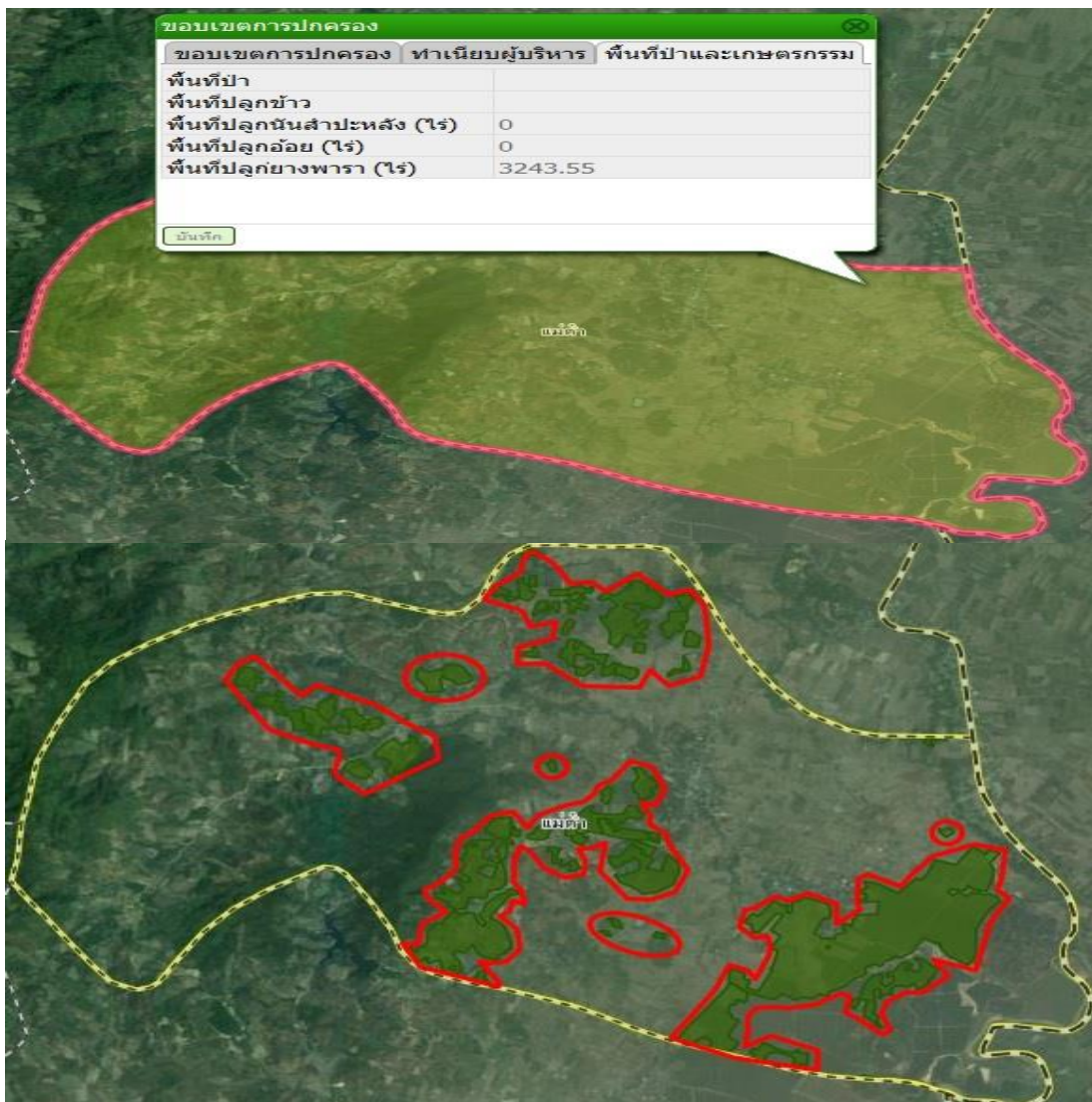
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอพานจังหวัดเชียงรายคือ ตำบลทรายขาว ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารามากถึง 1,399.65 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมมากถึงร้อยละ 2.33 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต เศรษฐกิจสาธารณูปโภค อีกทั้งยังเชื่อมกับเส้นทางของถนนแหล่งชุมชนพอสมควร สามารถจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอพาน

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอพญาเม็งราย	ตาดควัน	59,850.00	2,407.96	4.02
	เม็งราย	66,012.50	4,947.78	7.50
	แม่ต้า	26,743.75	3,243.55	12.13
	แม่เปา	69,631.25	4,014.31	5.77
	ไม้ยา	71,443.75	807.26	1.13
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		293,681.25	15,420.86	คิดเป็นร้อยละ 5.25 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 15,420.86 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 5.25 ของพื้นที่ในอำเภอพญาเม็งราย โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลเม็งราย 4,947.78 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลแม่เปา 4,014.31 ไร่ และตำบลแม่ต้า 3,243.55 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.5 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลแม่ต๋ำ

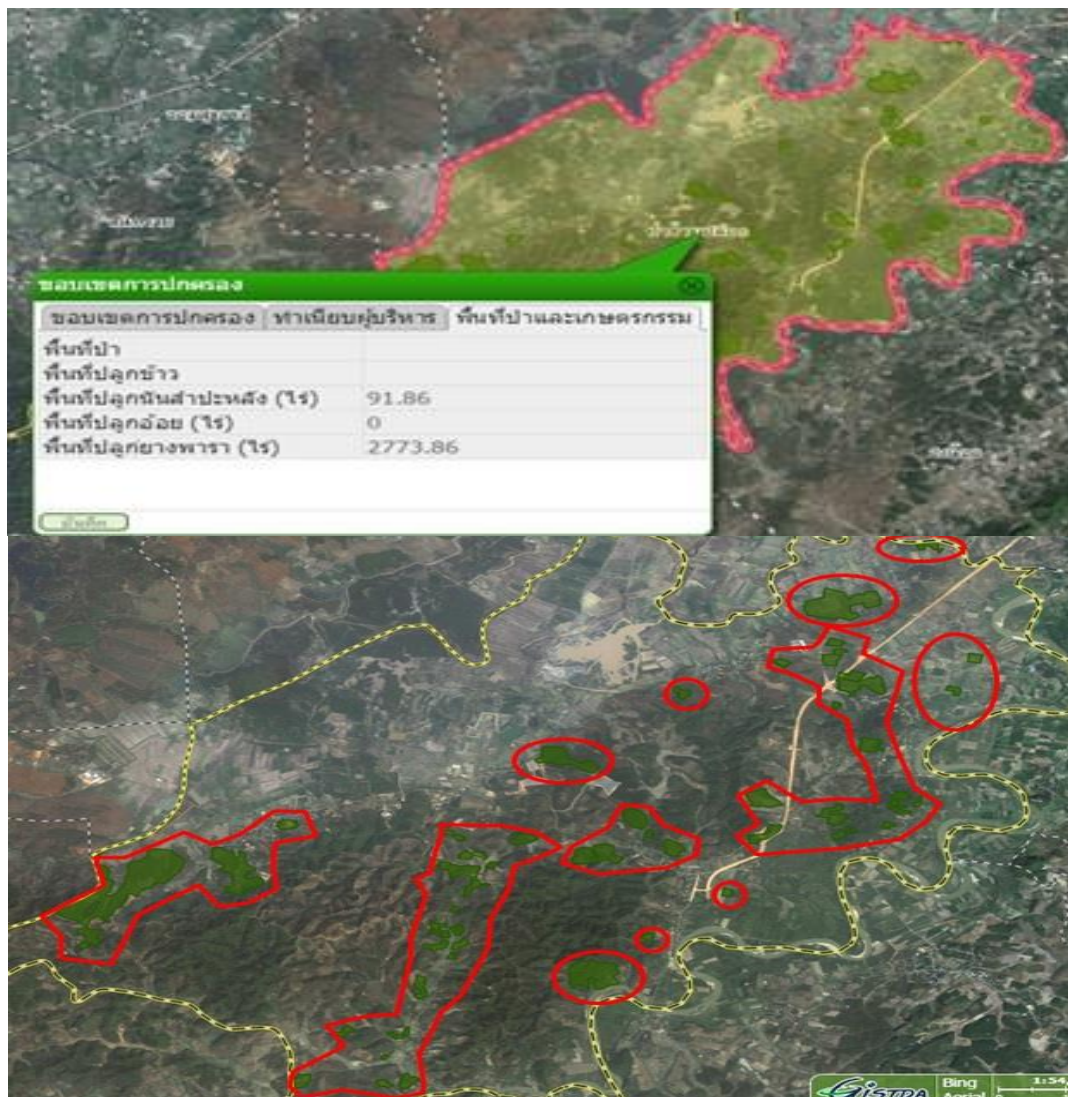
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอพญาเม็งรายจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลแม่ต๋ำ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารามากถึง 3,243.55 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่มากถึงร้อยละ 12.13 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต มากพอสมควร สามารถจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอพญาเม็งราย

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย				
อำเภอแม่จัน	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
	จอมสวรรค์	14,287.50	218.32	1.53
	จันจว้า	36,693.75	689.98	1.88
	จันจว้าใต้	28,018.75	603.72	2.15
	ท่าข้าวเปลือก	64,100.00	2,773.86	4.33
	ป่าซาง	31,593.75	391.64	1.24
	ป่าตึง	110,006.25	613.32	0.56
	แม่คำ	20,806.25	10.02	0.05
	แม่จัน	62,737.50	342.70	0.55
	แม่ไร่	6,543.75	4.74	0.07
	ศรีคำ	22,525.00	288.73	1.28
	สันทราย	24,600.00	623.72	2.54
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		421,912.50	6,560.75	คิดเป็นร้อยละ 1.56 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอแม่จันจังหวัดเชียงราย รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 6,560.75 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 1.56 ของพื้นที่ในอำเภอแม่จัน โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลท่าข้าวเปลือกมีพื้นที่ 2,773.86 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลจันจว้า มีพื้นที่ 689.98 ไร่ ตำบลสันทราย มีพื้นที่ 623.72 ไร่ ตามลำดับ



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.6 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลท่าข้าวเปลือก

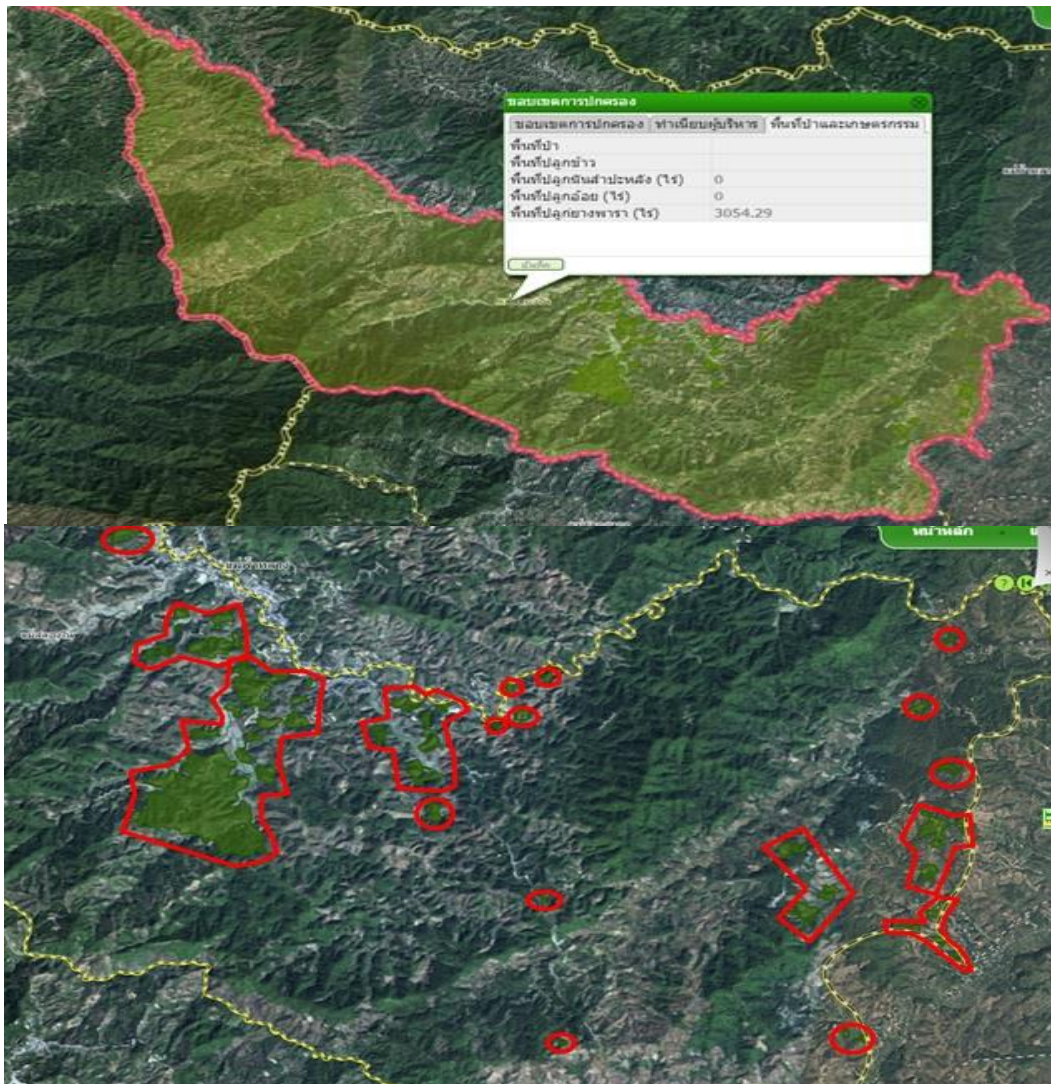
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอแม่จันจังหวัดเชียงรายคือ ตำบลท่าข้าวเปลือกซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารามากถึง 2,773.86 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่มากถึงร้อยละ 4.33 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต เป็นเขตพื้นที่เนินราบ ซึ่งมีการปลูกยางพารามากพอสมควร สามารถทำการจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอแม่จัน

ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอแม่ฟ้าหลวง	เทิดไทย	116,081.25	411.95	0.35
	แม่ฟ้าหลวง	68,731.25	106.97	0.16
	แม่สลองนอก	64,925.00	168.64	0.26
	แม่สลองใน	164,162.50	3,054.29	1.86
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		413,900.00	3,741.85	3,741.85

ที่มารวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 3,741.85 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.9 ของพื้นที่ในอำเภอแม่ฟ้าหลวง โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลแม่สลองในมีพื้นที่ 3,054.29 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลเทิดไทยมีพื้นที่ 411.95 ไร่ ตำบลแม่สลองนอก มีพื้นที่ 168.64 ไร่ และตำบลแม่ฟ้าหลวงมีพื้นที่ 106.97 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.7 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลแม่สลองใน

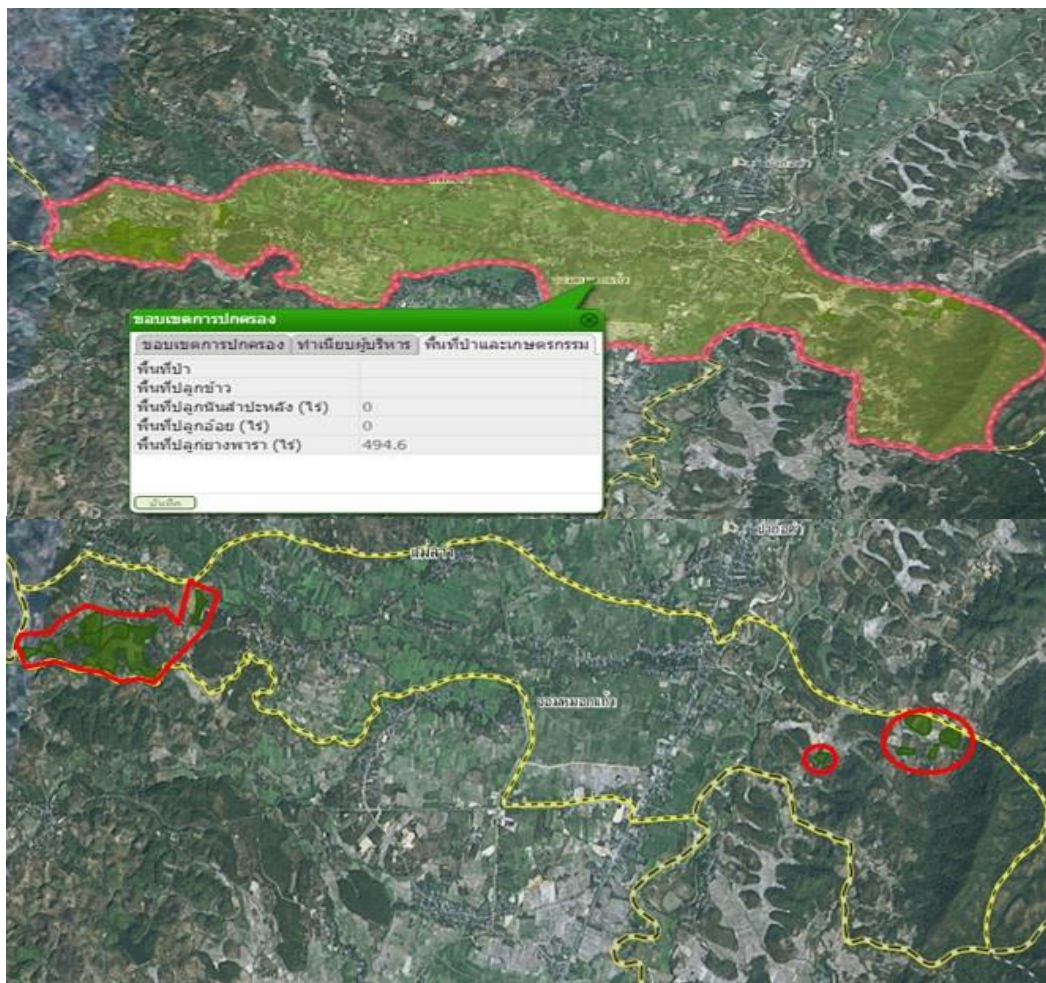
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอแม่ฟ้าหลวงจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลแม่สลองใน ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารามากถึง 3,054.29 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน โดยมีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ ร้อยละ 1.86 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต ส่วนมากเป็นเขตพื้นที่ป่าเขา ซึ่งมีการปลูกยางพารามากพอสมควร เหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอแม่ลาว	จอมหมอกแก้ว	18,593.75	494.60	2.66
	ดงมะดะ	35,818.75	531.31	1.48
	บัวสลี	15,712.50	56.94	0.36
	ปากอคำ	30,556.25	727.01	2.38
	โป่งแพร่	32,831.20	800.19	2.44
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		133,512.45	2,610.05	คิดเป็นร้อยละ 1.95 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 2,610.05 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 1.95 ของพื้นที่ในอำเภอแม่ลาว โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุด คือ ตำบลโป่งแพร่ มีพื้นที่ 800.19 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลปากอ มีพื้นที่ 727.01 ไร่ ตำบลดงมะดะมีพื้นที่ 531.31 ไร่ ตำบลจอมหมอกแก้วมีพื้นที่ 494.60 ไร่ และตำบลบัวสลี มีพื้นที่ 56.94 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.8 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลจอมหมอกแก้ว

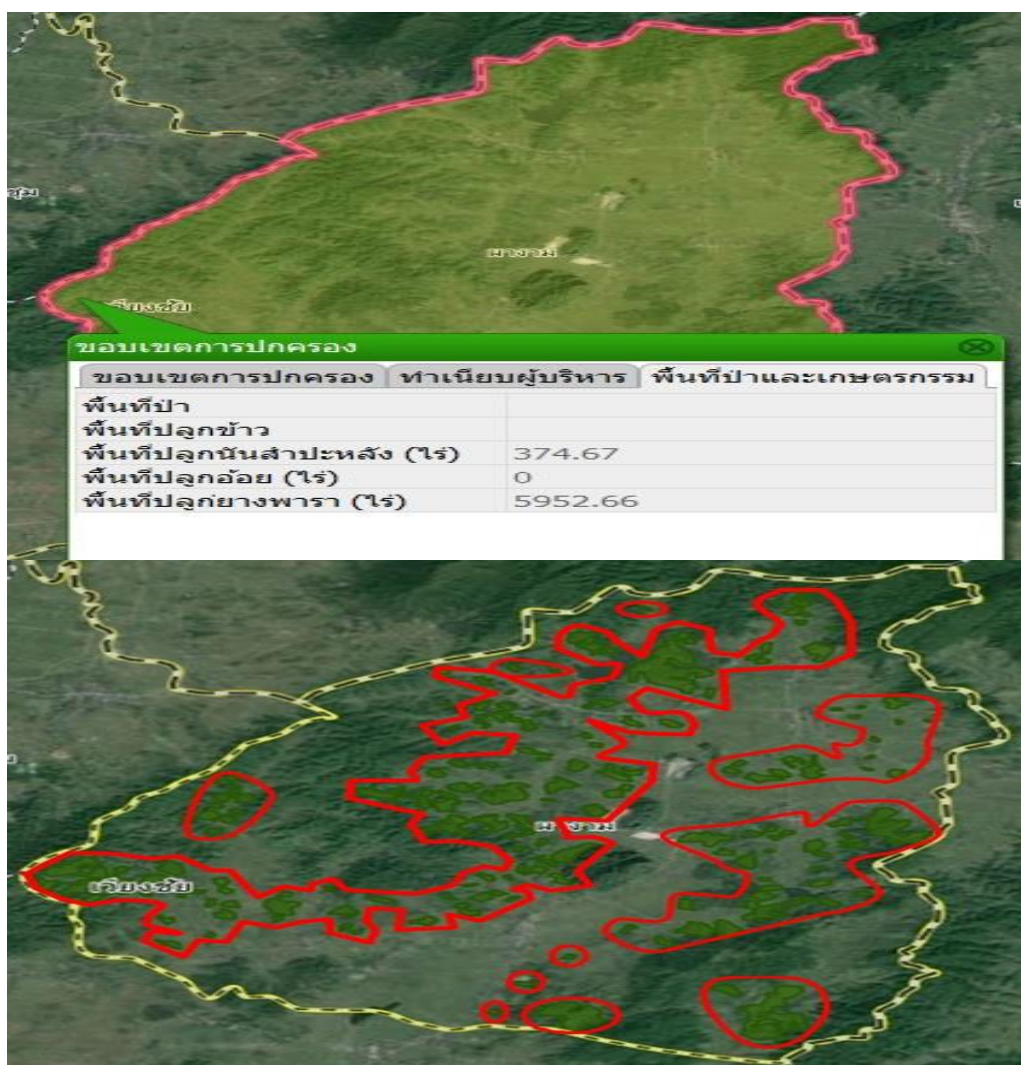
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร ในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอแม่ลาวจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลจอมหมอกแก้ว ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 494.60 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ ร้อยละ 2.66 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต ส่วนมากเป็นเขตพื้นที่ป่าเขา รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอแม่ลาว

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอเวียงชัย	ดอนศิลา	61,675	2,452.51	3.98
	ผางาม	70,956.25	5,952.66	8.39
	เมืองชุม	25,075	530.66	2.12
	เวียงชัย	30,918.75	127.43	0.41
	เวียงเหนือ	29,100	0	0
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		217,725	9,063.26	คิดเป็นร้อยละ 4.16 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเวียงชัยจังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 9,063.26 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 4.16 ของพื้นที่ในอำเภอเวียงชัย โดยพื้นที่ที่การปลูกมากที่สุด คือ ตำบลผางามมีพื้นที่ 5,952.66 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลดอนศิลาที่มีพื้นที่ 2,452.51 ไร่ ตำบลเมืองชุม มีพื้นที่ 530.66 ไร่ ตำบลเวียงชัย มีพื้นที่ 127.43 ไร่ และตำบลเวียงเหนือยังไม่มีพื้นที่ปลูกยางพารา



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.9 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลผางาม

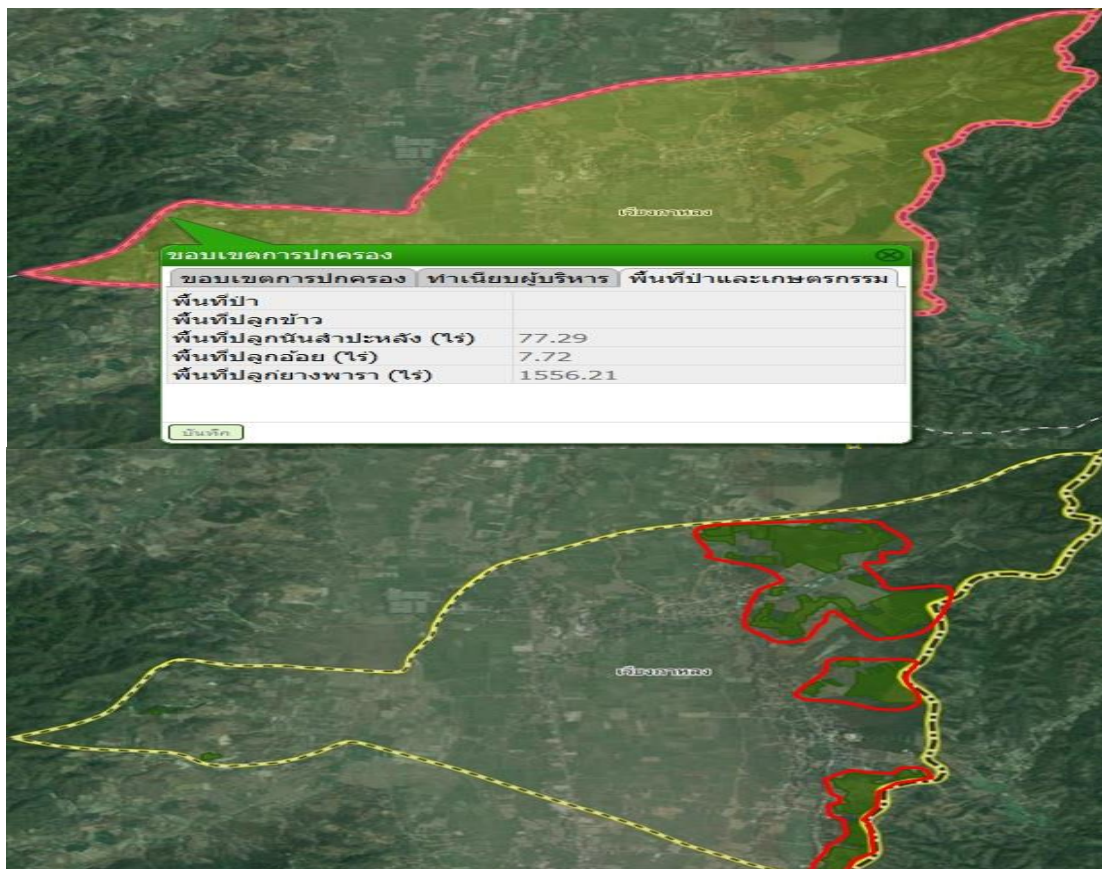
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอเวียงชัยจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลผางาม ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 5,952.66 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกันมีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ ร้อยละ 8.39 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอเวียงชัย

ตาราง 4.11 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอเวียงป่าเป้า	บ้านโป่ง	46,056.25	1,245.75	2.70
	ป่าจั่ว	112,456.25	2,504.04	2.23
	แม่เจดีย์	91,286.75	1,411.37	1.55
	แม่เจดีย์ใหม่	160,068.75	403.54	0.25
	เวียง	152,550.00	407.68	0.27
	เวียงกาหลง	20,381.25	1,556.21	7.64
	สันสลี	189,856.25	1,524.71	0.80
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		772,655.50	9,053.30	คิดเป็นร้อยละ 0.0012 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 9,053.30 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่ คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.0012 ของพื้นที่ซึ่งในอำเภอเวียงป่าเป้า โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลป่าจั่วมีพื้นที่ 2,504.04 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลเวียงกาหลงมีพื้นที่ 1,556.21 ไร่ ตามลำดับ



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตรปี, 2558

รูปที่ 4.10 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลเวียงกาหลง

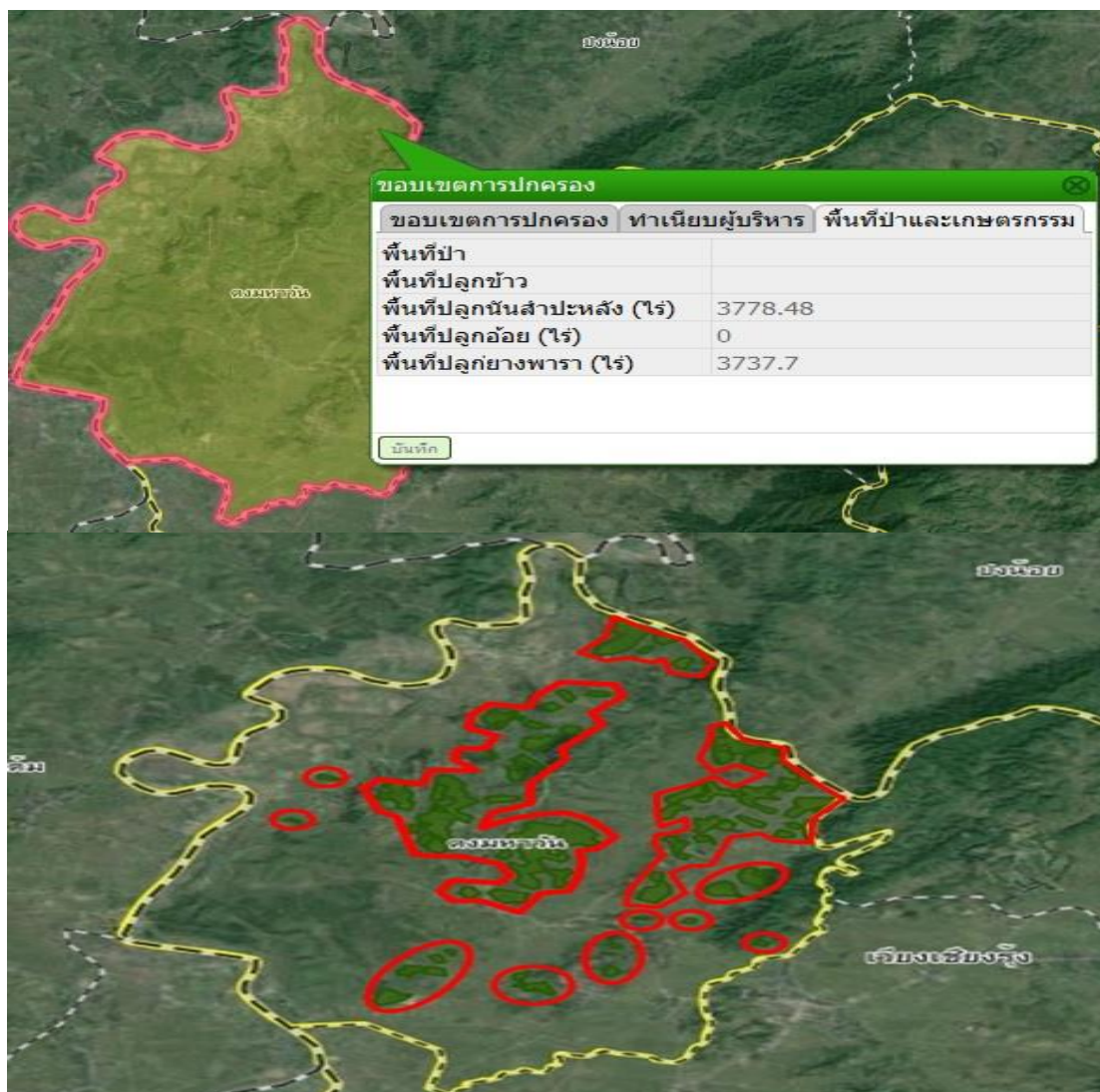
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอเวียงป่าเป้าจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลเวียงกาหลง ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 1,556.21 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ร้อยละ 7.64 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่ อำเภอเวียงป่าเป้า

ตาราง 4.12 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอเวียง เชียงรุ้ง	ดงมหาวัน	46,168.75	3,737.70	8.10
	ทุ่งก้อ	66,968.75	2,168.65	3.24
	ป่าซาง	57,562.50	418.4	0.73
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		170,700.00	6,324.75	คิดเป็นร้อยละ 3.71 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 6,324.75 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตรา ร้อยละ 3.71 ของพื้นที่ในอำเภอเชียงรุ้ง โดยพื้นที่ที่มีการปลูกมากที่สุดคือ ตำบลดงมหาวันมีพื้นที่ 3,737.70 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลทุ่งก้อมีพื้นที่ 2,168.65 ไร่และตำบลป่าซางมีพื้นที่ 418.4 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.11 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลดงมหาวัน

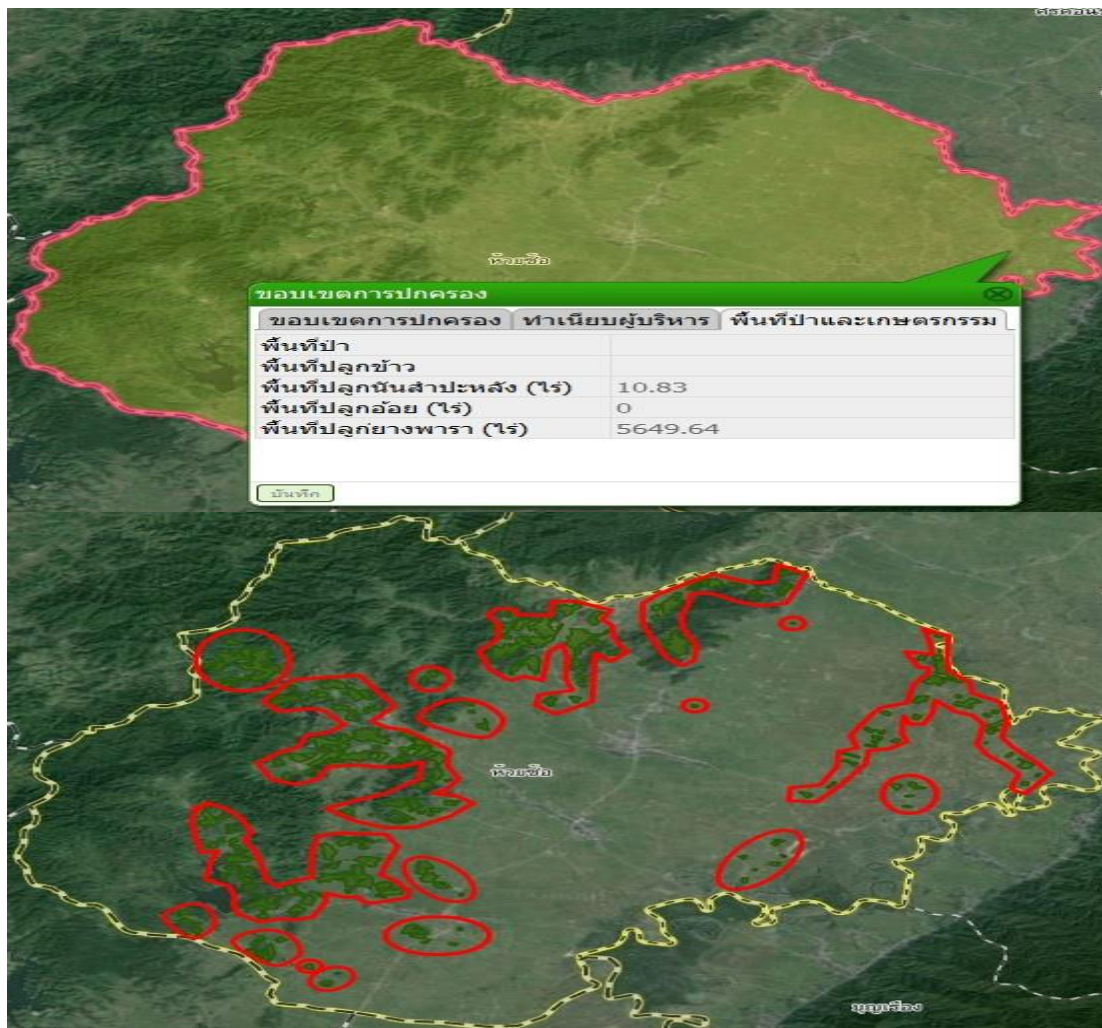
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลดงมหาวัน ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับ 3,737.70 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ร้อยละ 8.10 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต ใกล้แหล่งชุมชนจึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอเวียงเชียงรุ้ง

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอเชียงของ	ศรี่ง	52,381.25	94.74	0.18
	บุญเรือง	31,006.25	82.87	0.27
	ริมโขง	52,637.50	1,719.28	3.27
	เวียง	68,931.25	2,020.96	0.03
	ดอนชัย	80,675.00	1,885.03	2.34
	สถาน	64,062.50	604.84	0.94
	ห้วยซ้อ	126,600.00	5,649.64	4.46
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		476,293.75 ไร่	12,057.36 ไร่	คิดเป็นร้อยละ 2.53 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 12,057.36 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 2.53 ของพื้นที่ในอำเภอเชียงของ โดยพื้นที่การปลูกมากที่สุดคือ ตำบลห้วยซ้อมีพื้นที่ 5,649.64 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลเวียงมีพื้นที่ 2,020.96 ไร่ ตำบลดอนชัย มีพื้นที่ 1,885.03 ไร่ ตำบลริมโขง มีพื้นที่ 1,719.28 ไร่ ตำบลสถานมีพื้นที่ 604.84 ไร่ ตำบลศรี่งมีพื้นที่ 94.74 ไร่ และตำบลบุญเรืองมีพื้นที่ 82.87 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.12 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลห้วยซ้อ

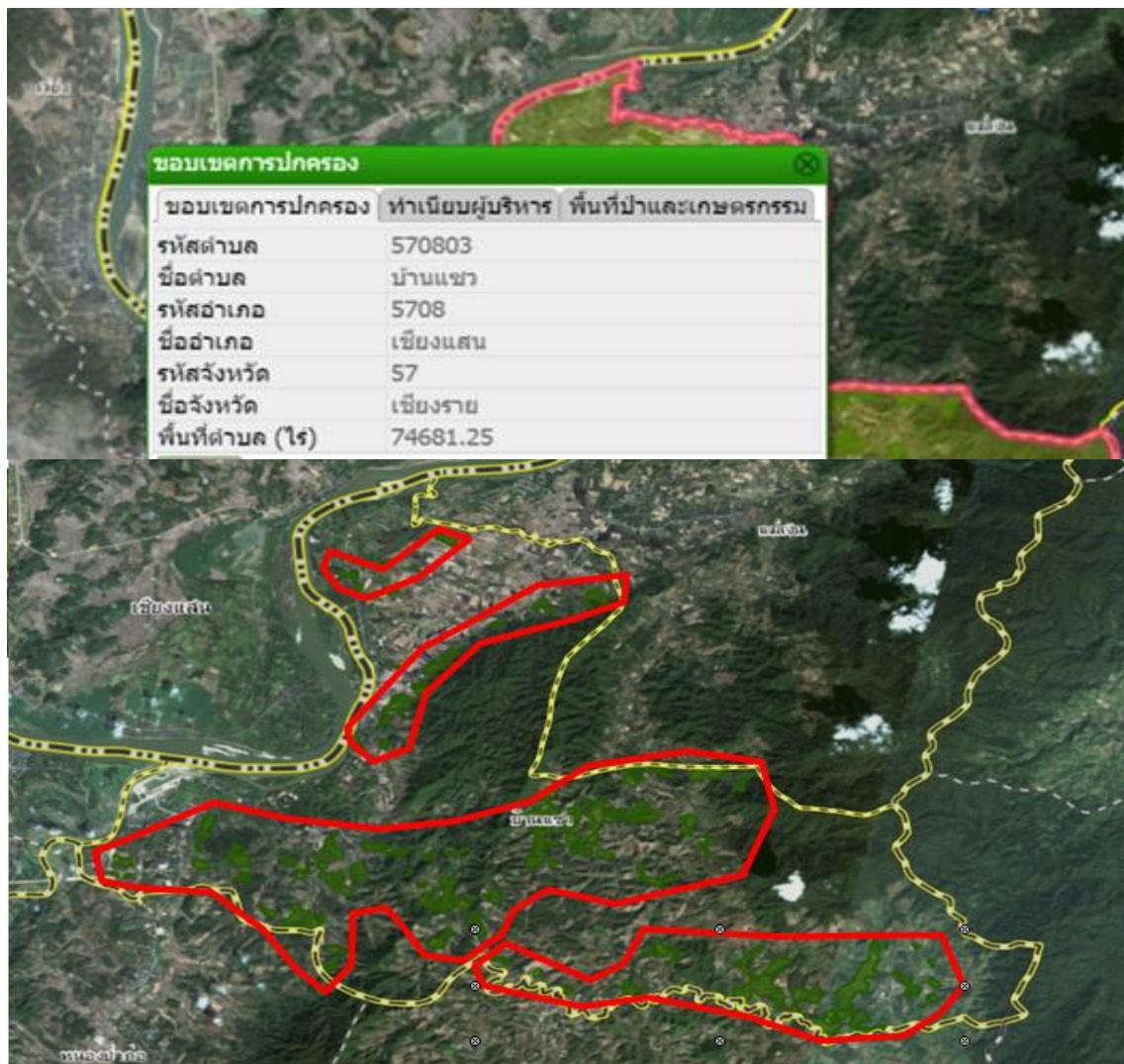
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลห้วยซ้อ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 5,649.64 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกันมีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ ร้อยละ 4.46 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต โดยเป็นพื้นที่แหล่งสวนป่า เนินเขามากพอสมควร การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอเชียงของ

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอเชียงแสน	บ้านแซว	74,681.25	4,876.79	6.53
	ป่าสัก	30,093.75	1,108.17	3.68
	แม่เงิน	69,737.50	1,817.65	2.61
	โยนก	33,075.00	722.53	2.81
	เวียง	37,137.50	199.15	0.54
	ศรีดอนมูล	39,487.50	1,066.24	2.70
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		284,212.50 ไร่	9,790.53 ไร่	คิดเป็นร้อยละ 3.44 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 9,790.53 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 3.44 ของพื้นที่ในอำเภอเชียงแสนโดยพื้นที่ที่การปลูกมากที่สุดคือ ตำบลบ้านแซวมีพื้นที่ 4,876.79 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลแม่เงินมีพื้นที่ 1,817.65 ไร่ตำบลป่าสัก มีพื้นที่ 1,108.17 ไร่ ตำบลศรีดอนมูล มีพื้นที่ 1,066.24 ไร่ ตำบลโยนก มีพื้นที่ 722.53 ไร่ตำบลเวียง มีพื้นที่ 199.15 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.13 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลบ้านแซว

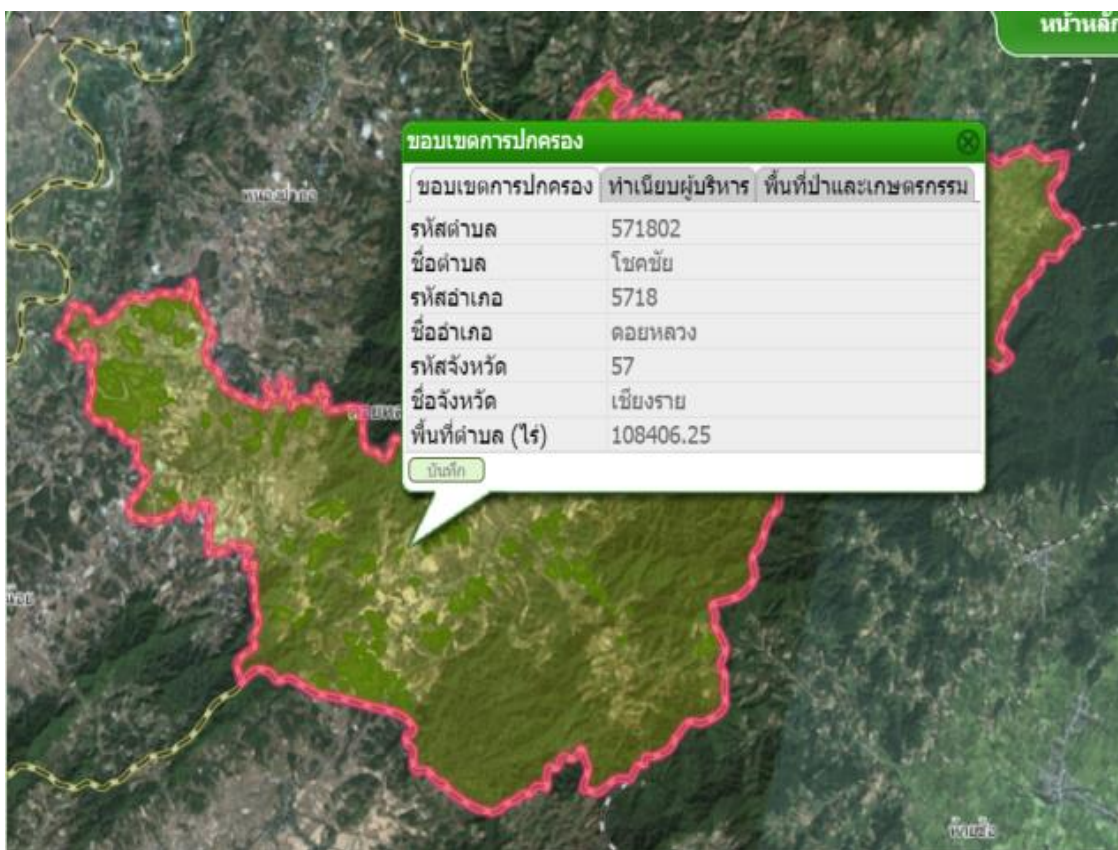
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอเชียงใหม่จังหวัดเชียงใหม่ คือ ตำบลบ้านแซว ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 4,876.79 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ร้อยละ 6.53 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต โดยเป็นพื้นที่แหล่งสวนป่า เนินเขามากพอสมควร การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงใหม่

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอดอยหลวง	โชคชัย	108,406.25	6,265.18	5.78
	ปงน้อย	46,043.75	4,548.97	9.88
	หนองป่าก่อ	43,312.50	5,660.53	13.07
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		197,762.50	16,474.68	คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอดอยหลวงจังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 16,474.68 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 8.33 ของพื้นที่ในอำเภอดอยหลวง โดยพื้นที่การปลูกมากที่สุดคือ ตำบลโชคชัยมีพื้นที่ 6,265.18 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลหนองป่าก่อ มีพื้นที่ 5,660.53 ไร่ และตำบลปงน้อย มีพื้นที่ 4,548.97 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.14 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลบ้านปากอ

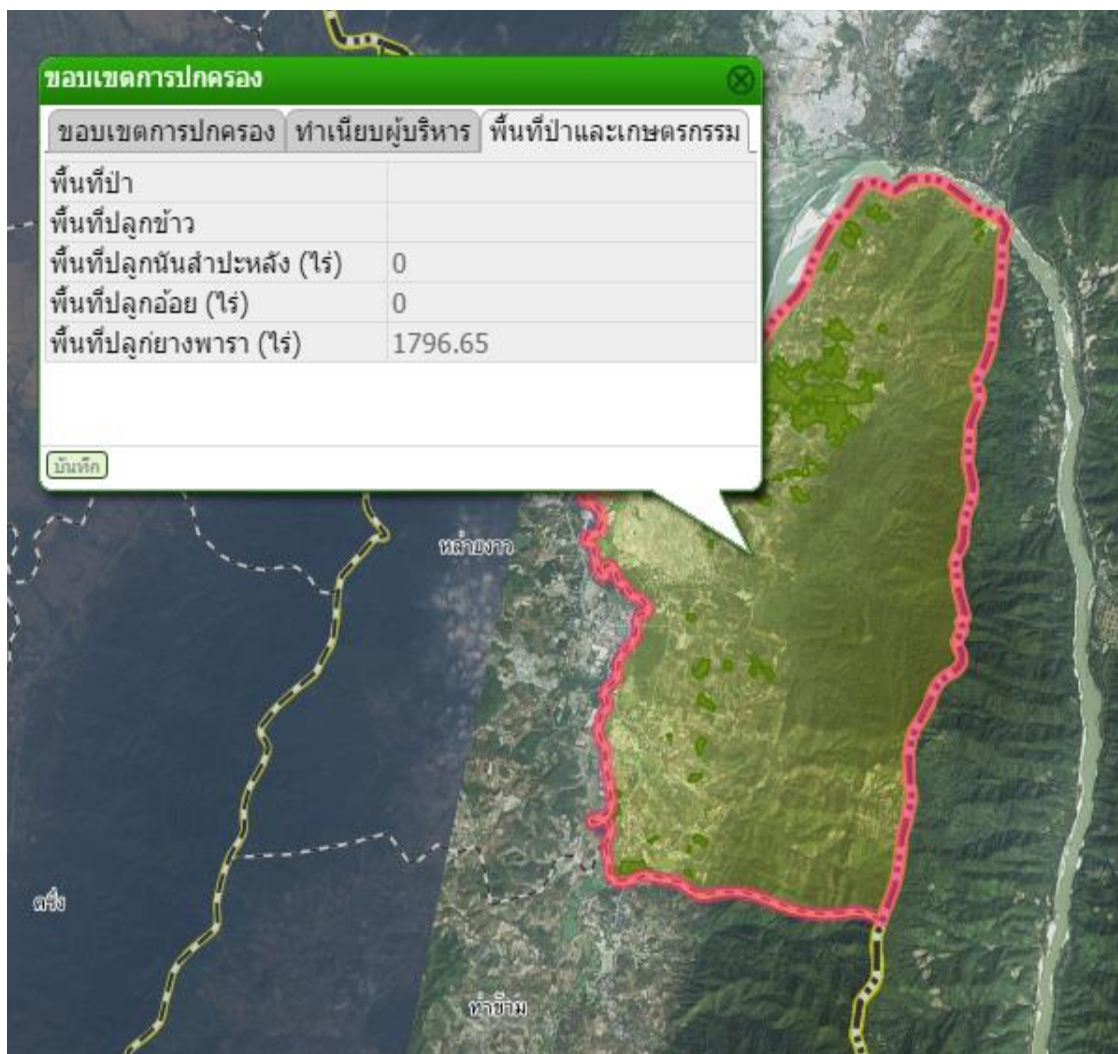
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอหัวดอยจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลหนองปากอ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 5,660.53 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกันมีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ร้อยละ 13.07 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต โดยเป็นพื้นที่แหล่งสวนป่า เนินเขาเหมาะสมควม การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่ อำเภอคอยหลวง

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอเวียงแก่น	ท่าข้าม	39,512.50	1,269.78	3.21
	ปอ	164,381.25	2,092.98	1.27
	ม่วงยาย	43,631.25	1,796.65	4.12
	หล่ายงาว	40,375.00	1,181.58	2.93
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		287,900.00	6,340.99	คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 6,340.99 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 2.2 ของพื้นที่ในอำเภอเวียงแก่นโดยพื้นที่ที่การปลูกมากที่สุดคือ ตำบลปอมีพื้นที่ 2,092.98 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลม่วงยาย มีพื้นที่ 1,796.65 ไร่ ตำบลท่าข้าม มีพื้นที่ 1,269.78 ไร่ และตำบลหล่ายงาว มีพื้นที่ 1,181.58 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.15 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลม่วงยาย

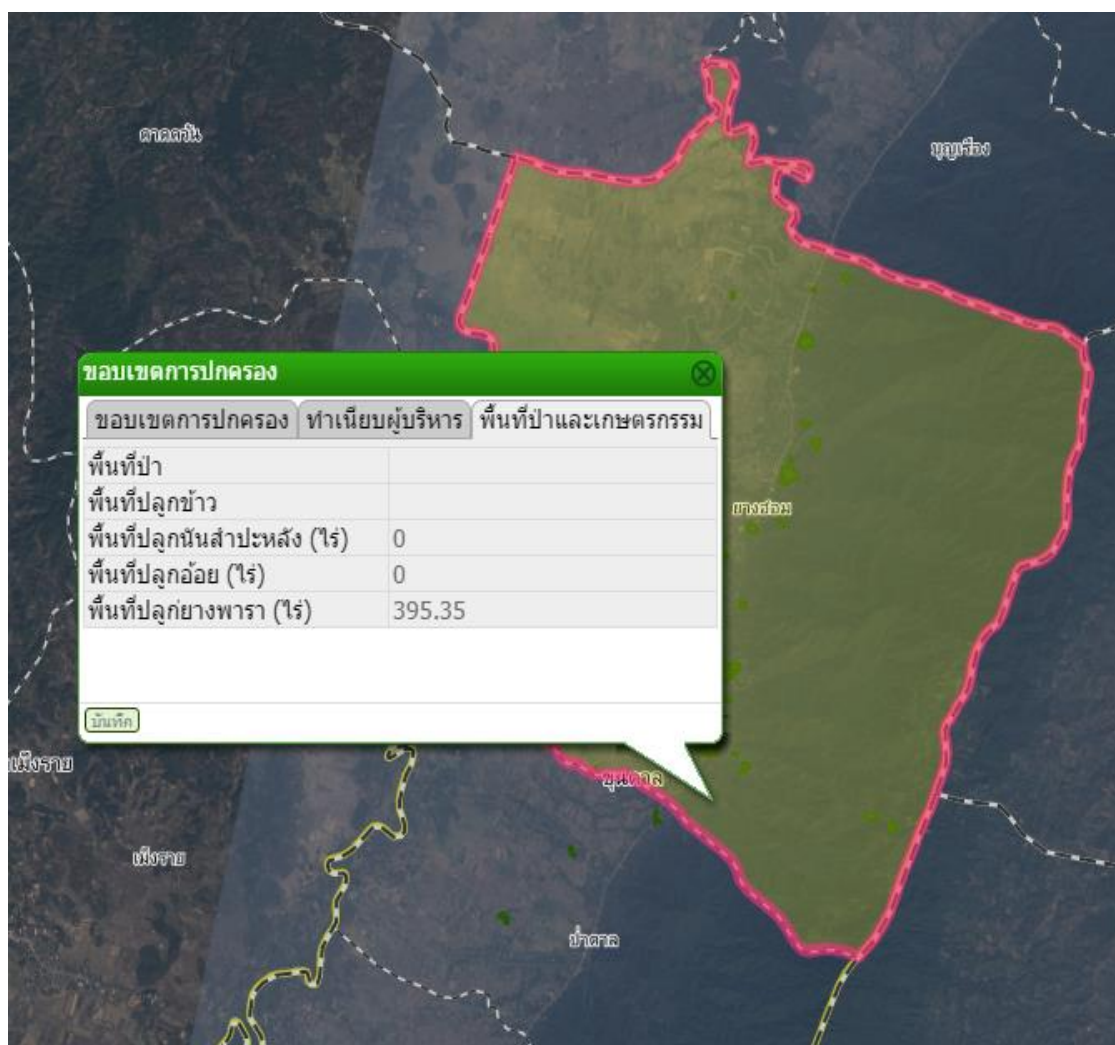
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอเวียงแก่นจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลหนองม่วงยาย ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 1,796.65 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ ร้อยละ 4.12 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆ อาณาเขต โดยเป็นพื้นที่แหล่งสวนป่า เนินเขามากพอสมควร การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอเวียงแก่น

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอขุนตาล จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอเวียงแก่น	ต้า	43,150.00	-	-
	ป่าตาล	35,443.75	34.84	0.10
	ยางฮอม	86,418.75	395.35	0.46
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		165,012.50	430.10	คิดเป็นร้อยละ 0.26 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอขุนตาลจังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 430.10 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.26 ของพื้นที่ในอำเภอขุนตาลโดยพื้นที่ที่การปลูกมากที่สุดคือ ตำบลยางฮอม มีพื้นที่ 395.35 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลป่าตาล มีพื้นที่ 34.84 ไร่ และตำบลต้าไม่มีพื้นที่การปลูกยางพารา



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.16 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลยางฮอม

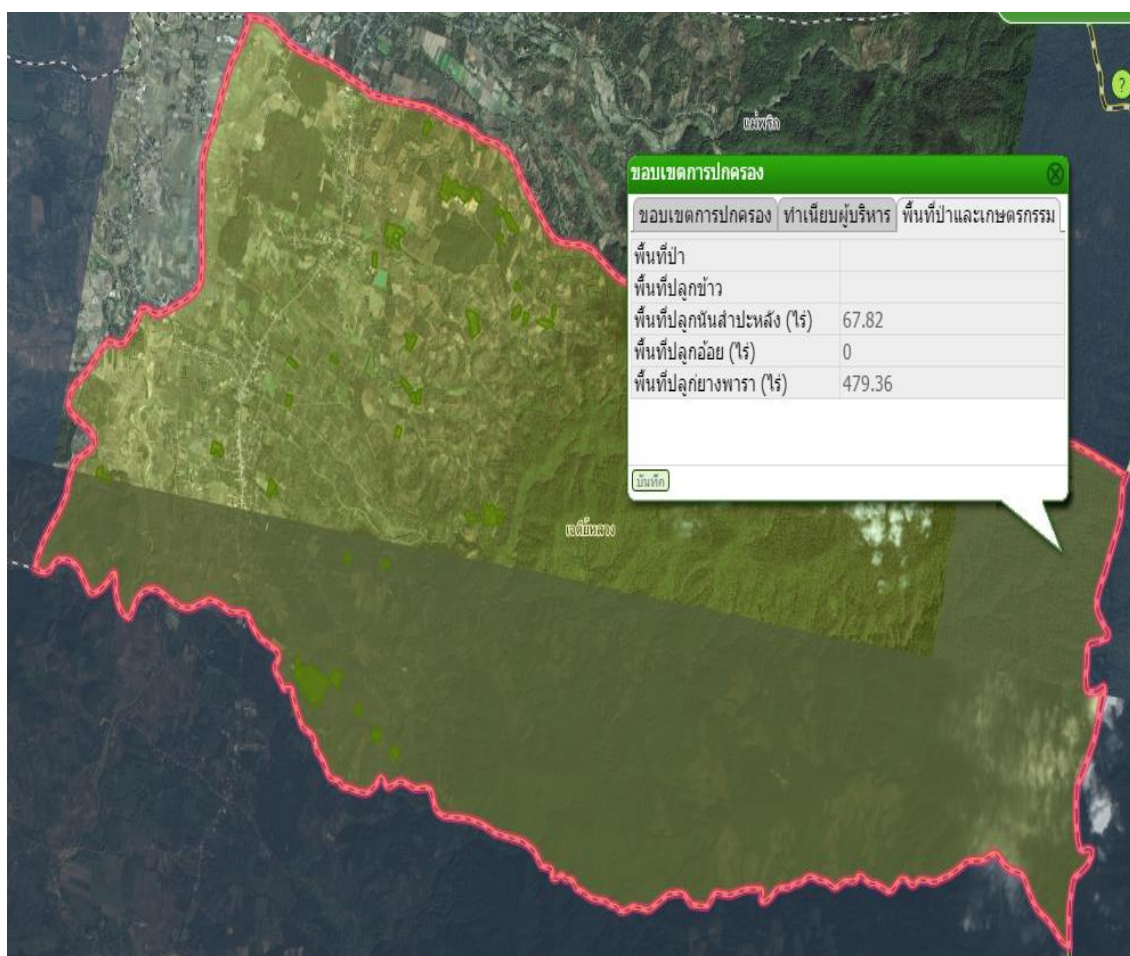
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอขุนตาลจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลหนองยางฮอม ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 395.35 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ร้อยละ 0.46 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆอาณาเขต โดยเป็นพื้นที่แหล่งสวนป่า เนินเขามากพอสมควร การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในพื้นที่ อำเภอขุนตาล

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอแม่สรวย	เจดีย์หลวง	62,025.00	479.36	0.77
	ท่าก้อ	177,012.50	755.93	0.43
	ป่าแดด	145,100.00	635.43	0.44
	แม่พริก	37,406.25	135.03	0.36
	แม่สรวย	96,706.25	512.28	0.53
	วาวี	260,543.75	244.19	0.09
	ศรีถ้อย	96,181.25	629.25	0.65
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		874,975.00	3,391.47	คิดเป็นร้อยละ 0.39 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอแม่สรวยจังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 3,391.47 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.39 ของพื้นที่ในอำเภอแม่สรวยโดยพื้นที่ที่การปลูกมากที่สุดคือ ตำบลท่าก้อ มีพื้นที่ 755.93 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลป่าแดด มีพื้นที่ 635.43 ไร่ ตำบล ศรีถ้อย มีพื้นที่ 629.25 ไร่ ตำบลแม่สรวย มีพื้นที่ 512.28 ไร่ ตำบลเจดีย์หลวง มีพื้นที่ 479.36 ไร่ ตำบลวาวี มีพื้นที่ 244.19 ไร่ และตำบลแม่พริก มีพื้นที่ 135.03 ไร่



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.17 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลเจดีย์หลวง

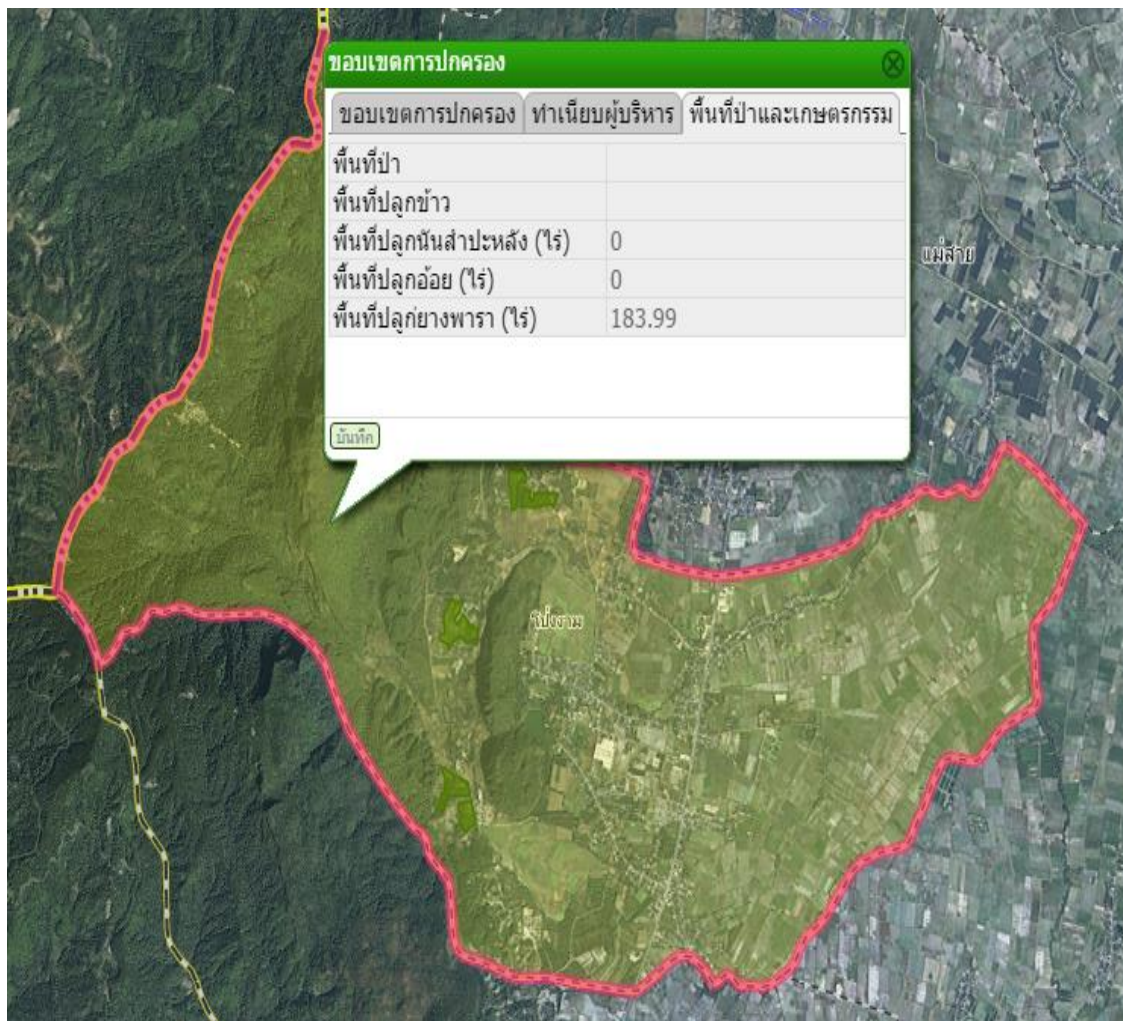
การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอแม่สรวยจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลเจดีย์หลวง ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 479.36 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ร้อยละ 0.77 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆอาณาเขต โดยเป็นพื้นที่แหล่งสวนป่า เนินเขามากพอสมควร การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอแม่สรวย

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพารา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

พื้นที่ปลูกยางพาราอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย				
	ตำบล	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ปลูก (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของพื้นที่
อำเภอแม่สาย	เกาะช้าง	28,962.50	11.39	0.04
	บ้านด้าย	21,018.75	6.43	0.03
	โป่งงาม	26,500.00	183.99	0.69
	โป่งผา	27,037.50	-	-
	แม่สาย	13,337.50	-	-
	เวียงพางคำ	19,300.00	-	-
	ศรีเมืองชุม	26,606.25	-	-
	ห้วยไคร้	27,593.75	19.11	0.07
รวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด		163,750.00	220.92	คิดเป็นร้อยละ 0.13 ของพื้นที่

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย โดยฐานข้อมูลจากระบบบริหารภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

การวิเคราะห์พื้นที่การปลูกยางพารา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายรวมพื้นที่ปลูกทั้งหมด 220.92 ไร่ มีความเหมาะสมของพื้นที่คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 0.13 ของพื้นที่ในอำเภอแม่สายโดยพื้นที่การปลูกมากที่สุดคือ ตำบลโป่งงาม มีพื้นที่ 183.99 ไร่ รองลงมาเป็นตำบลห้วยไคร้ มีพื้นที่ 19.11 ไร่ ตำบลเกาะช้าง มีพื้นที่ 11.39 ไร่ และตำบลบ้านด้าย มีพื้นที่ 6.43 ไร่ ซึ่งอำเภอโป่งผา อำเภอแม่สาย อำเภอเวียงพางคำ และอำเภอศรีเมืองชุม ไม่มีการเพาะปลูกยางพารา



ที่มา ระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร, 2558

รูปที่ 4.18 พื้นที่ปลูกยางพารา ตำบลโป่งงาม

การวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราจากข้อมูลฐานระบบบริการภูมิสารสนเทศเพื่อการเกษตร พบว่าในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในพื้นที่อำเภอแม่สายจังหวัดเชียงราย คือ ตำบลโป่งงาม ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพารา 183.99 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตพื้นที่เดียวกัน มีอัตราความเหมาะสมของพื้นที่ ร้อยละ 0.69 อีกทั้งยังสอดคล้องกับปัจจัยหลักในด้านแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราอยู่ในบริเวณรอบๆอาณาเขต โดยเป็นพื้นที่แหล่งสวนป่า เนินเขามากพอสมควร การคมนาคมเข้าถึง ระยะทางไม่ห่างจากเส้นทางสายหลักมากนัก มีแหล่งชุมชนสาธารณูปโภค รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ จึงเหมาะแก่การจัดตั้งเป็นจุดรับซื้อผลผลิตยางพาราของชาวสวนยางได้เป็นอย่างดีในเขตพื้นที่อำเภอแม่สาย

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์พื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย

	คะแนนพื้นที่ของอำเภอ		คะแนนพื้นที่ของตำบล	
	อำเภอ	ทั้งหมด (ร้อยละ)	ตำบล	ตำบล (ร้อยละ)
พื้นที่ที่มีศักยภาพสูง	ดอยหลวง	13.07	หนองป่าก่อ	8.33
	พญาเม็งราย	5.25	แม่ต้า	12.13
	เชียงแสน	6.53	บ้านแซว	3.44
	เวียงชัย	4.16	ผางาม	8.39
	เวียงแก่น	4.12	ม่วงยาย	2.20
	เชียงรุ้ง	3.71	ดงมหาวัน	8.10
	เมือง	3.61	แม่ข้าวต้ม	15.75
	เชียงของ	2.53	ห้วยซ้อ	4.46
พื้นที่ที่มีศักยภาพปานกลาง	แม่ลาว	1.95	จอมหมอกแก้ว	2.66
	แม่จัน	1.56	ท่าข้าวเปลือก	4.33
	แม่ฟ้าหลวง	0.9	แม่สลองใน	1.86
	แม่สรวย	0.77	เจดีย์หลวง	0.39
	เทิง	0.74	หาว	1.58
	แม่สาย	0.69	โป่งงาม	0.13
	พาน	0.52	ทรายขาว	2.33
พื้นที่ที่มีศักยภาพต่ำ	ขุนตาล	0.46	ยางฮอม	0.26
	ป่าแดด	0.36	ป่าแงะ	0.85
	เวียงป่าเป้า	0.0012	เวียงกาหลง	7.64

การวิเคราะห์พื้นที่ที่มีศักยภาพในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย โดยจากการนำพื้นที่ปลูกของแต่ละอำเภอและตำบลมาทำการวิเคราะห์ มีดังต่อไปนี้

พื้นที่ที่มีศักยภาพสูง 3 อันดับแรก คือ อำเภอดอยหลวงมีพื้นที่ปลูกยางพารามากที่สุดเท่ากับร้อยละ 13.07 ซึ่งอยู่ที่ตำบลหนองป่าก่อมีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 8.33 รองลงมาคือ อำเภอพญาเม็งราย มีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับ ร้อยละ 5.25 ที่ตำบลแม่ต้าซึ่งมีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 12.13 และอำเภอเชียงแสน มีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราเท่ากับ ร้อยละ 6.53 ที่ตำบลบ้านแซวซึ่งมีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 3.44 ถัดมา คือ อำเภอเวียงชัย อำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงรุ้ง อำเภอเมือง และอำเภอเชียงของ โดยมีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับร้อยละ 4.16, 4.12, 3.71, 3.61 และ 2.53 ตามลำดับ ซึ่งในส่วนของตำบล ได้แก่ ผางาม, ม่วงยาย, ดงพญาวัน แม่ข้าวต้ม และห้วยซ้อ โดยมีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 8.39, 2.20, 8.10, 15.75 และ 4.46 ตามลำดับ

พื้นที่ศักยภาพปานกลาง 3 อันดับแรก คือ อำเภอแม่ลาวมีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับร้อยละ 1.95 ซึ่งอยู่ที่ตำบลจอมหมอกแก้ว มีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 2.66 รองลงมา คือ อำเภอแม่จันมีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับร้อยละ 1.56 อยู่ที่ตำบลท่าข้าวเปลือก มีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 4.33 และอำเภอแม่ฟ้าหลวงมีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับร้อยละ 0.9 อยู่ที่ตำบลแม่สลองใน มีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 1.86 ถัดมาคือ อำเภอแม่สรวย อำเภอเทิง อำเภอแม่สาย และอำเภอพาน โดยมีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับ ร้อยละ 0.77, 0.74, 0.69 และ 0.52 ตามลำดับ ซึ่งในส่วนของตำบล ได้แก่ เจดีย์หลวง, หงาว, โป่งงาม และทรายขาว โดยมีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 0.39, 1.58, 0.13 และ 2.33 ตามลำดับ

พื้นที่ที่มีศักยภาพต่ำได้แก่ อำเภอขุนตาล มีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับ ร้อยละ 0.46 ซึ่งอยู่ที่ตำบลยางฮอม มีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 0.26, อำเภอป่าแดด มีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับ ร้อยละ 0.36 ซึ่งอยู่ที่ตำบลป่าแงะ มีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 0.85 และอำเภอเวียงป่าเป้า มีพื้นที่ปลูกยางพาราเท่ากับ ร้อยละ 0.0012 ที่ตำบลเวียงกาหลง มีคะแนนพื้นที่ ร้อยละ 7.64

4.2 การวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพารา

การวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราได้ใช้หลักการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process: AHP) โดยใช้ปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่ พื้นที่ปลูกยางพารา ระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพารา ระยะห่างจากถนน ระยะห่างจากชุมชน ความลาดชัน และการใช้ประโยชน์ที่ดิน โดยในการกระบวนการทำ AHP นั้น ได้มีการประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ค่าความสำคัญของปัจจัย และค่าความเหมาะสมของปัจจัย

จากนั้นเป็นกระบวนการเตรียมปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัย ตามค่าความเหมาะสมที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งศูนย์รับซื้อน้ำยางพาราด้วยวิธี AHP ในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ หรือ GIS โดยผลการศึกษสามารถแบ่งเป็น 2 หัวข้อหลัก ได้แก่ ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์

4.2.1 ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพารา

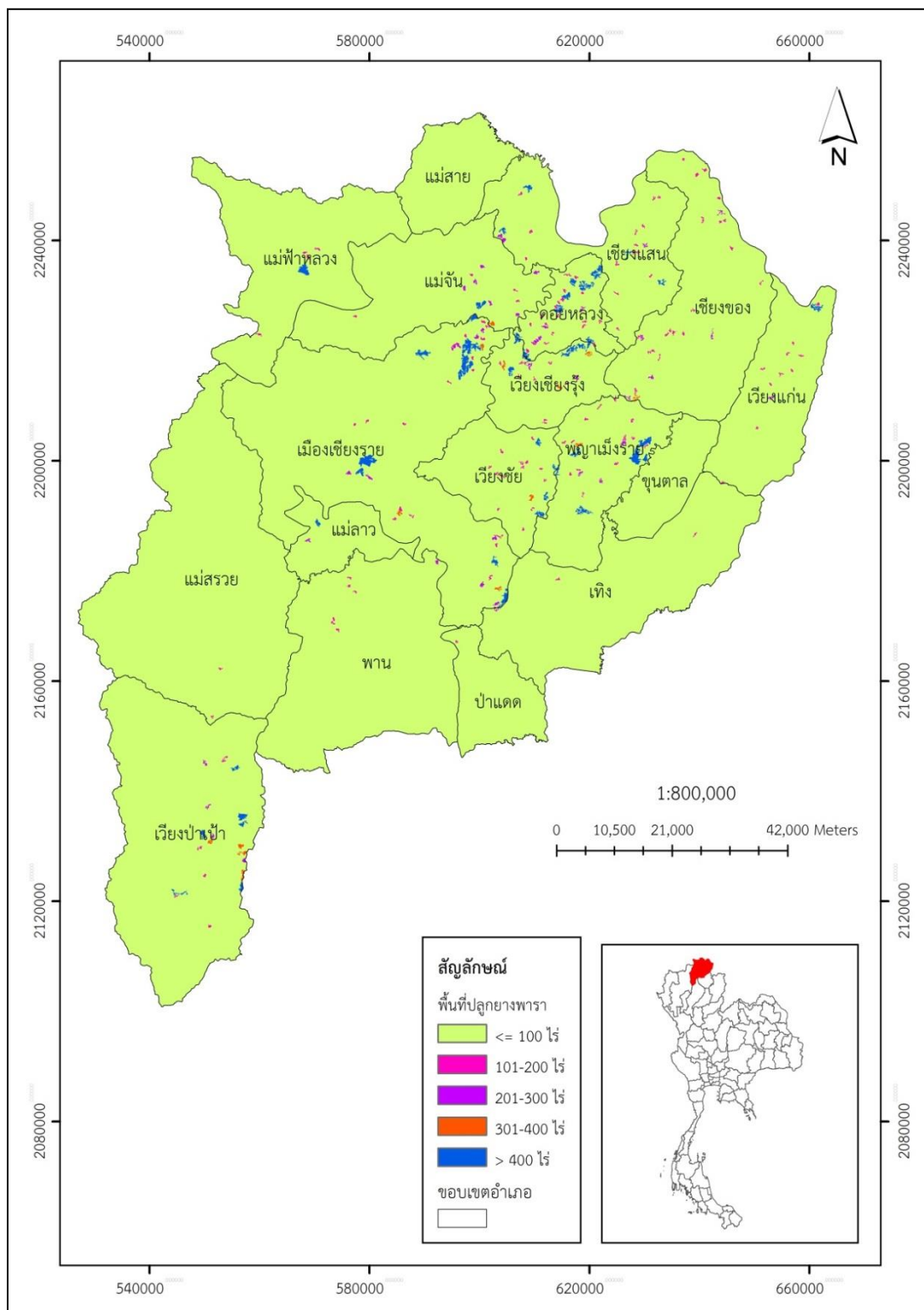
4.2.1.1 พื้นที่ปลูกยางพารา

พื้นที่ปลูกยางพาราเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพารา โดยบริเวณใดที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราจำนวนมากจะมีความเหมาะสมมาก ในขณะที่บริเวณใดมีพื้นที่ปลูกยางพาราน้อยก็จะมีค่าความเหมาะสมน้อย โดยจากการศึกษาพบว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดอยู่ในกลุ่มที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 ไร่ คิดเป็นพื้นที่ 7,227,901.18 ไร่ หรือร้อยละ 99.03 ของพื้นที่จังหวัด รองลงมา คือ กลุ่มที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากกว่า 400 ไร่ คิดเป็นพื้นที่ 38,389.03 ไร่ หรือร้อยละ 0.53 ของพื้นที่จังหวัด ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.21 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยพื้นที่ปลูกยางพารา

ปัจจัย	กลุ่มที่	ประเภทของข้อมูล	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
พื้นที่ปลูกยางพารา	1	มากกว่า 400 ไร่	38,389.03	0.53
	2	301-400 ไร่	4,725.69	0.06
	3	201-300 ไร่	9,416.10	0.13
	4	101-200 ไร่	18,549.00	0.25
	5	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 ไร่	7,227,901.18	99.03
รวม			7,298,981.00	100.00

จากตารางที่ 4.21 เป็นการจัดกลุ่มพื้นที่ปลูกยางพารออกเป็น 5 กลุ่ม ตามประเภทของข้อมูลจะเห็นได้ว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดอยู่ในกลุ่มพื้นที่ปลูกยางพาราน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 ไร่ ซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปทั้งจังหวัด ส่วนกลุ่มที่พื้นที่ปลูกยางพารามากกว่า 400 ไร่ (สีน้ำเงิน) ส่วนใหญ่พบอยู่ทางตอนบนของอำเภอเมืองเชียงราย ดอยหลวง พญาเม็งราย เวียงเชียงรุ้ง และแม่ฟ้าหลวง เป็นต้น ส่วนในกลุ่มที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราระหว่าง 201-300 ไร่ (สีม่วง) พบกระจายทั่วไปในอำเภอต่างๆ เช่น อำเภอเมืองเชียงราย เวียงเชียงรุ้ง เชียงของ เวียงชัย และพญาเม็งราย เป็นต้น จากการวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราของจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่มีการปลูกกระจายตัวตั้งแต่ตอนกลางของจังหวัดขึ้นไปทางตอนบน และทางตะวันออกของจังหวัด ซึ่งพบมากกว่าทางตะวันตก



รูปที่ 4.19 พื้นที่ปลูกยางพารา

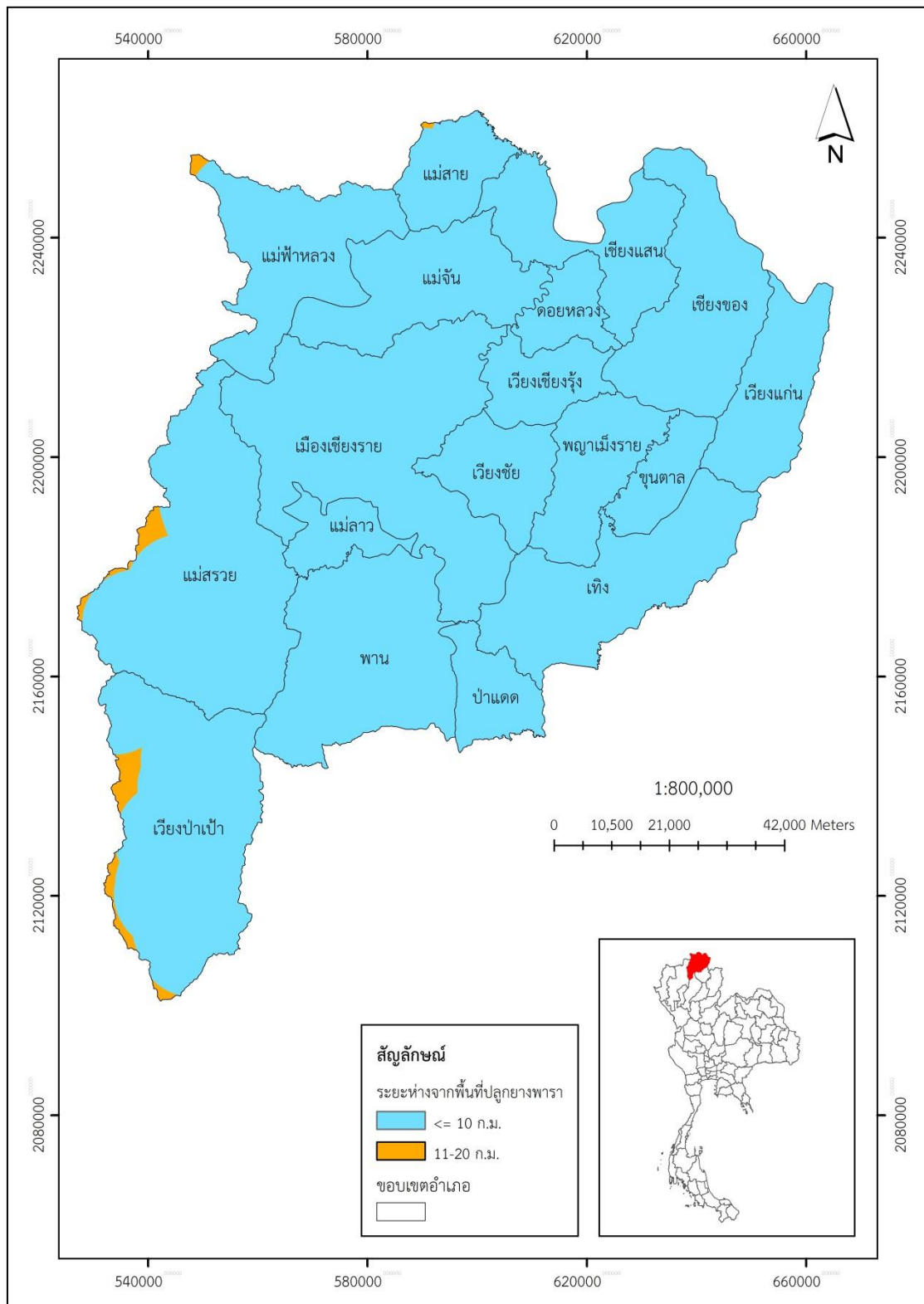
4.2.1.2 ระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพารา

ปัจจัยระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพาราเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการดึงดูดรับซื้อน้ำยางพารา หากพื้นที่ใดอยู่ใกล้กับพื้นที่ปลูกยางพาราจะมีความเหมาะสมมาก ในทางตรงกันข้ามหากพื้นที่ใดอยู่ไกลจากพื้นที่ปลูกยางพาราจะมีความเหมาะสมน้อย เนื่องจากระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพาราจะมีผลต่อระยะทางและระยะเวลาในการขนส่งน้ำยางจากแหล่งเพาะปลูกมายังจุดรับซื้อน้ำยางพารา และยังมีผลโดยตรงต่อต้นทุนในการขนส่งอีกด้วย จากการวิเคราะห์ระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพาราในจังหวัดเชียงรายพบว่า พื้นที่เกือบทั้งจังหวัดมีระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพาราน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 กิโลเมตร คิดเป็นพื้นที่ 7,228,180.88 ไร่ หรือร้อยละ 99.03 ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งที่มีระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพารา 11 - 20 กิโลเมตร กลุ่มนี้มีพื้นที่ 70,800.12 ไร่ หรือร้อยละ 0.97 ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยระยะห่างพื้นที่ปลูกยางพารา

ปัจจัย	ประเภทของข้อมูล	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
ระยะห่างจากพื้นที่ ปลูกยางพารา	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 กิโลเมตร	7,228,180.88	99.03
	11 - 20 กิโลเมตร	70,800.12	0.97
	21 - 30 กิโลเมตร	0	0
	31 - 40 กิโลเมตร	0	0
	มากกว่า 40 กิโลเมตร	0	0
รวม		7,298,981.00	100.00

จากรูปที่ 4.22 พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงรายมีระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพาราน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 กิโลเมตร (สีฟ้า) เนื่องจากพื้นที่ปลูกยางพาราของจังหวัดเชียงรายมีการกระจายตัวอยู่ทั่วไปเกือบทั้งจังหวัด จึงทำให้ระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพาราไม่ไกลมากนัก และอยู่ในช่วงระยะห่างไม่เกิน 10 กิโลเมตร ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งที่มีระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพาราระหว่าง 11 - 20 กิโลเมตร นั้น (สีส้ม) พบอยู่เฉพาะบริเวณตะวันตกของจังหวัด ได้แก่ อำเภอแม่ฟ้าหลวง แม่สรวย และเวียงป่าเป้า เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศทางบริเวณตะวันตกของจังหวัดเป็นเทือกเขาสูง ในอำเภอเหล่านี้จึงมีการปลูกยางพาราน้อยมากเมื่อเทียบกับอำเภออื่นๆ ของจังหวัด ส่งผลให้มีระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพารามาก



รูปที่ 4.20 ระยะห่างจากพื้นที่ปลุกยางพารา

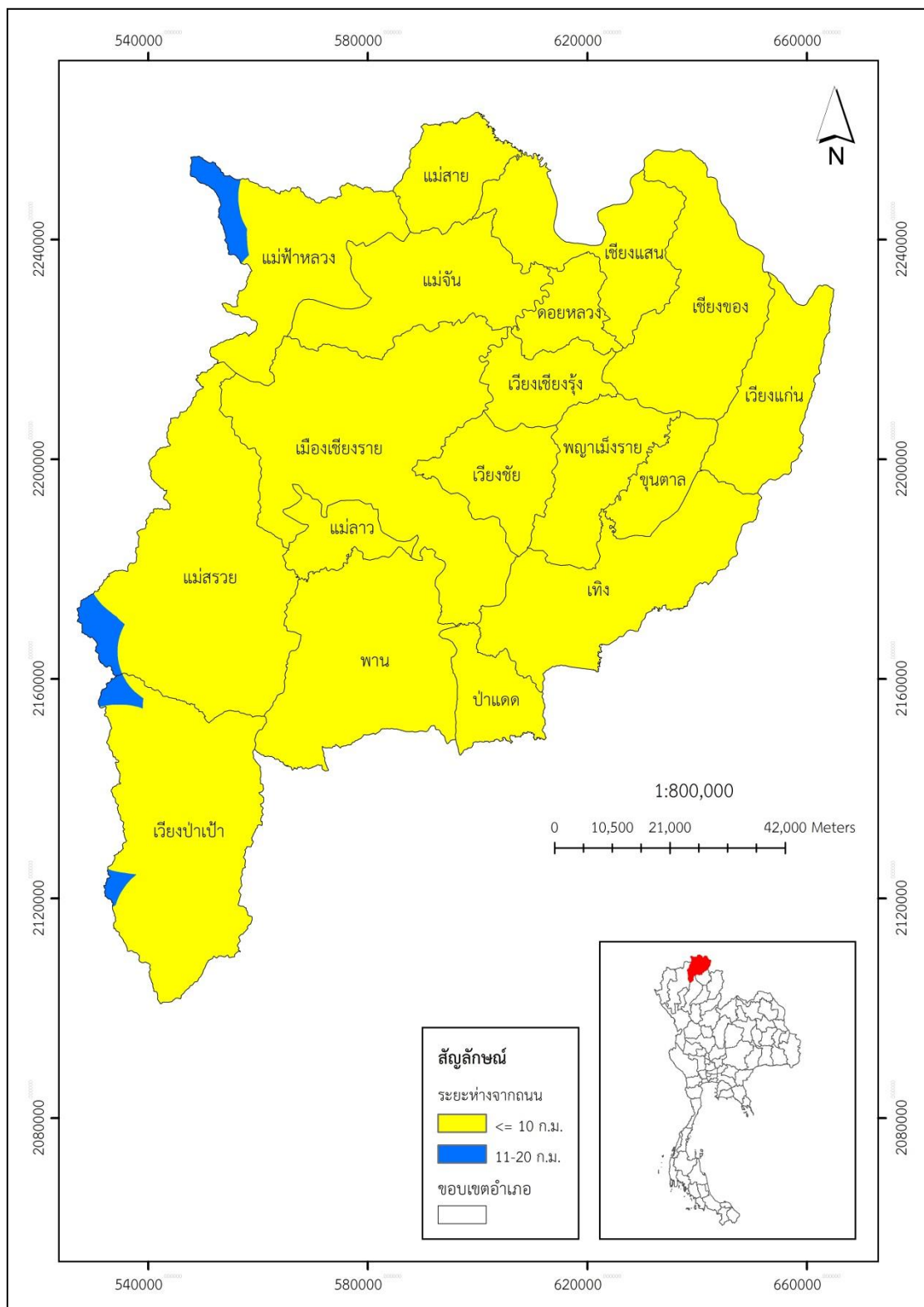
4.2.1.3 ระยะห่างจากถนน

ระยะห่างจากถนนเป็นปัจจัยหลักที่สัมพันธ์กับต้นทุนในการขนส่งยางพารา รวมถึงการเข้าถึงแหล่งปลูกยางพารา หากจุดรับซื้อยางพาราดังอยู่ใกล้ถนน จะทำให้การขนส่งสะดวกและรวดเร็ว ประหยัดเวลาและระยะทางในการขนส่งน้ำยาง และลดต้นทุนในการขนส่ง ในขณะเดียวกันหากจุดรับซื้อน้ำยางพาราอยู่ห่างจากถนน ส่งผลทำให้เสียเวลา และเพิ่มต้นทุนในการขนส่งอีกด้วยเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดมีถนนตัดผ่าน จึงทำให้หลังจากที่คำนวณระยะห่างจากถนนเสร็จแล้วพบว่า กลุ่มที่มีระยะห่างจากถนนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 กิโลเมตร มีพื้นที่ 7,176,358.12 ไร่ หรือร้อยละ 98.32 ส่วนอีกหนึ่งกลุ่มที่มีระยะห่างจากถนนระหว่าง 11 - 20 กิโลเมตร มีพื้นที่ 122,622.88 ไร่ หรือร้อยละ 1.68 ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยระยะห่างจากถนน

ปัจจัย	ประเภทของข้อมูล	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
ระยะห่างจากถนน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 กิโลเมตร	7,176,358.12	98.32
	11 - 20 กิโลเมตร	122,622.88	1.68
	21 - 30 กิโลเมตร	0	0
	31 - 40 กิโลเมตร	0	0
	มากกว่า 40 กิโลเมตร	0	0
รวม		7,298,981.00	100.00

จากรูปที่ 4.23 แสดงผลจากการคำนวณระยะห่างจากถนนในจังหวัดเชียงราย ซึ่งปรากฏว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดมีถนนตัดผ่าน จึงทำให้มีระยะห่างจากถนนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 กิโลเมตร (สีเหลือง) ในทางตรงกันข้ามมีพื้นที่เพียงร้อยละ 1.68 ของจังหวัดเท่านั้นที่มีระยะห่างจากถนน 11 - 20 กิโลเมตร (สีน้ำเงิน) พื้นที่เหล่านี้อยู่ทางตะวันตกของจังหวัด ได้แก่ อำเภอแม่ฟ้าหลวง แม่สรวย และเวียงป่าเป้า ซึ่งอยู่ในบริเวณเทือกเขาสูง จึงทำให้มีถนนตัดผ่านน้อย เมื่อทำการคำนวณระยะห่างจากถนนจึงทำให้มีระยะห่างมาก



รูปที่ 4.21 ระยะห่างจากถนน

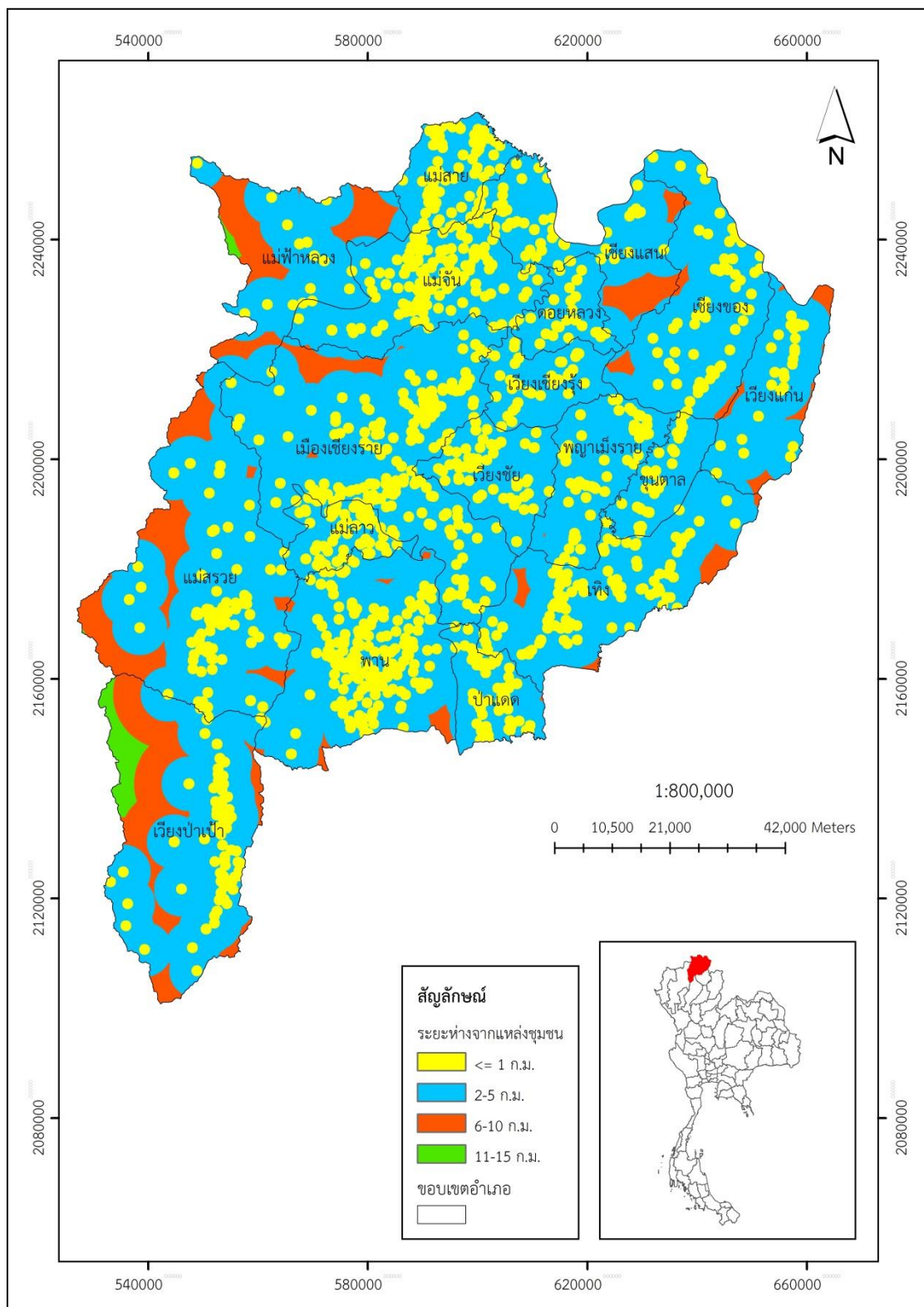
4.2.1.4 ระยะห่างจากแหล่งชุมชน

ปัจจัยด้านระยะห่างจากแหล่งชุมชนมีผลต่อความเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพารา กล่าวคือ จุดรับซื้อน้ำยางพาราควรตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน โดยจะทำให้การดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับซื้อได้ง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ พร้อม เนื่องจากอยู่ใกล้กับชุมชน ดังนั้นหากอยู่ใกล้แหล่งชุมชน พื้นที่นั้นจะมีความเหมาะสมมาก แต่ห่างอยู่ไกลจากชุมชน พื้นที่นั้นจะมีความเหมาะสมน้อย โดยจากการวิเคราะห์ระยะห่างจากแหล่งชุมชนพบว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงราย อยู่ในช่วงระยะห่างจากชุมชน 2-5 กิโลเมตร มีพื้นที่เท่ากับ 4,905,340.69 ไร่ หรือร้อยละ 67.21 รองลงมา คือ ระยะห่างจากแหล่งชุมชนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 กิโลเมตร มีพื้นที่ 1,697,640.93 ไร่ หรือร้อยละ 23.26 และไม่พบพื้นที่ที่มีระยะห่างจากชุมชนมากกว่า 15 กิโลเมตร ในจังหวัดเชียงราย ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยระยะห่างจากแหล่งชุมชน

ปัจจัย	ประเภทของข้อมูล	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
ระยะห่างจากแหล่งชุมชน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 กิโลเมตร	1,697,640.93	23.26
	2-5 กิโลเมตร	4,905,340.69	67.21
	6 - 10 กิโลเมตร	639,345.30	8.76
	11 - 15 กิโลเมตร	56,654.08	0.78
	มากกว่า 15 กิโลเมตร	0	0
รวม		7,298,981.00	100.00

จากรูปที่ 4.24 พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดอยู่ในระยะห่างจากชุมชน 2-5 กิโลเมตร (สีฟ้า) ซึ่งสามารถพบได้ทั่วไปในพื้นที่ของจังหวัด ส่วนพื้นที่ที่มีระยะห่างจากแหล่งชุมชนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 กิโลเมตร (สีเหลือง) พบได้ทั่วไปในพื้นที่จังหวัดที่มีชุมชนอยู่หนาแน่น เช่น ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย พาน และแม่จัน เป็นต้น ในขณะที่พื้นที่ที่มีระยะห่างจากชุมชนระหว่าง 11 - 15 กิโลเมตร (สีเขียว) พบอยู่ในบริเวณตะวันตกของจังหวัด ได้แก่ อำเภอแม่ฟ้าหลวง และเวียงป่าเป้า ซึ่งพื้นที่มีลักษณะเป็นภูเขาสูงซึ่งมีการตั้งชุมชนอยู่น้อยและกระจายตัวห่างกันมาก จึงทำให้มีระยะห่างจากชุมชนมากตามไปด้วย



รูปที่ 4.22 ระยะห่างจากแหล่งชุมชน

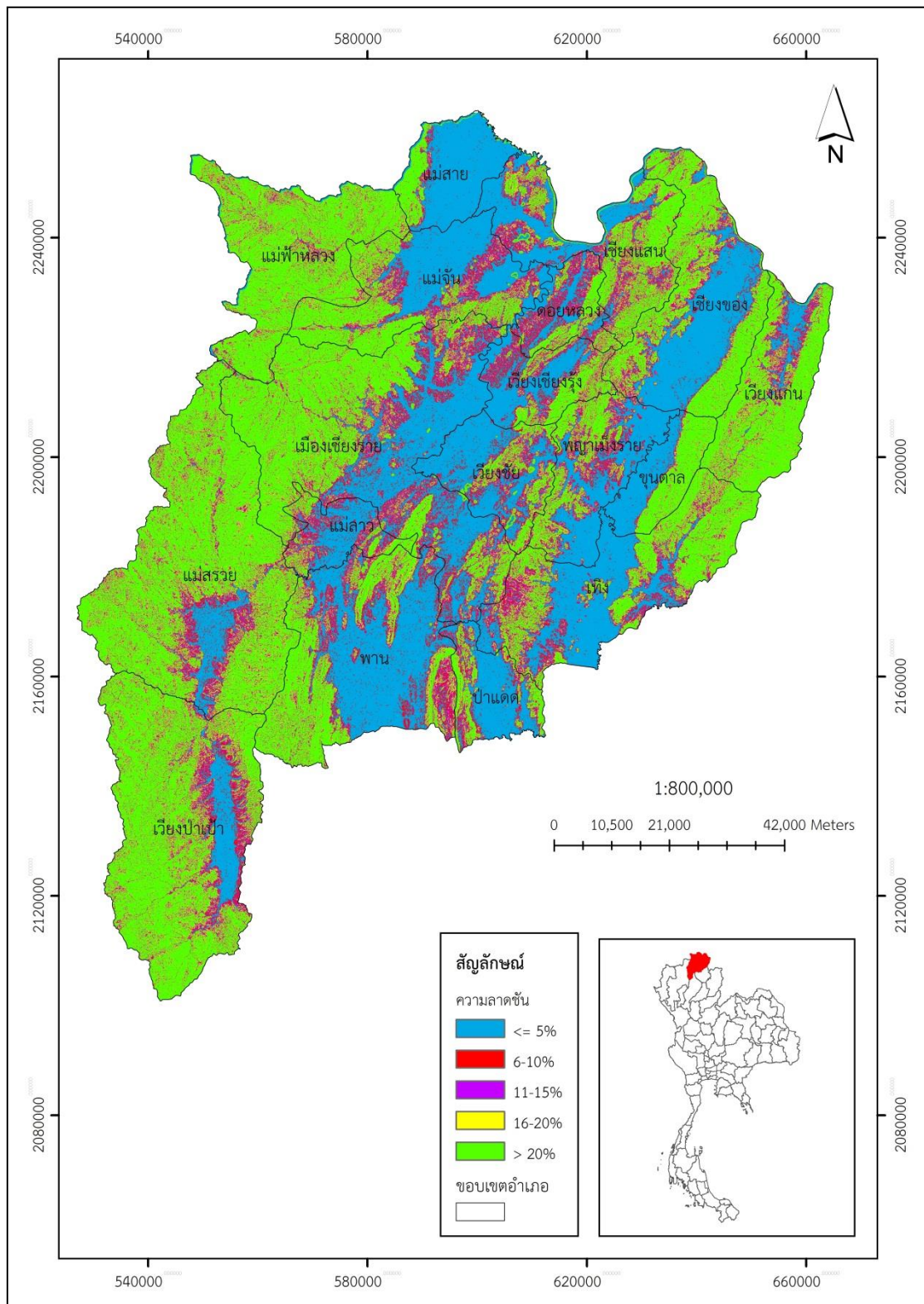
4.2.1.5 ความลาดชัน

ความลาดชันมีผลต่อการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ โดยในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความลาดชันน้อยจึงจะมีความเหมาะสมมาก นอกจากนี้ความลาดชันของพื้นที่ยังส่งผลต่อระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมถึงความปลอดภัยและความยากง่ายในการเข้าถึงจากการวิเคราะห์ค่าความลาดชันในจังหวัดเชียงรายพบว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงรายมีความลาดชันมากกว่า 20% คิดเป็นพื้นที่ 3,049,396.14 ไร่ หรือร้อยละ 41.78 รองลงมา คือ มีความลาดชันน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5% มีพื้นที่ 2,286,654 หรือร้อยละ 31.33 ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยความลาดชัน

ปัจจัย	ประเภทของข้อมูล	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
ความลาดชัน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5%	2,286,654.00	31.33
	6-10%	764,016.24	10.47
	11-15%	604,864.12	8.29
	16-20%	594,050.50	8.14
	มากกว่า 20%	3,049,396.14	41.78
รวม		7,298,981.00	100.00

จากรูปที่ 4.25 แสดงค่าความลาดชันของจังหวัดเชียงราย บริเวณที่มีค่าความลาดชันสูง (มากกว่า 20%) (สีเขียว) ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัด พบอยู่ทางตะวันตกของจังหวัดที่มีลักษณะเป็นเทือกเขาสูง โดยเฉพาะในอำเภอแม่ฟ้าหลวง แม่สรวย และเวียงป่าเป้า นอกจากนี้ยังพบอยู่ทางตะวันออกของจังหวัด ได้แก่ อำเภอเวียงป่าเป้า และบางส่วนของอำเภอเทิง ส่วนบริเวณที่เป็นพื้นที่ราบ (ความลาดชันน้อยกว่า 5%) (สีฟ้า) พบอยู่บริเวณตอนกลางของจังหวัด เริ่มมาตั้งแต่ตอนเหนือจนถึงตอนใต้ของจังหวัด



รูปที่ 4.23 ความลาดชัน

4.2.1.6 การใช้ประโยชน์ที่ดิน

ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินแต่ละประเภทจะมีผลต่อความเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำ ยางพาราแตกต่างกันไป โดยพื้นที่ว่างเปล่าจะมีความเหมาะสมมาก รองลงมา คือพื้นที่นาพื้นที่ เกษตรกรรมอื่นๆ และพื้นที่ป่าไม้ ส่วนพื้นที่เมืองและชุมชน และแหล่งน้ำ เป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสม น้อยที่สุดในการตั้งศูนย์รับซื้อยางพารา จากการจำแนกการใช้ประโยชน์ที่ดินของจังหวัดเชียงรายพบว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ป่าไม้ คิดเป็นพื้นที่ 3,402,506.70 ไร่ หรือร้อยละ 46.62 รองลงมา คือพื้นที่เกษตรกรรมอื่นๆ มีพื้นที่ 1,786,903.26 ไร่ หรือร้อยละ 24.48 ส่วนการใช้ประโยชน์ ที่ดินที่พบน้อยที่สุดของจังหวัด คือ พื้นที่ว่างเปล่า มีพื้นที่ 238,884.47 ไร่ หรือร้อยละ 3.27 ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 พื้นที่และร้อยละของปัจจัยการใช้ประโยชน์ที่ดิน

ปัจจัย	ประเภทของข้อมูล	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
การใช้ประโยชน์ที่ดิน	พื้นที่ว่างเปล่า	238,884.47	3.27
	พื้นที่นา	1,428,346.06	19.57
	พื้นที่เกษตรกรรมอื่นๆ	1,786,903.26	24.48
	พื้นที่ป่าไม้	3,402,506.70	46.62
	พื้นที่เมือง/ชุมชน และแหล่งน้ำ	442,340.51	6.06
รวม		7,298,981.00	100.00

จากรูปที่ 4.26 แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย โดยพื้นที่ป่าไม้ (สีเขียว) เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินที่พบมากที่สุด มีการกระจายตัวทั่วทั้งจังหวัดโดยเฉพาะบริเวณตะวันตกและ ตะวันออกของจังหวัด เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีเทือกเขาสูงและปกคลุมไปด้วยป่าไม้ ส่วนพื้นที่นาและพื้นที่ เกษตรกรรมอื่นๆ พบมากบริเวณตอนกลางของจังหวัด ซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบ จึงมีความเหมาะสมในการเพาะปลูก พืช ในขณะที่พื้นที่เมืองและชุมชน (สีดำ) พบมากในตอนกลางของจังหวัด ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย และแม่สาย

4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงรายนี้ร่วมกับกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราโดยใช้ AHP และ GIS พบว่า ค่าแต่ละปัจจัยมีค่าน้ำหนัก (Criteria weights) ดังตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยพื้นที่ปลูกยางพารามีค่าถ่วงน้ำหนักมากที่สุดคือ 0.2252 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญต่อการตั้งจุดรับซื้อยางพารามากกว่าอีก 5 ปัจจัย ส่วนปัจจัยระยะห่างจากถนนมีค่าถ่วงน้ำหนักรองลงมา คือ 0.2250 จะเห็นว่าปัจจัยนี้มีค่าถ่วงน้ำหนักน้อยกว่าพื้นที่ปลูกยางพาราเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพารา ระยะห่างจากชุมชน และการใช้ประโยชน์ที่ดิน ที่มีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.1749, 0.1748 และ 0.1250 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยความลาดชันมีค่าถ่วงน้ำหนักน้อยที่สุดเท่ากับ 0.0751 แสดงว่าปัจจัยนี้มีผลต่อความเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราน้อยที่สุดนั่นเอง

ซึ่งปัจจัยหลักที่ใช้ในการคัดเลือกการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วยทั้งหมด 6 ปัจจัย ดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยค่าถ่วงน้ำหนักผู้วิจัยได้วิเคราะห์ ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 12 ท่าน โดยทำการประเมินแบบ Pairwise Comparison และวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักโดยกระบวนการการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) ซึ่งจากการวิเคราะห์ทำให้ได้ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราซึ่งได้จากการวิเคราะห์ด้วยวิธี AHP โดยใช้ GIS

ปัจจัย	ค่าถ่วงน้ำหนัก
พื้นที่ปลูกยางพารา	0.2252
ระยะห่างจากพื้นที่ปลูกยางพารา	0.1749
ระยะห่างจากถนน	0.2250
ระยะห่างจากชุมชน	0.1748
ความลาดชัน	0.0751
การใช้ประโยชน์ที่ดิน	0.1250

จากการคำนวณค่าอัตราส่วนความสอดคล้อง (Consistency Ratio: CR) ปรากฏว่ามีค่าเท่ากับ 0 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.1 แสดงว่าการให้ค่าความสำคัญของปัจจัยของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ดังนั้นจึงสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ AHP ได้ จากการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย สามารถแบ่งระดับความเหมาะสมออกเป็น 3 อันดับ ได้แก่ เหมาะสมน้อย เหมาะสมปานกลาง และเหมาะสมมาก

โดยพบว่าพื้นที่เหมาะสมปานกลางมากที่สุดเท่ากับ 4,969,617.60 ไร่ หรือร้อยละ 68.09 รองลงมา คือ เหมาะสมมาก มีพื้นที่ 1,740,252.12 ไร่ หรือร้อยละ 23.08 และเหมาะสมน้อยมีพื้นที่ 589,111.29 ไร่ หรือร้อยละ 8.07 ของพื้นที่จังหวัดดังตารางที่ 4.27 โดยพื้นที่เหมาะสมมาก (สีเหลือง)ส่วนใหญ่อยู่บริเวณตอนกลางของ

จังหวัดซึ่งเป็นการทำเกษตรกรรมและปลูกยางพาราเป็นจำนวนมาก ส่วนพื้นที่เหมาะสมปานกลาง (สีเขียว) พบกระจายตัวอยู่ทั่วไปของจังหวัด และพื้นที่เหมาะสมน้อย (สีแดง) ส่วนใหญ่พบทางตะวันตกของจังหวัด เป็นบริเวณที่เป็นเทือกเขาสูง มีการปลูกยางพารา และการทำเกษตรกรรมน้อย ดังรูปที่ 4.19

เมื่อพิจารณาระดับความเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพารารายอำเภอพบว่า อำเภอที่มีพื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับมากที่สุด คือ อำเภอยะรัง มีพื้นที่ 233,039.82 ไร่ หรือร้อยละ 3.19 ของพื้นที่จังหวัด รองลงมา ได้แก่ อำเภอเขวาสินรินทร์ มีพื้นที่ 160,305.14 ไร่ หรือร้อยละ 2.20 และอำเภอแม่จัน มีพื้นที่ 145,844.97 ไร่ หรือร้อยละ 2 ของพื้นที่จังหวัด ส่วนอำเภอที่มีพื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับน้อยมากที่สุด คือ อำเภอเวียงป่าเป้า มีพื้นที่ 199,851.30 ไร่ หรือร้อยละ 2.74 ของพื้นที่จังหวัด รองลงมา ได้แก่ อำเภอแม่สรวย มีพื้นที่ 137,742.61 ไร่ หรือร้อยละ 1.89 และอำเภอแม่ฟ้าหลวง มีพื้นที่ 121,948.04 ไร่ หรือร้อยละ 1.67 ของพื้นที่จังหวัดดังตารางที่ 4.27

หากทำการจำแนกพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับตำบลพบว่า พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับมากที่สุดกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ 117 ตำบล ครอบคลุม 18 อำเภอ ของจังหวัดเขียงราย โดยตำบลที่มีพื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับมากที่สุด คือ ตำบลห้วยซ้อ อยู่ในอำเภอเขียงของ มีพื้นที่ 80,711.85 ไร่ หรือร้อยละ 1.11 ของพื้นที่จังหวัด รองลงมา ได้แก่ ตำบลห้วยสัก อยู่ในอำเภอเมืองเขียงราย มีพื้นที่ 47,668.42 ไร่ หรือร้อยละ 0.65 และตำบลไม้ยา อยู่ในอำเภอยะรัง มีพื้นที่ 34,438.82 ไร่ หรือร้อยละ 0.47 ส่วนตำบลที่มีพื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับน้อย พบอยู่ในตำบลสันสลี อำเภอเวียงป่าเป้า มากที่สุด คิดเป็นพื้นที่ 100,583.82 ไร่ หรือร้อยละ 1.38 ของพื้นที่จังหวัด รองลงมา ได้แก่ ตำบลแม่สลองใน อำเภอแม่ฟ้าหลวง มีพื้นที่ 68,851.79 ไร่ หรือร้อยละ 0.94 และตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย มีพื้นที่ 42,580.05 ไร่ หรือร้อยละ 0.58 ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในจังหวัดเชียงรายจำแนกรายตำบล

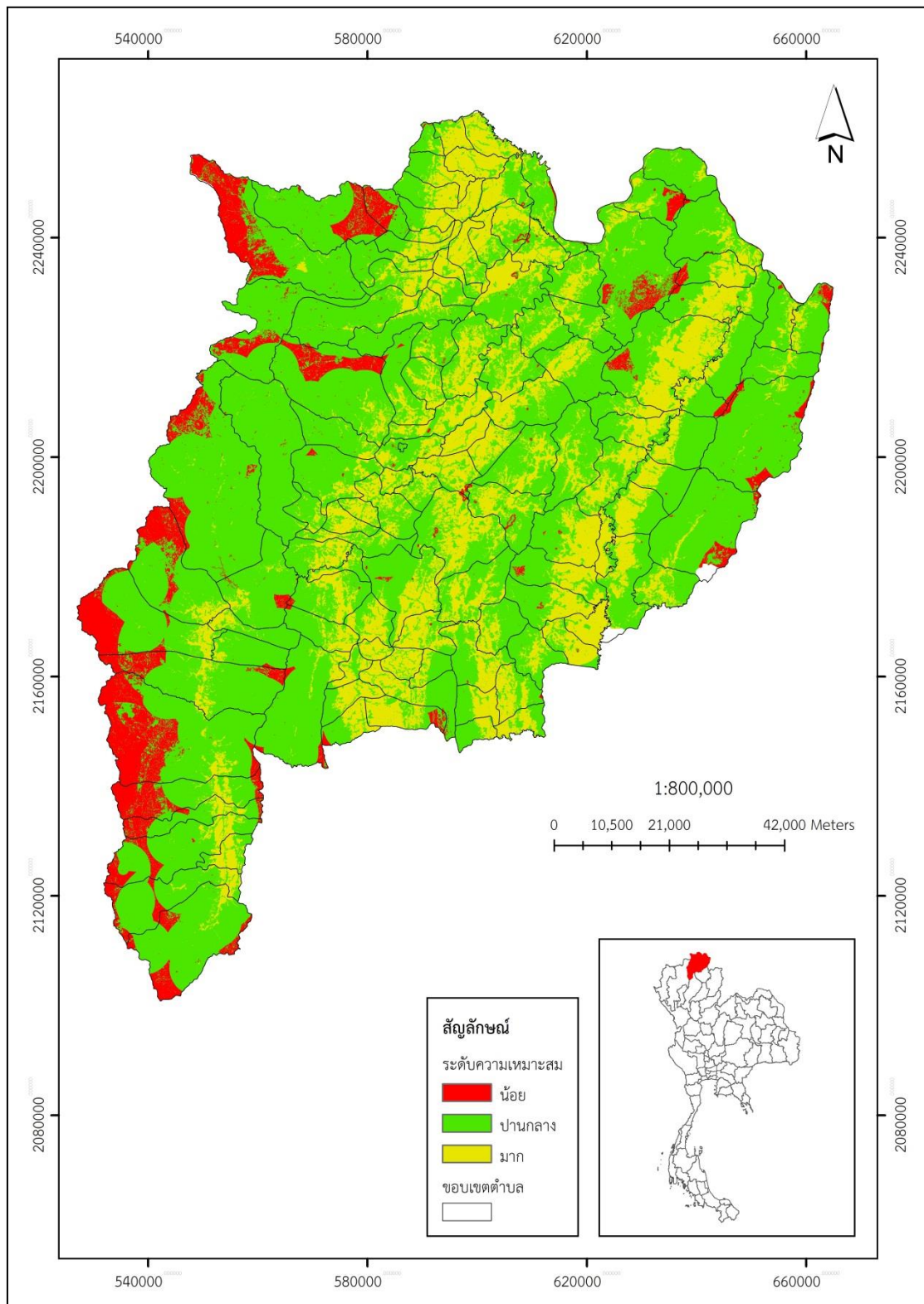
อำเภอ	ตำบล	ระดับความเหมาะสม (ไร่)			รวม
		น้อย	ปานกลาง	มาก	
ดอยหลวง	โชคชัย	13.89	29,354.89	10,189.73	39,558.51
	ปงน้อย	2.74	34,561.55	12,180.03	46,744.32
	หนองป่าก่อ	23.36	33,545.32	13,774.78	47,343.46
	รวม	39.99	97,461.76	36,144.54	133,646.28
เวียงเชียงรุ้ง	ดงมหาวัน	124.03	32,119.80	20,558.94	52,802.76
	ทุ่งก่อ	102.38	39,079.95	24,960.50	64,142.83
	ป่าซาง	94.17	47,413.41	17,679.12	65,186.69
	รวม	320.58	118,613.15	63,198.55	182,132.28
ขุนตาล	ต้า	0.69	26,428.82	21,830.19	48,259.70
	ป่าตาล	79.20	28,904.16	11,453.33	40,436.69
	ยางฮ่อม	5.22	40,963.36	12,827.59	53,796.16
	รวม	85.11	96,296.34	46,111.10	142,492.55
เชียงของ	ศรี่ง	1,088.85	45,415.28	8,907.65	55,411.78
	บุญเรือง	2,148.12	19,658.49	8,493.20	30,299.81
	ริมโขง	529.73	49,290.07	2,755.76	52,575.57
	เวียง	1,308.04	72,015.36	12,045.21	85,368.60
	ศรีดอนชัย	1,205.08	44,478.60	30,126.78	75,810.46
	สถาน	3,251.45	23,395.51	17,264.70	43,911.66
	ห้วยซ้อ	6,533.07	74,129.68	80,711.85	161,374.60
	รวม	16,064.35	328,382.99	160,305.14	504,752.48
	บ้านแซว	20,361.98	132,278.86	10,528.26	163,169.11
	ป่าสัก	839.40	15,163.13	16,065.66	32,068.18
	แม่เงิน	7,798.06	31,424.08	6,504.41	45,726.55
	โยนก	424.26	12,808.90	19,395.47	32,628.633
	เวียง	960.72	35,117.10	7,735.67	43,813.48
	ศรีดอนมูล	209.73	17,954.04	18,269.46	36,433.24
	รวม	30,594.15	244,746.11	78,498.93	353,839.18
เทิง	จ้าว	1,351.56	35,682.12	21,331.64	58,365.32
	เชียงเคี่ยน	12.17	28,171.71	12,136.50	40,320.38
	ดักเต่า	9,085.32	134,007.42	4,142.92	147,235.66

อำเภอ	ตำบล	ระดับความเหมาะสม (ไร่)			รวม
		น้อย	ปานกลาง	มาก	
เทิง	ปล้อง	420.43	33,936.06	19,126.10	53,482.60
	แม่ลอย	40.35	31,382.64	8,824.39	40,247.38
	เวียง	92.32	47,485.59	23,638.90	71,216.82
	ศรีดอนไชย	79.69	10,207.66	20,734.02	31,021.38
	สันทรายงาม	0	4,229.75	13,465.12	17,694.87
	หาว	3.64	29,843.82	12,813.04	42,660.49
	หนองแรด	0	2,108.76	22,572.26	24,681.02
	รวม	11,085.49	357,055.53	158,784.90	521,673.09
ป่าแดด	ป่าแะ	86.64	32,264.56	22,174.00	54,525.20
	ป่าแดด	216.47	16,525.63	20,019.50	36,761.60
	โรงช้าง	10.55	14,767.17	14,598.37	29,376.08
	ศรีโพธิ์เงิน	0	12,375.57	6,113.68	18,489.25
	สันมะค่า	5.27	10,664.59	11,873.79	22,543.65
	รวม	318.93	86,597.52	74,779.33	161,695.78
พญาเม็งราย	ตาดควัน	27.80	17,953.30	8,996.84	26,977.94
	เม็งราย	13.01	28,900.66	27,421.74	56,335.41
	แม่ต้า	2.76	22,662.07	19,605.19	42,270.02
	แม่เปา	3.39	62,666.70	16,564.36	79,234.45
	ไผ่ยา	382.47	38,411.58	34,438.82	73,232.87
	รวม	429.43	170,594.31	107,026.95	278,050.69
พาน	เจริญเมือง	14.06	15,510.48	17,414.01	32,938.55
	ดอยงาม	0	4,514.41	16,499.46	21,013.87
	ทรายขาว	1,015.04	40,104.38	18,728.45	59,847.87
	ทานตะวัน	3,350.57	14,226.89	24,858.42	42,435.88
	ธารทอง	5.66	9,754.69	6,286.91	16,047.26
	ป่าหุ้ง	4,546.52	124,848.83	9,519.54	138,914.90
	ม่วงคำ	7.43	13,382.47	14,951.48	28,341.38
	เมืองพาน	0.10	6,722.16	9,342.36	16,064.63
	แม่เย็น	1,258.32	14,881.47	13,119.68	29,259.47
	แม่ฮ้อ	913.89	61,681.87	30,345.90	92,941.67
	เวียงห้าว	0	13,143.95	6,556.59	19,700.54
	สันกลาง	465.18	26,945.76	12,098.06	39,509.00

อำเภอ	ตำบล	ระดับความเหมาะสม (ไร่)			รวม
		น้อย	ปานกลาง	มาก	
พาน	สันติสุข	0	2,195.69	9,363.82	11,559.50
	สันมะเค็ด	87.56	12,807.42	23,200.94	36,095.92
	ห้วยม	566.29	33,169.09	20,754.20	54,489.58
	รวม	12,230.62	393,889.57	233,039.82	639,160.01
เมืองเชียงราย	ดอยลาน	47.51	45,418.94	24,552.17	70,018.62
	ดอยฮาง	224.82	42,823.26	3,890.01	46,938.09
	ท่าสาย	81.07	12,333.41	8,862.84	21,277.32
	ท่าสุด	238.07	25,521.89	6,121.41	31,881.38
	นางแล	45.51	19,017.39	13,132.62	32,195.52
	บ้านดู่	885.69	42,017.39	11,535.64	54,438.72
	ป่าอ้อดอนชัย	0	25,934.22	16,903.05	42,837.28
	แม่กรณ์	988.40	63,215.27	10,472.72	74,676.39
	แม่ข้าวต้ม	70.48	33,069.19	30,450.28	63,589.96
	แม่ยาว	31,888.41	126,613.17	9,561.16	168,062.75
	รอบเวียง	345.55	21,448.83	12,319.07	34,113.45
	ริมกก	246.39	20,688.42	26,370.01	47,304.81
	เวียง	13.80	1,048.84	37.93	1,100.56
	สันทราย	11.90	4,978.96	8,010.30	13,001.17
	ห้วยชมพู	530.26	159,975.81	916.10	161,422.17
	ห้วยสัก	1,121.80	59,985.60	47,668.43	108,775.84
	รวม	36,739.67	704,090.60	230,803.74	961,947.98
แม่จัน	จอมสวรรค์	0	5,826.88	11,794.74	17,621.62
	จันจว้า	0	9,694.15	16,658.76	26,352.91
	จันจว้าใต้	15.65	8,970.39	21,341.70	30,327.74
	ท่าข้าวเปลือก	585.01	42,474.80	29,198.51	72,258.33
	ป่าซาง	23.34	18,371.68	12,880.56	31,275.59
	ป่าตึง	669.80	81,324.55	8,083.17	90,077.52
	แม่คำ	145.26	13,986.96	12,385.91	26,518.13
	แม่จัน	136.46	47,041.66	9,401.80	56,579.92
	แม่ไร่	3.11	3,978.94	8,060.55	12,042.60
	ศรีคำ	151.72	26,500.93	8,010.52	34,663.17
	สันทราย	4.19	11,165.11	8,028.74	19,198.04

อำเภอ	ตำบล	ระดับความเหมาะสม (ไร่)			รวม
		น้อย	ปานกลาง	มาก	
แม่จัน	รวม	1,734.54	269,336.06	145,844.97	416,915.57
แม่ฟ้าหลวง	เทอดไทย	23,675.95	95,102.08	527.57	119,305.60
	แม่ฟ้าหลวง	14,532.00	16,246.78	0.69	30,779.46
	แม่สลองนอก	14,888.30	102,855.77	362.90	118,106.97
	แม่สลองใน	68,851.79	107,627.15	2,430.62	178,909.56
	รวม	121,948.04	321,831.79	3,321.77	447,101.60
แม่ลาว	จอมหมอกแก้ว	0	23,706.05	8,662.84	32,368.89
	ดงมะดะ	19.72	23,951.46	15,361.96	39,333.13
	บัวสลี	0	5,049.34	9,736.46	14,785.80
	ปากอ่ดำ	0.69	8,247.94	12,746.66	20,995.29
	โป่งแพร่	40.07	18,176.64	3,395.29	21,612.00
	รวม	60.47	79,131.43	49,903.21	129,095.10
แม่สรวย	เจดีย์หลวง	673.35	38,199.79	3,004.90	41,878.03
	ท่าก้อ	24,738.21	109,581.61	10,512.86	144,832.68
	ป่าแดด	33,276.12	90,240.77	9,417.25	132,934.14
	แม่พริก	1.38	22,950.15	6,816.13	29,767.66
	แม่สรวย	3,754.03	83,617.64	6,506.06	93,877.73
	วาวี	32,719.45	280,062.62	1,489.90	314,271.98
	ศรีถ้อย	42,580.05	92,420.33	9,978.55	144,978.94
	รวม	137,742.61	717,072.90	47,725.65	902,541.16
แม่สาย	เกาะช้าง	125.74	6,455.34	21,535.95	28,117.03
	บ้านด้าย	0	2,053.64	14,218.31	16,271.95
	โป่งงาม	40.88	18,593.14	13,713.78	32,347.80
	โป่งผา	2.77	16,157.74	15,353.59	31,514.10
	แม่สาย	17.27	5,015.58	13,201.17	18,234.02
	เวียงพางคำ	281.76	10,418.29	2,373.35	13,073.40
	ศรีเมืองชุม	0	3,398.00	25,174.06	28,572.06
	ห้วยไคร้	33.42	11,995.71	9,812.05	21,841.19
	รวม	501.84	74,087.45	115,382.25	189,971.55
เวียงแก่น	ท่าข้าม	210.04	40,311.20	4,204.20	44,725.45
	ปอ	11,683.37	164,673.54	3,102.39	179,459.30
	ม่วงยาย	4,565.62	30,978.40	7,334.08	42,878.10

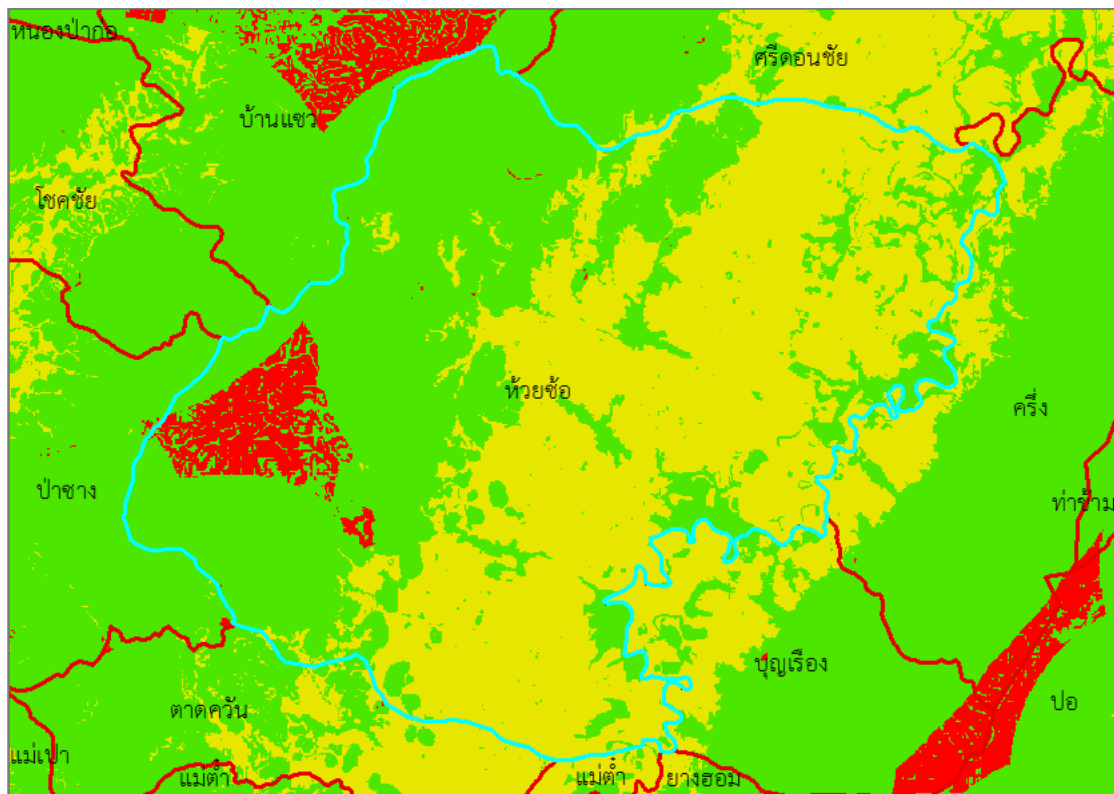
อำเภอ	ตำบล	ระดับความเหมาะสม (ไร่)			รวม
		น้อย	ปานกลาง	มาก	
เวียงแก่น	ห้วยยาว	768.11	32,721.92	6,055.33	39,545.36
	รวม	17,227.14	268,685.06	20,696.00	306,608.21
เวียงชัย	ดอนศิลา	1,238.15	39,580.36	21,945.42	62,763.93
	ผางาม	174.07	55,982.51	19,915.66	76,072.23
	เมืองชุม	36.19	11,261.20	18,951.09	30,248.48
	เวียงชัย	688.60	11,288.86	23,923.10	35,900.57
	เวียงเหนือ	0	2,945.22	21,194.14	24,139.36
	รวม	2,137.01	121,058.15	105,929.41	229,124.57
เวียงป่าเป้า	บ้านโป่ง	11,791.91	28,061.88	6,862.50	46,716.30
	ป่าจั่ว	16,216.35	84,287.98	12,299.57	112,803.90
	แม่เจดีย์	11,659.38	72,525.07	8,077.98	92,262.43
	แม่เจดีย์ใหม่	24,170.54	128,370.82	6,089.44	158,630.81
	เวียง	35,427.93	47,422.94	7,258.32	90,109.19
	เวียงกาหลง	1.37	11,072.78	12,889.95	23,964.10
	สันสลี	100,583.82	148,945.41	9,278.09	258,807.32
	รวม	199,851.31	520,686.89	62,755.85	783,294.05
รวม		589,111.29	4,969,617.60	1,740,252.12	7,298,981.0



รูปที่ 4.25 พื้นที่เหมาะสมในการจัดตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในจังหวัดเชียงราย

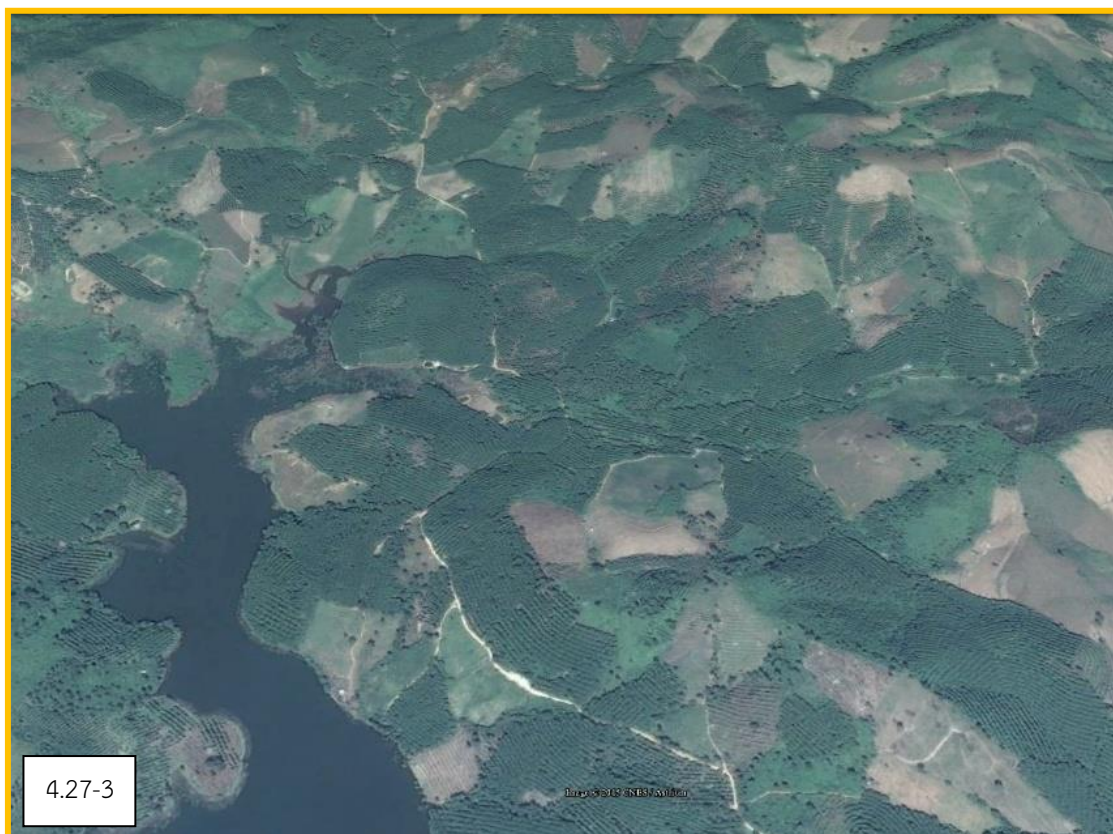
จากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค AHP ใน GIS ทำให้ทราบว่าตำบลห้วยซ้อเป็นเป็นบริเวณที่มีความเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับมาก (สีเหลือง) มากที่สุดถึง 80,711.85 ไร่ หรือร้อยละ 1.11 ของพื้นที่จังหวัดโดยพื้นที่ที่เหมาะสมนี้พบมากตั้งแต่ตอนบนจนถึงตอนล่าง และตั้งแต่ตอนกลางไปจนถึงทางตะวันออกของตำบล ส่วนบริเวณที่มีความเหมาะสมปานกลาง (สีเขียว) พบมากทางตะวันตกของตำบล และพื้นที่เหมาะสมน้อย (สีแดง) ซึ่งมีพื้นที่ 6,533.06 ไร่ พบกระจุกตัวอย่างทางตะวันตกของตำบล ดังภาพที่ 4.26

จากการวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่พบว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ของตำบลห้วยซ้อทำการเกษตร ทั้งทำนา ทำไร่ และสวน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ปลูกยางพาราที่ปลูกมากในบริเวณตะวันตกของตำบล ซึ่งเป็นที่ราบเชิงเขา จากรูปที่ 4.27-1 ซึ่งเป็นภาพตำบลห้วยซ้อจาก Google Earth เมื่อทำการขยายกรอบสีฟ้าในรูปที่ 4.27-1 มาแสดงในรูปที่ 4.27-2 จะเห็นชัดเจนว่าในบริเวณนี้มีการทำไร่กันเป็นจำนวนมาก เช่น ไร่ข้าวโพด ถั่วเหลือง และถั่วลิสง เป็นต้น ส่วนในรูปที่ 4.27-3 เป็นการขยายกรอบสีส้มในรูปที่ 4.27-1 แสดงให้เห็นถึงพื้นที่ปลูกยางพารา ที่มีการปลูกกันมากในบริเวณที่ราบจนถึงเชิงเขาทางด้านตะวันตกของตำบล นอกจากปัจจัยพื้นที่ทางการเกษตรและพื้นที่ปลูกยางพาราแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลให้ตำบลห้วยซ้อมีพื้นที่ที่เหมาะสมมาก ได้แก่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของตำบลห้วยซ้อส่วนใหญ่เป็นที่ราบ และมีความลาดชันน้อย (ดังจะเห็นได้จากมีการทำไร่และทำสวนเป็นจำนวนมาก) มีถนนตัดผ่านพื้นที่ทั่วทั้งตำบล และมีแหล่งชุมชนกระจายอยู่ทั่วไป ซึ่งปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวนี้ส่งผลให้ตำบลห้วยซ้อมีพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับมากที่สุดของจังหวัดเชียงราย



รูปที่ 4.26 พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราของตำบลห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ เหมาะสมน้อย (สีแดง) เหมาะสมปานกลาง (สีเขียว) และเหมาะสมมาก (สีเหลือง)





รูปที่ 4.27 ลักษณะของพื้นที่ในตำบลห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
 จาก Google Earth (4.27-1) พื้นที่การเกษตรของตำบลห้วยซ้อ (4.27-2)
 และพื้นที่ปลูกยางพาราของตำบลห้วยซ้อ (4.27-3)

บทที่ 5

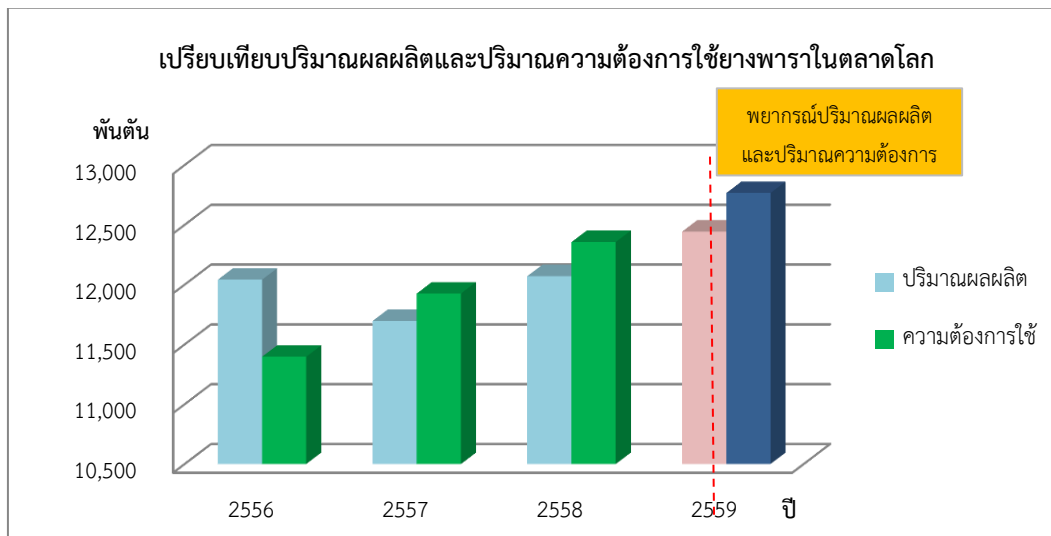
ระบบโลจิสติกส์การส่งออกยางพาราของไทยในเส้นทาง R3A สู่ออสเตรเลีย (ตอนใต้)

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

- 5.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดโลก
- 5.2 สถานการณ์ราคายางพาราไทยในตลาดโลก
- 5.3 สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเขตค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย
- 5.4 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านด่านการค้าชายแดน

5.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

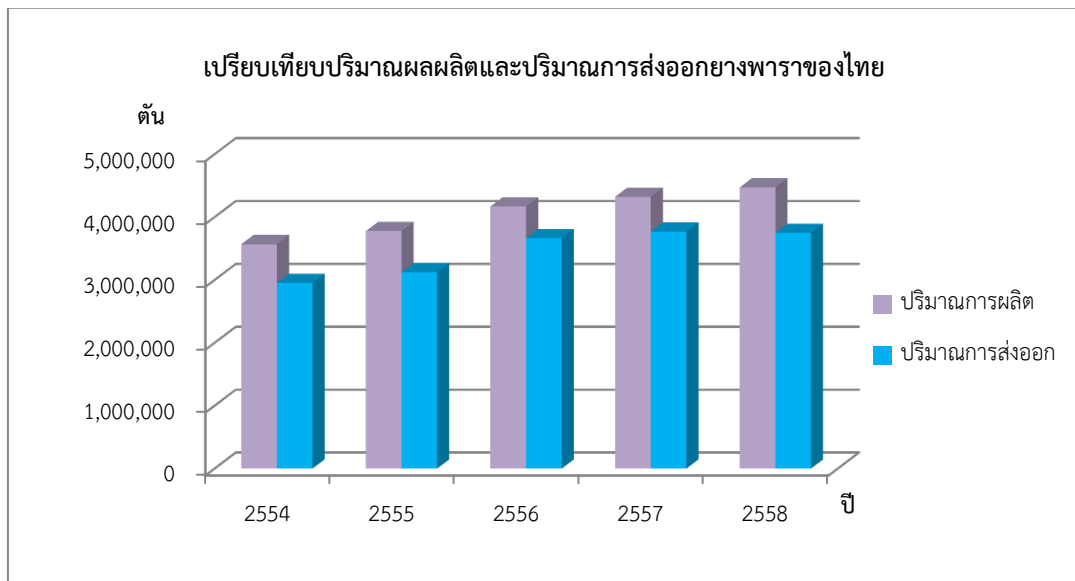
ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติ เป็นอันดับ 1 ของโลก แนวโน้มความต้องการใช้ยางพาราในตลาดโลกมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมโลก ในปัจจุบันประเทศไทยมีสัดส่วนการผลิตสูงถึง ร้อยละ 34.4 ของโลก โดยชนิดยางที่ส่งออกของไทย ได้แก่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



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558

รูปที่ 5.1 เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตและปริมาณความต้องการใช้ยางพาราในตลาดโลก

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

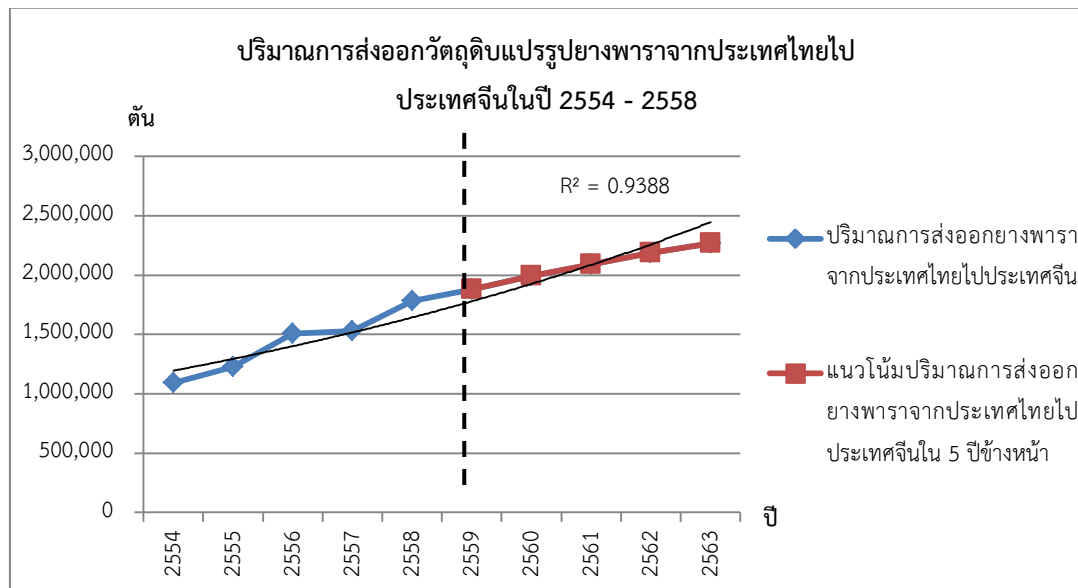


ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยโดยใช้ข้อมูลจาก สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2558

รูปที่ 5.2 เปรียบเทียบปริมาณผลผลิตและปริมาณการส่งออกยางพาราของไทย

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

อัตราเฉลี่ยของการส่งออกมีการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศจีนมีอัตราการนำเข้าผลิตภัณฑ์โดยรวมของยางพาราเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เมื่อศึกษาถึงอัตราเฉลี่ยของการส่งออกวัตถุดิบแปรรูปยางพาราทั้งหมดของประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกทั้งทางด้านจำนวนและมูลค่า เฉลี่ยร้อยละ 40 ของยอดการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยในเวลา 6 ปี นับตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2557 โดยในปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 33 ปี 2553 คิดเป็นร้อยละ 32 ปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 36 ปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 40 ปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 43 และ ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 44 ดังรูปที่ 5.3



ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจาก Global trade atlas, 2558

รูปที่ 5.3 ปริมาณการส่งออกวัตถุดิบแปรรูปยางพาราจากประเทศไทยไปประเทศจีนในปี 2554-2558

ทั้งนี้ยังมีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศทั้งนี้ยังมีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย เวียดนาม ลาว และ พม่า ซึ่งในแต่ละประเทศต่างมีความต้องการวัตถุดิบแปรรูปยางพาราของประเทศไทย เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีการผลิตสินค้าจากยางพารายางรถยนต์ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ และทำการส่งสินค้าเหล่านั้นกลับมาจำหน่ายในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ อีกด้วย ดังแสดงในตาราง 5.1

ตารางที่ 5.1 สถิติโดยแสดงรายละเอียดการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราโดยภาพรวมของประเทศไทย

หน่วย: ตัน

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

ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยจากฐานข้อมูลจาก Global trade atlas, 2558

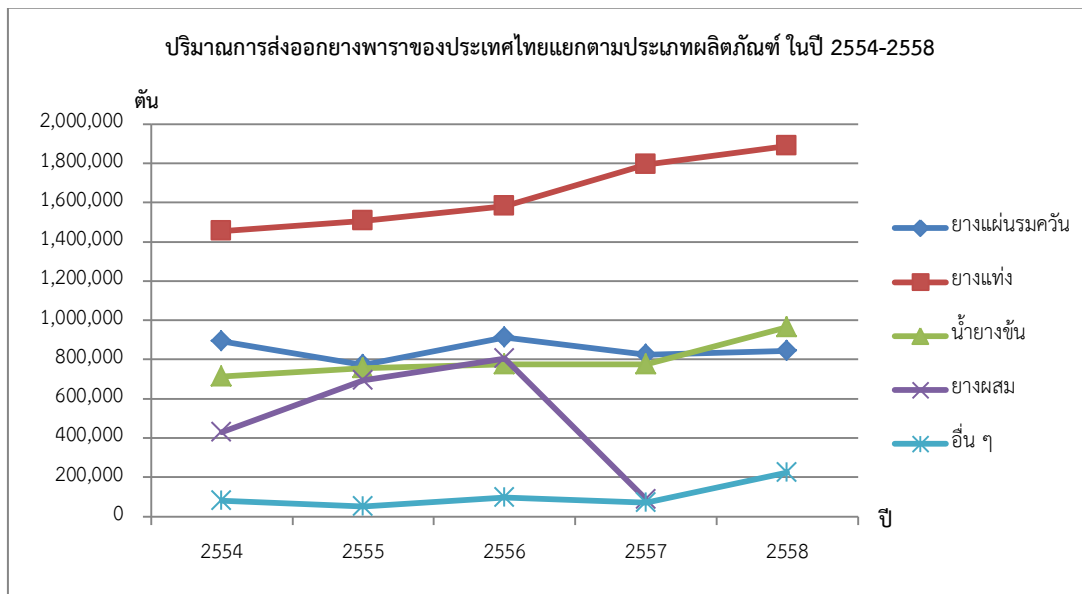
ประเภทยางพาราที่มีการส่งออกของประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางผสม และอื่นๆ ทั้งนี้ประเภทของยางพาราที่ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกมากที่สุด ในปี 2558 ได้แก่ ยางแท่ง 1,887,984 ตัน คิดเป็นร้อยละ 42.58 น้ำยางข้น 964,403 ตัน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ยางแผ่นรมควัน 844,081 ตัน คิดเป็นร้อยละ 19.03 ยางผสม 511,349 ตัน คิดเป็นร้อยละ 11.53 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.08 ตามลำดับ ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกมากที่สุดในโลก และจากสถิติการส่งออกยางพาราแต่ละประเภทของไทยตั้งแต่ ปี 2554 –2558 แนวโน้มการส่งออกของยางพาราไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 5.2 และ รูปที่ 5.4

ตารางที่ 5.2 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภท

หน่วย: ตัน

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

ที่มา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2558

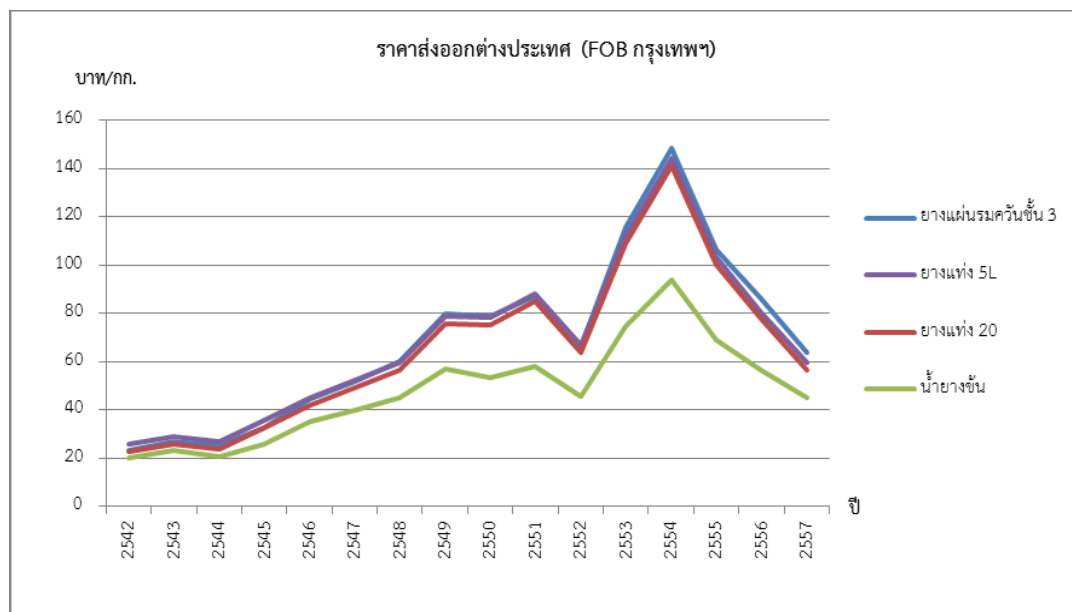


ที่มา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร, 2558

รูปที่ 5.4 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

5.2 สถานการณ์ราคายางพาราไทยในตลาดโลก

สถานการณ์การเคลื่อนไหวราคายางพารานั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามความต้องการ และปริมาณผลผลิต รวมถึงฤดูกาลของการปลูกยาง เนื่องจากยางพารานั้นเป็นสินค้าเกษตร ซึ่งในช่วงปี 2542-2551 นั้นราคายางพารามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในปี 2552 นั้นราคายางมีการปรับตัวลดลงเนื่องจากราคายางธรรมชาติ และสินค้าต่างๆ ก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤตปัญหาเศรษฐกิจโลก ต่อมาในปี 2553-2554 ราคาของยางพาราก็เริ่มปรับตัวสูงขึ้นเช่นเดียวกับสินค้าประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากความต้องการจากต่างประเทศสูงขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศจีนและอินเดีย รวมทั้งความผันผวนจากสภาพอากาศและปริมาณของต้นยางที่อายุมาก จึงส่งผลให้ยางพารานั้นปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตามในปี 2555-2557 ราคายางพาราเริ่มลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากราคาตลาดโลกนั้นยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องรวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงโดยเฉพาะประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศผู้ใช้อยางพารารายใหญ่ที่สุดในโลกและการนำเข้ามาในตลาดของวัตถุดิบที่สามารถทดแทนการใช้ยางพารา ดังแสดงในรูปที่ 5.5



ที่มา สถาบันวิจัยยาง, 2558

รูปที่ 5.5 ราคายางพาราส่งออกต่างประเทศ (FOB กรุงเทพฯ)

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

ทั้งนี้จากตารางที่ 5.3 ซึ่งเป็นความเคลื่อนไหวของราคายางในช่วงเดือนสิงหาคม 2558 โดยภาพรวมแล้วราคายังคงลดลงอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นราคาในประเทศ ราคาส่งออก รวมถึงราคายางในตลาดล่วงหน้าต่างประเทศอีกด้วยทั้งนี้ น้ำยางข้นมีการลดลงมากที่สุดถึง ร้อยละ 18.55 โดยสาเหตุที่ทำให้ราคามีการปรับตัวลดลงนั้นสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีการปรับลดลง ตลาดหุ้นจีนที่มีปัญหา ค่าเงินเยนแข็งค่าขึ้น รวมถึงอุปทานของยางในประเทศไทยและประเทศผู้ผลิตรายใหญ่อื่นๆ นั้นส่งออกยางเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ราคายางนั้นมีการปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 5.3 ราคายางพาราในประเทศไทยตลาดล่วงหน้าตลาดโตเกียว และสิงคโปร์ในปี 2557 และ 2558
(มกราคม – สิงหาคม)

หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม

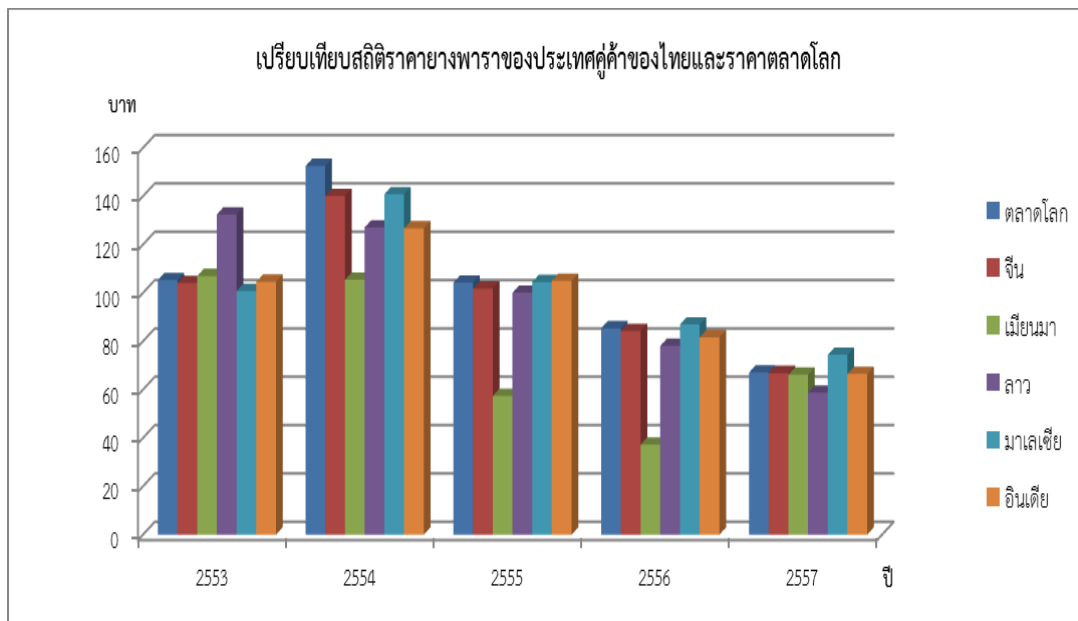
ประเภทยาง	2557 (เฉลี่ยทั้งปี)	2558 (เฉลี่ยทั้งปี)	% เปลี่ยนแปลง	
			YOY (%)	MOM (%)
ยางแผ่นดิบ ชั้น 3 หาดใหญ่	57.85	48.99	-15.31	-8.86
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 กรุงเทพฯ	63.90	54.18	-15.21	-9.72
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 โตเกียว; (C&F)	62.98	53.29	-15.46	-9.73
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 สิงคโปร์; (F.O.B)	62.55	53.16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

ที่มา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ประมวลผลโดยสถาบันพลาสติก และ ศูนย์วิจัยและพัฒนา
อุตสาหกรรมยางไทย ปีพ.ศ.2558

หมายเหตุ: ยางแผ่นรมควันชั้น 3 กรุงเทพฯ ส่งมอบล่วงหน้า 2 เดือน

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

ปัจจัยหลักของการที่ราคายางพาราของไทยในตลาดโลกลดลง เป็นผลกระทบจากนโยบายของประเทศจีน ที่มีนโยบายเชิงรุกในการเข้าทำสัญญาการเพาะปลูก เพื่อหวังผลระยะยาวในการตอบสนองต่อความต้องการยางพาราในประเทศ ได้แก่ ประเทศเมียนมา ลาว เวียดนาม และกัมพูชา ด้วยปัจจัยนี้ทำให้เกิดกระแสข่าวลือถึงราคายางพาราของไทย ซึ่งปัจจุบันเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจจีนในช่วงปี 2557 -2558 มีการชะลอตัวเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศผู้นำเข้ายางพาราสำคัญของโลก อันได้แก่ประเทศจีน ที่มีสัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบแปรรูปยางพารามากเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยจากการศึกษาพบว่า ประเทศจีนเป็นฐานการผลิตล้อยางของบริษัทชั้นนำของโลก และเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย ดังนั้นเมื่อประเทศจีนมีการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลให้ความต้องการใช้วัตถุดิบยางพาราเป็นวัตถุดิบหลักในการใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการสร้างวัตถุดิบแปรรูปจากยางพาราต่างๆ อาทิ ล้อยานพาหนะ ถุงมือ และท่อยางพารา ลดลง โดยในปี 2554 -2556 จึงเป็นผลทำให้ราคายางพาราไทยในตลาดโลกและตลาดประเทศคู่ค้า เช่น ประเทศจีน เมียนมา ลาว มาเลเซีย เวียดนาม และอินเดีย ลดลงดังรูปที่ 5.6



ที่มา รวบรวมโดยคณะผู้วิจัยจากฐานข้อมูลจาก Global trade atlas, 2558

รูปที่ 5.6 เปรียบเทียบสถิติราคายางพาราของประเทศคู่ค้าของไทยและราคาตลาดโลก

จากสถิติราคายางพาราของไทยในตลาดโลก พบว่าราคายางอาจจะสามารถปรับตัวดีขึ้นกว่าในปัจจุบันไม่น้อยนัก อันเนื่องมาจากการที่ประเทศจีนเข้ามาลงทุนทำสัญญาในการเพาะปลูกและให้การสนับสนุนรัฐบาลในกลุ่มประเทศ CLMV ในการปลูกยางพาราด้วยเงินทุนจำนวนมาก ส่งผลให้ความต้องการในการนำเข้าวัตถุดิบแปรรูปยางพาราขึ้นต้นจากประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง แต่ด้วยกลไกและคุณภาพที่ประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญและมีการสั่งสมความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพยางพาราทำให้ยางพาราไทยยังคงเป็นที่ต้องการในตลาดโลก

นอกจากนี้แนวโน้มของเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวในระยะยาว โอกาสที่ราคายางพาราของไทยจะกลับขึ้นมาสูงถึงกิโลกรัมละประมาณ 140 บาท นั้นเป็นไปได้ยาก ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเพิ่มความต้องการใช้ยางในประเทศแทนการส่งออก ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทย ซึ่งจะช่วยลดการผันผวนของราคายางไทยได้ในอนาคต อย่างไรก็ตามสถานการณ์ราคายางพาราในตลาดโลกนั้นยังมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

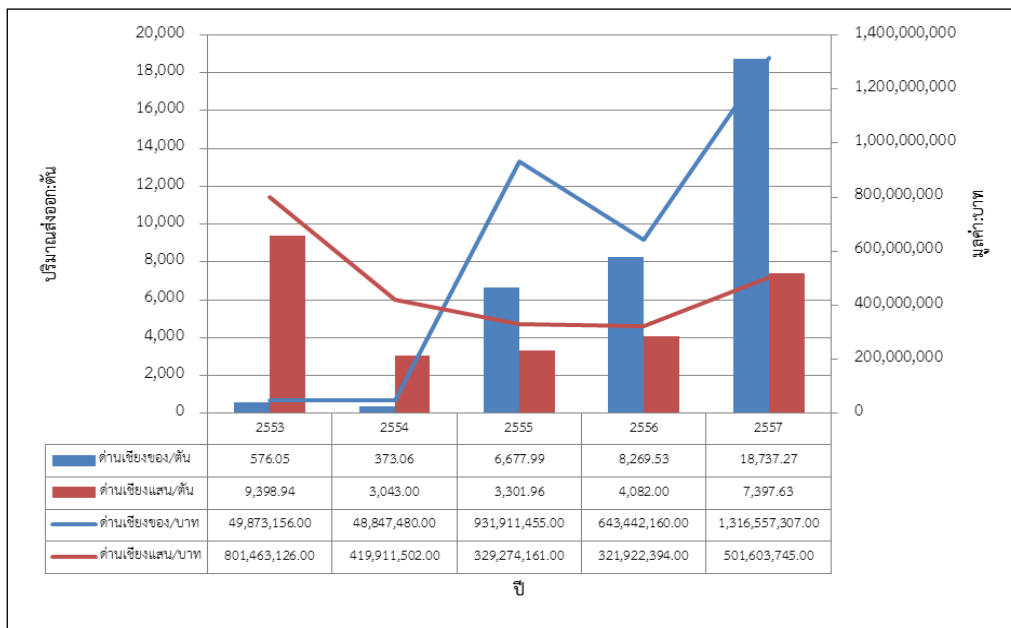
ตารางที่ 5.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของยางพาราในตลาดโลก

ปัจจัย	รายละเอียดปัจจัย
ด้านอุปสงค์และอุปทาน	ปัจจัยด้านนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะชี้ทิศทางของราคารายในช่วงเวลานั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้และผู้ผลิตจากต่างประเทศนั้นจะมีผลทางด้านของอุปทานและการเคลื่อนไหวของราคารายนั้นมากกว่าผู้ใช้และผู้ผลิตในประเทศ ซึ่งเมื่อไหร่ก็ตามที่ความต้องการของต่างประเทศนั้นมีเพิ่มมากขึ้นก็จะส่งผลให้ราคารายผันแปรตามไปด้วย รวมไปถึงด้านของสภาพภูมิอากาศ ฤดูกาล ผลผลิต และจำนวนประชากร นั้นก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่นหากจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นความต้องการในการใช้ยางพาราจะเพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลต่ออุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ยานยนต์ที่ใช้ยางพาราเพื่อผลิตล้อรถ หรืออุตสาหกรรมถุงมือยาง เป็นต้น
ราคาน้ำมัน	น้ำมันนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญมากซึ่งราคาของยางพารานั้นจะมีทิศทางเดียวกับราคาน้ำมัน เนื่องจากน้ำมันนั้นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตยางเทียมหรือสังเคราะห์ ซึ่งหากราคาน้ำมันในตลาดโลกมีการปรับตัวสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ต้นทุนและราคารายยางเทียมเพิ่มขึ้นตาม และยังส่งผลให้ราคารายธรรมชาตินั้นสูงขึ้นด้วย
อัตราแลกเปลี่ยน	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศนั้นมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งการการซื้อขายระหว่างประเทศนั้นไม่ได้ใช้สกุลเงินเดียวกันเนื่องจากมีการซื้อขายกันทั่วโลกและแต่ละประเทศนั้นก็ใช้สกุลเงินที่แตกต่างกัน อีกทั้งราคารายในแต่ละประเทศนั้นไม่เท่ากันอีกด้วย ซึ่งถ้าค่าเงินอ่อนค่าจะเป็นผลดีต่อการส่งออก แต่ในทางกลับกันหากค่าเงินแข็งค่าจะเป็นผลเสียต่อการส่งออก ซึ่งในการนำเข้าและส่งออกนั้นจะเทียบค่าเงินโดยใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ
เศรษฐกิจโลก	เมื่อไหร่ที่มีการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกไปในทางที่ดีความต้องการใช้ยางก็จะเพิ่มขึ้น แต่หากเมื่อไหร่ที่เศรษฐกิจโลกนั้นมีการชะลอตัวหรือถดถอยลงก็จะทำให้มีผลต่อราคาของยางพารา ซึ่งเศรษฐกิจโลกเป็นตัวบ่งชี้สถานการณ์ของการผลิต การใช้จ่าย หรือวัตถุดิบแปรรูปยางพาราอีกด้วย
นโยบายการค้าระหว่างประเทศ	นโยบายการค้าระหว่างประเทศนั้นหากรัฐบาลต่างประเทศมีการปรับในเรื่องของภาษีสินค้าเกษตร เช่นการตั้งกำแพงภาษีสินค้า ก็จะทำให้มีผลต่อราคาของสินค้าเกษตร ซึ่งรวมถึงยางพาราด้วย ทั้งนี้ช่วงหลังประเทศจีนนั้นค่อนข้างเข้ามามีบทบาทให้การกำหนดทิศทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลต่อราคารายยางพารา
อุตสาหกรรมยานยนต์	หากอุตสาหกรรมยานยนต์ในป็นั้นๆ มียอดการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ที่สูง ความต้องการยางก็จะมีความตามไปด้วย เนื่องจากในอุตสาหกรรมยานยนต์จะนำยางไปผลิตล้อซึ่งใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ จึงส่งผลต่อราคาของยางพารา
ภาวะตลาดหุ้น	แนวโน้มภาวะตลาดหุ้นนั้นจะเป็นสัญญาณบ่งบอกถึงความมั่นใจของนักลงทุนแต่ละประเทศต่อเศรษฐกิจ เมื่อหุ้นแต่ละตลาดปรับตัวสูงขึ้นจะส่งผลให้นักลงทุนกล้าที่จะลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ โดยดูจากดัชนีนักเกือตลาดหุ้นโตเกียว ตลาดหุ้นยุโรป ตลาดหุ้นลอนดอน ดัชนีดาวโจนส์ตลาดหุ้นนิวยอร์ก
ราคาตลาดล่วงหน้า โตเกียว ตลาดเซี่ยงไฮ้ และตลาดสิงคโปร์	ราคาตลาดล่วงหน้านั้นเป็นราคาที่ขึ้นราคารายทั้งตลาดในประเทศและนอกประเทศโดยตรง ซึ่งสังเกตจากราคาปิดของวันก่อนหน้าว่าแนวโน้มราคารายจะขึ้นหรือลง หากว่าเป็นบวกราคารายมีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้น แต่หากเป็นลบมีแนวโน้มที่ราคารายจะต่ำลง
สภาพภูมิอากาศ	หากในช่วงที่สภาพภูมิอากาศที่มีฝนตกชุกหรืออาจจะมึน้ำท่วม จะทำให้ผลผลิตยางออกมาไม่เพียงพอต่อความต้องการ ถึงแม้ว่าต่างประเทศจะลดความต้องการลงแต่ราคาในประเทศอาจจะไม่ลดหรือลดไม่มาก เนื่องจากผู้ซื้อในประเทศนั้นอาจจะมีการเก็งกำไรโดยการแข่งขันซื้อขายกันเก็บเพื่อนำไปขายในราคาที่สูงขึ้น

แนวโน้มราคายาง ในปี 2559 ราคายางธรรมชาติคาดว่าจะผันผวนเคลื่อนไหวอยู่ในกรอบจำกัด ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่เปราะบาง โดยเฉพาะเศรษฐกิจจีนซึ่งเป็นผู้ใช้จ่ายรายใหญ่ของโลกยังคงชะลอตัว ส่งผลให้อุปสงค์ยางลดลง ประกอบกับภาพรวมความผันผวนของตลาดเงินและตลาดหุ้นทั่วโลก โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวม- ภายในประเทศ (GDP) โลกลดลงเหลือร้อยละ 3.5 ในปี 2558 และร้อยละ 3.7 ในปี 2559 เศรษฐกิจจีนจะขยายตัวลดลง เหลือร้อยละ 6.3 ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประเทศคู่ค้าของจีนด้วย ประกอบกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะ ทรงตัวในช่วง 5 ปีข้างหน้า เนื่องจากอุปทานน้ำมันล้นตลาด และความต้องการใช้น้ำมันเติบโตในระดับต่ำตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านการผลิต ความต้องการใช้ และปริมาณยางส่วนเกิน ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อราคายาง (The Rubber Economist) โดยองค์การศึกษาวิจัยระหว่างประเทศ (IRSG)

5.3 สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเขตค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย

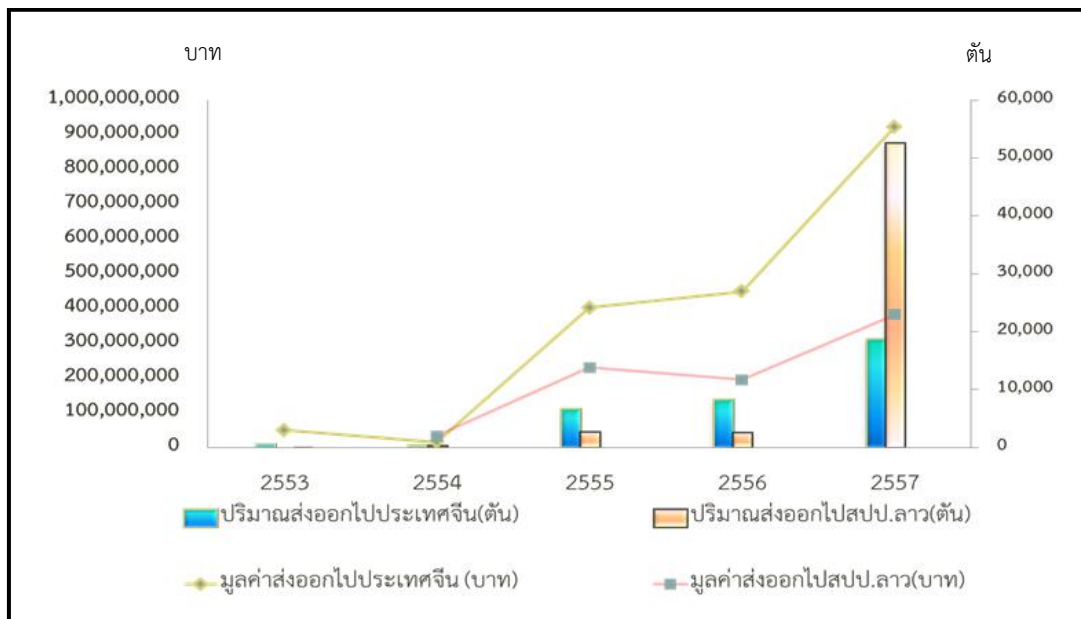
ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย และภูมิภาคอาเซียน โดยอาเซียนผลิตยางพาราในสัดส่วนสูงที่สุดในเอเชีย และมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 80 ซึ่งประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 33.1 รองลงมาได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลก สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกยางพาราปีละ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



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมศุลกากรเชียงรายและเชียงของ จ.เชียงราย, 2557

รูปที่ 5.7 การออกยางพาราผ่านด่านศุลกากร อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ

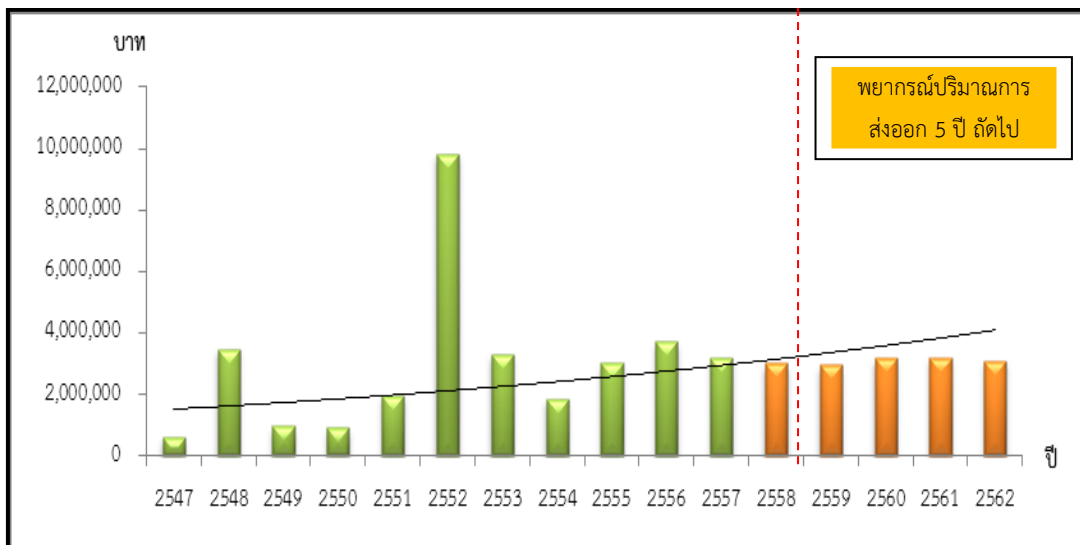
อัตราการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 5.7) โดยด่านศุลกากรเชียงแสนมีอัตราการส่งออกยางพาราที่สูงในปี 2553 และลดลงในช่วงระหว่างปี 2554-2556 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2557 เนื่องจาก ในปี 2553 ผู้ประกอบการขนส่งเริ่มมีการใช้เส้นทางขนส่งเส้นทางใหม่ในอำเภอเชียงของ ประจวบในระหว่างนี้ได้มีการขยายด่านศุลกากรอำเภอเชียงแสนเพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจอาเซียน โดยเส้นทางศุลกากรเชียงแสนขาดความสะดวกในการขนส่ง จึงส่งผลให้มูลค่าการส่งออกในระหว่างปี 2554-2556 ของอำเภอเชียงแสนลดลง โดยเมื่อเทียบสัดส่วนการขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางศุลกากรเชียงแสนและด่านศุลกากรเชียงของในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันเส้นทางส่งออกของพาราผ่านเส้นทางด่านศุลกากรเชียงของเป็นที่นิยมมากกว่า ด่านศุลกากรเชียงแสนเมื่อเทียบเป็นมูลค่าแล้ว ในปี 2557 มีอัตราการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของมากกว่าด่านศุลกากรเชียงแสนสูงถึง ร้อยละ 65 และในอนาคตคาดว่าจะมีการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะเพิ่มมากขึ้น โดยเส้นทางขนส่งผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะขนส่งสินค้าไปยังประเทศหลัก 2 ประเทศ ได้แก่ สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งสัดส่วนการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 5.8)



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมศุลกากรอำเภอเชียงแสนและ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย, 2557

รูปที่ 5.8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากรอำเภอเชียงของไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

จากสถานการณ์ยางพาราประเทศคู่ค้าของไทยในสหภาพเมียนมา (Myanmar) โดยการใช้เส้นทางการขนส่งยางพาราผ่านด่านศุลกากรในจังหวัดเชียงราย จากการสำรวจพบว่าด่านศุลกากรแม่สายมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางแปรรูป ชนิดยางรถยนต์ไปยังสหภาพเมียนมากว่า 3 ร้อยล้านตันต่อปี โดยผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์เหล่านี้มีมูลค่าการส่งออกสูงถึงหลักร้อยล้านบาทต่อปี ซึ่งในปัจจุบันพบว่ายางรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ส่งออก 10 อันดับแรก ของไทยในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และจากการพยากรณ์พบว่าผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์เพื่อการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันสหภาพเมียนมามีความร่วมมือกับ สปป.ลาว ในการสร้างเส้นทางเชื่อมระหว่างประเทศและได้ทำการเปิดใช้ ส่งผลให้เส้นทางสายเศรษฐกิจ R3B ผ่านสหภาพเมียนมาเข้าสู่ สปป.ลาว และเข้าไปยังประเทศจีน จึงกลายเป็นอีกทางเลือกของผู้ประกอบการในการเลือกใช้เส้นทางนี้สำหรับการขนส่งสินค้าไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ โดยในปี พ.ศ. 2558 – 2562 ได้ทำการพยากรณ์ล่วงหน้าเพื่อดูแนวโน้มของการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (รูปที่ 5.9)



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูลกรมศุลกากรแม่สาย จังหวัดเชียงราย, 2557

รูปที่ 5.9 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (ชนิดยางรถยนต์) ผ่านด่านศุลกากร
อำเภอแม่สายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

5.4 เส้นทางขนส่งยางพาราผ่านด่านการค้าชายแดน

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

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



รูปที่ 5.10 เส้นทาง R3A ด่านเชียงของ และด่านห้วยทราย

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



รูปที่ 5.11 การขนส่งโดยใช้รถบรรทุกบรรจุยางพารา

ในการขนส่งทำได้โดยใช้รถบรรทุกบรรจุยางพาราของประเทศไทย จากอำเภอเชียงของ ข้ามสะพานสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ณ อำเภอเชียงของ (ห้วยทราย) จากนั้นทำการขนส่งไปยังชายแดน สปป.ลาว ที่เมืองบ่อเต็น/บ่อหาน จากนั้นผู้ค้าชาวจีนจะนำรถมารับสินค้าบริเวณหน้าด่าน หลังจากนั้นทำการขนส่งไปยังเมืองจิ่งหง หรือเชียงรุ่ง ก่อนจะเข้าสู่ตลาดการค้าที่เมืองคุนหมิง และกระจายสินค้ายังผู้ประกอบการของประเทศจีน โดยค่าใช้จ่ายในการขนส่งผ่านเส้นทาง R3A ต่อเที่ยวของการขนส่งสินค้าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 98,000 – 105,000 บาท (ตารางที่ 5.5) ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งจะมีการเปลี่ยนแปลงตามปริมาณของสินค้าต่อเที่ยว

ตารางที่ 5.5 ต้นทุนการขนส่งยางพาราโดยเฉลี่ยผ่านเส้นทางการขนส่งผ่านเส้นทางบก (R3A)

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

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากการสำรวจและสัมภาษณ์

หมายเหตุ: - ระยะทาง ระยะเวลาและต้นทุนเป็นการประมาณการโดยเฉลี่ย จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย

- ระยะเวลาของการขนส่งไม่รวมเวลาพักรถ และเวลาการดำเนินการพิธีการศุลกากร

5.4.1.1 โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางเดินรถ (R3A)

หลังจากที่ประเทศไทยได้เปิดประตูการค้าในเส้นทางสายเศรษฐกิจ R3A ไปยังประเทศเพื่อนบ้านโดยผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งเปิดใช้งานอย่างเป็นทางการเมื่อปลายปี 2556 ที่ผ่านมามีมูลค่าการส่งออกยางพาราของประเทศไทยโดยผ่านเส้นทาง R3A ไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้ทำการศึกษาศักยภาพด้านเศรษฐกิจการค้า และเส้นทางการขนส่ง R3A พบว่า การขนส่งสินค้าผ่านเส้นทาง R3A มีทั้งโอกาสและอุปสรรค ดังตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 ตารางเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคของการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางการขนส่งทาง (R3A)

โอกาส	อุปสรรค
1. เส้นทางการขนส่ง R3A เป็นเส้นทางที่มีระบบคมนาคมที่ดีขึ้นจากเดิม อีกทั้งยังสะดวกต่อการขนส่งยางพาราไปยังประเทศเพื่อนบ้าน	1. เนื่องด้วยการขนส่งสินค้าเป็นการค้าระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยไม่ได้รับรวมถึง สปป.ลาว ในฐานะประเทศทางผ่านของเส้นทาง R3A สปป.ลาว จึงไม่อนุญาตให้รถขนส่งสินค้าไทยหรือจีนผ่านลาวเข้าสู่อีกประเทศได้โดยตรง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องขนถ่ายสินค้าจากรถอีกฝ่ายหนึ่งไปยังรถของอีกฝ่ายหนึ่งที่มารอรับอยู่ ณ บริเวณจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้า
2. เส้นทางการขนส่งผ่านเส้นทาง R3A เป็นเส้นทางที่มีความสะดวกมากกว่าเส้นทางน้ำ จึงเป็นโอกาสทางการค้าที่สามารถขนส่งสินค้าไปยังปลายทางได้อย่างรวดเร็ว และทำการค้าได้มากขึ้น	2. รถบรรทุกจากประเทศไทยไม่สามารถขนส่งยางพาราไปยังประเทศจุดหมายได้ภายในรถคันเดียว ระหว่างการขนส่งข้ามแดน ณ บ่อเต็น เข้าสู่ประเทศจีนต้องมีการผลิตเปลี่ยนรถบรรทุกสินค้าของประเทศจีนเพื่อขนส่งไปยังปลายทาง โดยระหว่างการขนย้ายสินค้าอาจเกิดการจัดเรียงสินค้าที่มีลักษณะ ส่งผลให้เกิดความเสียหายกับตัวสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ ทำให้ต้นทุนการขนส่งเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการขนส่งที่วละประมาณ 10,000-15,000 บาท และต้นทุนด้านเวลาเพิ่มขึ้น 2-3 ชั่วโมง
3. เส้นทาง R3A เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อกับกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ลาว พม่า และจีน (ตอนใต้) จึง ส่งผลทำให้มูลค่าทางการค้าระหว่างภูมิภาคเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าของธุรกิจยางพาราได้มากขึ้นตลอดเส้นทางการขนส่งจากประเทศไปยังประเทศจีน (ตอนใต้)	3. เนื่องด้วยพิธีการศุลกากรของแต่ละประเทศไม่เป็นหนึ่งเดียวกัน ส่งผลให้ระยะเวลาในการดำเนินเอกสารและตรวจเช็คสินค้าค่อนข้างนาน อีกทั้งช่วงเวลาของแต่ละประเทศไม่เท่ากัน ส่งผลให้ระยะเวลาในการเปิดปิดด่านที่ไม่พร้อมกัน อาจก่อให้เกิดข้อผิดพลาดทางด้านเวลาระหว่างการขนส่งสินค้า
4. ในการดำเนินการเกี่ยวกับเอกสารเพื่อทำการส่งออกสินค้าผ่านเส้นทาง R3A ไม่มีความยุ่งยาก จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการสามารถทำการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านได้ง่าย และสะดวกมากยิ่งขึ้น	4. ปริมาณการนำเข้าและส่งออกยางพาราของประเทศต้นทางและประเทศปลายทางที่ไม่สมดุลกัน ก่อให้เกิดต้นทุนโลจิสติกส์ที่เพิ่มมากขึ้นระหว่างการวิ่งรถเปล่าเพื่อกลับมารับยางพาราในรอบถัดไป
5. ผู้ประกอบการไทยมีโอกาที่จะส่งออกยางพาราไปขายให้กับโรงงานแปรรูปยางพาราของนักลงทุนจีน ที่มาลงทุนทำโรงงานแปรรูปอยู่ที่ สปป.ลาว โดยเฉพาะโรงงานในเขตหลวงน้ำทา ซึ่งใกล้และทำให้เสียต้นทุนการขนส่งต่ำกว่าการขนส่งไปยังจีน (ตอนใต้) ซึ่งตอนนี้เมืองหลวงน้ำทามีโรงงานแปรรูปหลายโรงงาน และมีแนวโน้มที่จะขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้น โดยโรงงานจะมีการรับซื้อยางเครพ หรือยางก้อนถ้วยไปทำยางอัดแท่ง และส่งกลับไปยังประเทศจีนต่อไป	5. สิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการขนส่งสินค้าผ่านเส้นทาง สปป.ลาว ไปยังประเทศจีนตอนใต้ยังไม่มีความสะดวกไม่มากนัก อาทิ เส้นทางที่คดเคี้ยว สถานีบริการน้ำมัน สุขา และจุดพักรถ เป็นต้น

5.4.2 เส้นทางการขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางศุลกากรแม่สายไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) (R3B)

เส้นทาง R3B เป็นเส้นทางเชื่อมระหว่างอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผ่านไปยังเชียงตุง (สหภาพเมียนมา) เชียงรุ่งในเขตปกครองตนเองสิบสองปันนา เข้าสู่เมืองจิ่งหงและคุนหมิงในประเทศจีนตอนใต้

เส้นทางนี้เป็นอีกเส้นทางเลือกหนึ่งของการขนส่งทางพารา ระยะทางในการขนส่งใกล้เคียงกับเส้นทาง R3A แต่มูลค่าขนส่งผ่านเส้นทาง R3B มีอัตราที่สูงกว่า เนื่องด้วยเส้นทางนี้มีด่านตรวจสินค้าจำนวนมากในสหภาพเมียนมา อีกทั้งสภาพถนนในการสัญจรยังไม่สมบูรณ์มากนัก จากการลงสำรวจของทีมวิจัย พบว่าเส้นทางนี้ไม่มีผู้ประกอบการคนจีนใช้เลย และสหภาพเมียนมามีการเปิดปิดด่านที่ไม่แน่นอน รวมถึงการเรียกเก็บค่าผ่านทางและการใช้เวลาในการเดินทางที่ยาวนาน เส้นทางขนส่ง R3B เริ่มต้นการขนส่งจากอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย บรรทุกสินค้าผ่านด่านพรมแดนท่าขี้เหล็กของสหภาพเมียนมา จากนั้นมีการเปลี่ยนถ่ายสินค้าไปยังพาหนะที่ใหญ่กว่า เพื่อรวบรวมสินค้าให้มีจำนวนมากก่อนการขนส่งไปยังชายแดนซึ่งเชื่อมต่อกับประเทศจีน ณ เมืองลา-ต้าลั่ว โดยรถบรรทุกของชาวจีนจะมารับสินค้า เนื่องจากรถบรรทุกของสหภาพเมียนมาไม่สามารถเข้าสู่ประเทศจีนได้ หลังจากมีการนำสินค้าข้ามด่านพรมแดนเรียบร้อยแล้วประเทศจีนจะทำการขนส่งสินค้าไปยังเชียงรุ่งและคุนหมิงในลำดับต่อไป

อัตราค่าขนส่งผ่านเส้นทางขนส่งทางบกบนเส้นทาง R3B ผ่าน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีมูลค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางโดยเฉลี่ย 100,000-150,000 บาท ต่อเที่ยว อาจมีการแปรผันตามปริมาณการขนส่งต่อเที่ยว ดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 อัตราค่าขนส่งทางพาราโดยเฉลี่ยผ่านเส้นทางขนส่งทางบก (R3B)

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

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากการสำรวจและสัมภาษณ์

หมายเหตุ: - ระยะทาง ระยะเวลาและต้นทุนเป็นการประมาณการโดยเฉลี่ย จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย

- ระยะเวลาของการขนส่งไม่รวมเวลาพักรถ และเวลาการดำเนินการพิธีการศุลกากร

5.4.2.1 ข้อได้เปรียบในการขนส่งทางพาราผ่านเส้นทางด้านศุลกากรอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย (เส้นทาง R3B)

1. ระยะทางระหว่างการขนส่งมีระยะสั้นกว่าเส้นทาง R3A กว่า 200 กิโลเมตร และใช้ระยะเวลาในการเดินทางสั้นกว่าถึง 4 ชั่วโมง
2. เส้นทางนี้ได้รับการสนับสนุนการเก็บค่าผ่านทางจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเส้นทางจากเชียงตุง-เมืองลา มีการจัดเก็บภาษีเพียงแค่ 3 ด้านเท่านั้น ได้แก่ ด้านก่อนออกเชียงตุง ตะปิง และด้านเมืองลา

5.4.2.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการส่งออกทางพาราผ่านเส้นทางด้านศุลกากรอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย (เส้นทาง R3B)

1. เส้นทางค่อนข้างแคบและเป็นเทือกเขาสูงชัน ถนนบางช่วงมีสภาพเสียหาย ส่งผลให้ของที่บรรทุกมากับรถบรรทุกได้รับความเสียหายจากการกระแทก
2. ต้นทุนในการขนส่งผ่านเส้นทาง R3B มีมูลค่าสูงเป็นเท่าตัวเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนการขนส่งผ่านเส้นทาง R3A
3. ปัญหาการขัดแย้งระหว่างสหภาพเมียนมา กับสาธารณรัฐประชาชนจีน ส่งผลให้การขนส่งสินค้าผ่านเส้นทาง R3B ได้รับผลกระทบจากการปิดด่านพรมแดนในหลายๆ ครั้ง

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

5.4.3 เส้นทางขนส่งทางพาราผ่านเส้นทางน้ำ

การขนส่งทางน้ำเป็นเส้นทางคมนาคมเพื่อการขนส่งทางโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการการค้ามาแต่ยาวนาน โดยเส้นทางนี้เป็นการเชื่อมระหว่างประเทศไทย-ลาว-พม่า-จีน หรืออาจเรียกเส้นทางขนส่งเส้นทางแม่น้ำโขง ได้ว่า “เส้นทางสายไหม” โดยในประเทศไทยจะมีอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางการค้า ดังรูปที่ 5.12



รูปที่ 5.12 การขนส่งยางพาราผ่านเส้นทางเดินเรือ

การขนส่งผ่านเส้นทางแม่น้ำจากท่าเรือเชียงแสนของประเทศไทยไปยังประเทศจีน มี 3 เส้นทาง คือ

1. ท่าเรือเชียงแสน ไปยัง ท่าเรือกวนเหล่ย์
2. ท่าเรือเชียงแสน ไปยัง ท่าเรือเชียงรุ้ง/จิ่งหง
3. ท่าเรือเชียงแสน ไปยัง ท่าเรือซือเหมา



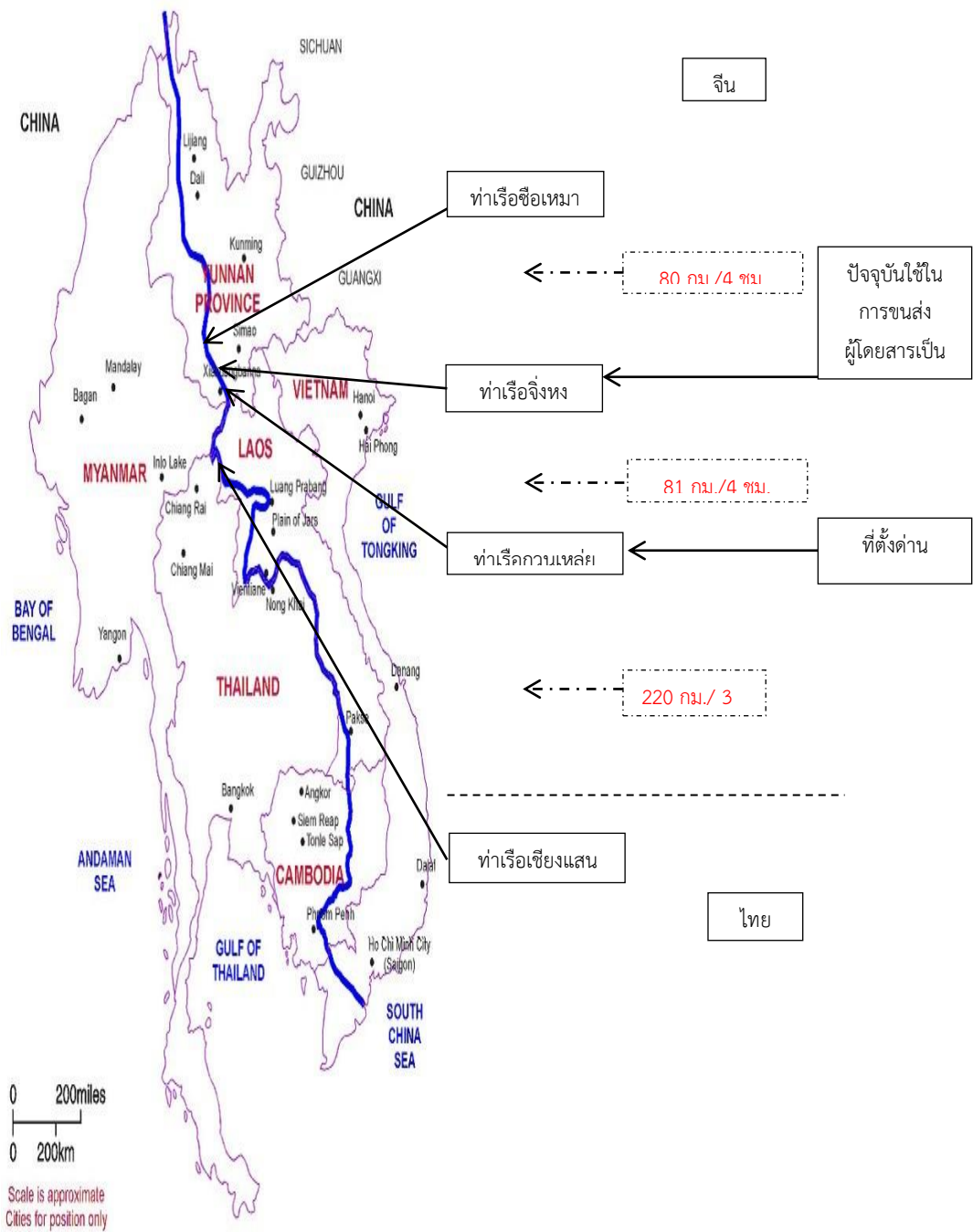
รูปที่ 5.13 ท่าเรือกวนเหล่ย์

ท่าเรือกวนเหล่ย เป็นท่าเรือย่อยรับส่งสินค้าที่สำคัญของท่าเรือจิ่งหง ซึ่งอยู่ห่างจากท่าเรือย่อยเขตพื้นที่จิ่งหงตามเส้นทางน้ำ 81 ก.ม. หรือเส้นทางบก 157 ก.ม. ท่าเรือกวนเหล่ยได้ถูกออกแบบให้สามารถรองรับการขนส่งสินค้าได้ปีละสองแสนตัน และสามารถรองรับผู้โดยสารได้ประมาณปีละหนึ่งแสนคน



รูปที่ 5.14 ท่าเรือเชียงรุ่ง/จิ่งหง

ท่าเรือจิ่งหง เป็นท่าเรือสำคัญบนเส้นทางเดินเรือนานาชาติล่านซังเจียง – แม่น้ำโขง ตั้งอยู่ทางฝั่งเหนือของแม่น้ำล่านซังเจียง (แม่น้ำโขงในเขตประเทศจีน) ในเขตปกครองตนเองชนชาติไตสิบสองปันนา โดยท่าเรือเขตพื้นที่จิ่งหง มีพื้นที่กว้างทั้งสิ้น 61.11 ไร่ แบ่งเป็นท่าเทียบจอดเรือ 6 ท่า (ท่ารับส่งผู้โดยสาร 2 ท่า และท่ารับส่งสินค้า 4 ท่า) ซึ่งได้ถูกออกแบบให้สามารถรองรับการขนส่งสินค้าได้มากถึงปีละ 4 แสนตัน และสามารถรองรับผู้โดยสารได้ปีละ 1.5 ล้านคน ทั้งนี้ท่าเรือจิ่งหง อยู่ห่างจากจุดติดต่อระหว่างประเทศจีน – สหภาพเมียนมา – สปป.ลาว ตามเส้นทางน้ำ 101 ก.ม. อยู่ห่างจากพื้นที่ 3 เหลี่ยมทองคำ 334.6 ก.ม. และอยู่ห่างจาก อ. เชียงของ จังหวัดเชียงราย 402.1 ก.ม. หากล่องเรือในแม่น้ำโขงจากเมืองจิ่งหงไปทางทิศใต้ 30 ก.ม. ก็จะถึงพื้นที่เขตก่านหล่านป้า และล่องเรือไปอีก 23 ก.ม. ก็จะถึงพื้นที่เขตกวนเหล่ย



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย

รูปที่ 5.15 ระยะทางและเวลาการขนส่งทางพาราผ่านเส้นทางน้ำจากท่าเรือเชียงแสนไปยังประเทศจีน

ตารางที่ 5.8 อัตราค่าขนส่งทางน้ำ

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

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากการสำรวจและสัมภาษณ์

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

5.4.3.1 โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ

ตารางที่ 5.9 การเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคการส่งออกยางพาราผ่านเส้นทางน้ำ

โอกาส	อุปสรรค
1. การขนส่งเส้นทางน้ำ หรือการขนส่งทางเรือเป็นรูปแบบการขนส่งที่ค่อนข้างนิยมมากสำหรับการขนส่งสินค้าในปริมาณมาก ซึ่งการขนส่งทางน้ำสามารถช่วยลดต้นทุนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ถือเป็นอีกหนึ่งเส้นทางที่ได้รับความนิยม เนื่องจากต้นทุนการขนส่งต่ำ และสามารถขนส่งได้ปริมาณมาก	1. การขนส่งทางน้ำสิ่งสำคัญที่สุดคือ ระดับน้ำที่จะส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการขนส่งทางเรือ เนื่องจากในบางฤดูกาลที่ระดับน้ำลดลงไป จะไม่สามารถขนส่งสินค้าได้
2. การขนส่งทางน้ำ สินค้าจะไม่ถูกตรวจสอบจนกว่าจะถึงปลายทางฉะนั้นสินค้าที่ถูกส่งผ่านทางน้ำ จะไม่มีความเสียหาย ยังคงสภาพเดิมจนกว่าจะถึงมือลูกค้าก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้าเมื่อได้รับสินค้า	2. การขนส่งทางน้ำมีความล่าช้า เนื่องจากการขนส่งทางน้ำมีการขนส่งสินค้าปริมาณมากต่อเที่ยว จึงทำให้อัตราวิ่งของเรือขนส่งต่ำระยะเวลาในการขนส่งจึงต้องใช้เวลาานกว่าการขนส่งทางบก
3. การขนส่งทางเรือมีความปลอดภัยต่อสินค้าที่ส่งไปยังปลายทางเนื่องจากความเร็วในการขนส่งช้า และไม่มีการเปลี่ยนถ่ายสินค้าระหว่างเดินทาง ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจต่อสินค้าที่ได้รับ	3. การขนส่งทางน้ำไม่มีความแน่นอนในเรื่องของเวลา เนื่องจากการเดินทางทางน้ำจะต้องขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศ ในแต่ละช่วงเวลาที่มีความแตกต่างกัน

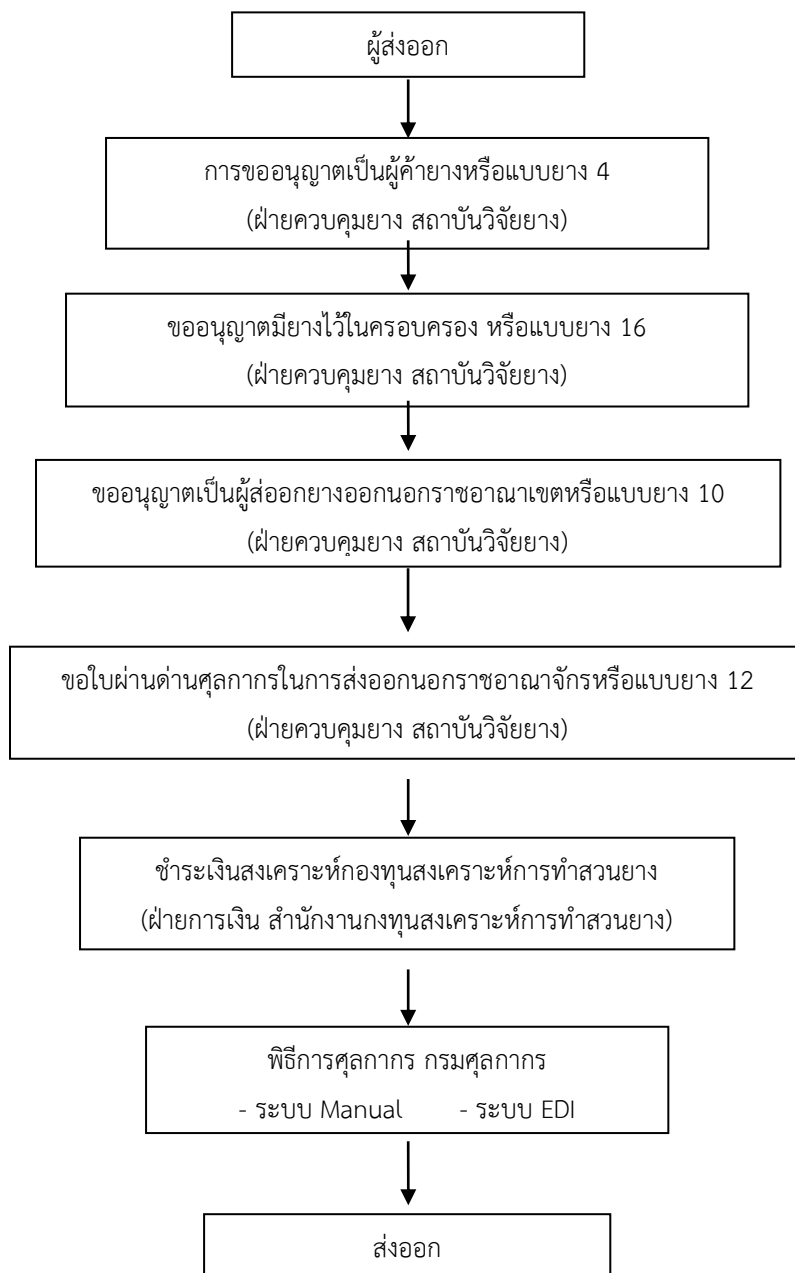
เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพการขนส่งบนเส้นทาง R3A และแม่น้ำโขงแล้ว พบว่าแต่ละเส้นทางก็มีข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบที่แตกต่างกัน แต่เมื่อมองในภาพรวมแล้ว ศักยภาพการขนส่งผ่านเส้นทางเดินรถ R3A มีข้อได้เปรียบอยู่เล็กน้อย อาทิ สามารถขนส่งไปยังประเทศจีนได้ตลอดทั้งปี และใช้ระยะเวลาเดินทางได้สั้นกว่าการใช้เส้นทางเดินเรือ เนื่องจากการใช้เส้นทางเดินเรือเป็นการเดินทางแบบทวนน้ำ ดังนั้นเส้นทางเดินเรือจึงใช้ระยะเวลาเดินทางที่ยาวนานกว่า ถึงแม้ว่าเส้นทางเดินรถจะเป็นเส้นทางที่มีความสะดวกสบายในการขนส่ง แต่ก็มีข้อจำกัดในการขนส่ง เนื่องจากการขนส่งผ่านเส้นทางเดินรถมีข้อจำกัดในการบรรจุสินค้าลงตู้คอนเทนเนอร์ ฉะนั้นหากผู้ประกอบการมีการขนส่งสินค้าในปริมาณมาก และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ผู้ประกอบการสามารถเลือกเส้นทางขนส่งทางน้ำเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการขนส่งในปริมาณมาก อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนการขนส่งได้อีกด้วย

ขั้นตอนการส่งออกยางพาราจากไทยไปจีน (ตอนใต้) โดยเส้นทางน้ำผ่านท่าเรือเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประจำด่านศุลกากรเชียงใหม่ พบว่าการจะส่งออกยางพาราได้นั้น ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องเป็นผู้ได้รับการอนุญาตจากสถาบันวิจัยยางให้เป็นผู้ค้ายางพารา มีใบอนุญาตมียางไว้ในครอบครอง และใบอนุญาตเป็นผู้ส่งยางออกนอกราชอาณาจักร โดยสินค้ายางพาราที่จะส่งออกจะต้องผ่านการตรวจสอบจากด่านตรวจพืชโดยเสียค่าใช้จ่ายในการตรวจพืชในอัตรา กิโลกรัมละ 0.002 บาท และใช้ระยะเวลาในการตรวจพืชประมาณ 2 วัน พร้อมทั้งผ่านการชำระเงินสงเคราะห์กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางในอัตรา กิโลกรัมละ 1.40 บาท ตามปริมาณยางพาราที่ได้รับระบุไว้ในแบบยาง 12 หรือ ใบผ่านด่านศุลกากรในการส่งยางออกนอกราชอาณาจักร ก่อนจะเข้าสู่กระบวนการพิธีศุลกากร ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องยื่นใบขนส่งสินค้าขาออก (กศก. 101/1) ต่อด่านศุลกากรเชียงใหม่ โดยมีเอกสารประกอบดังต่อไปนี้

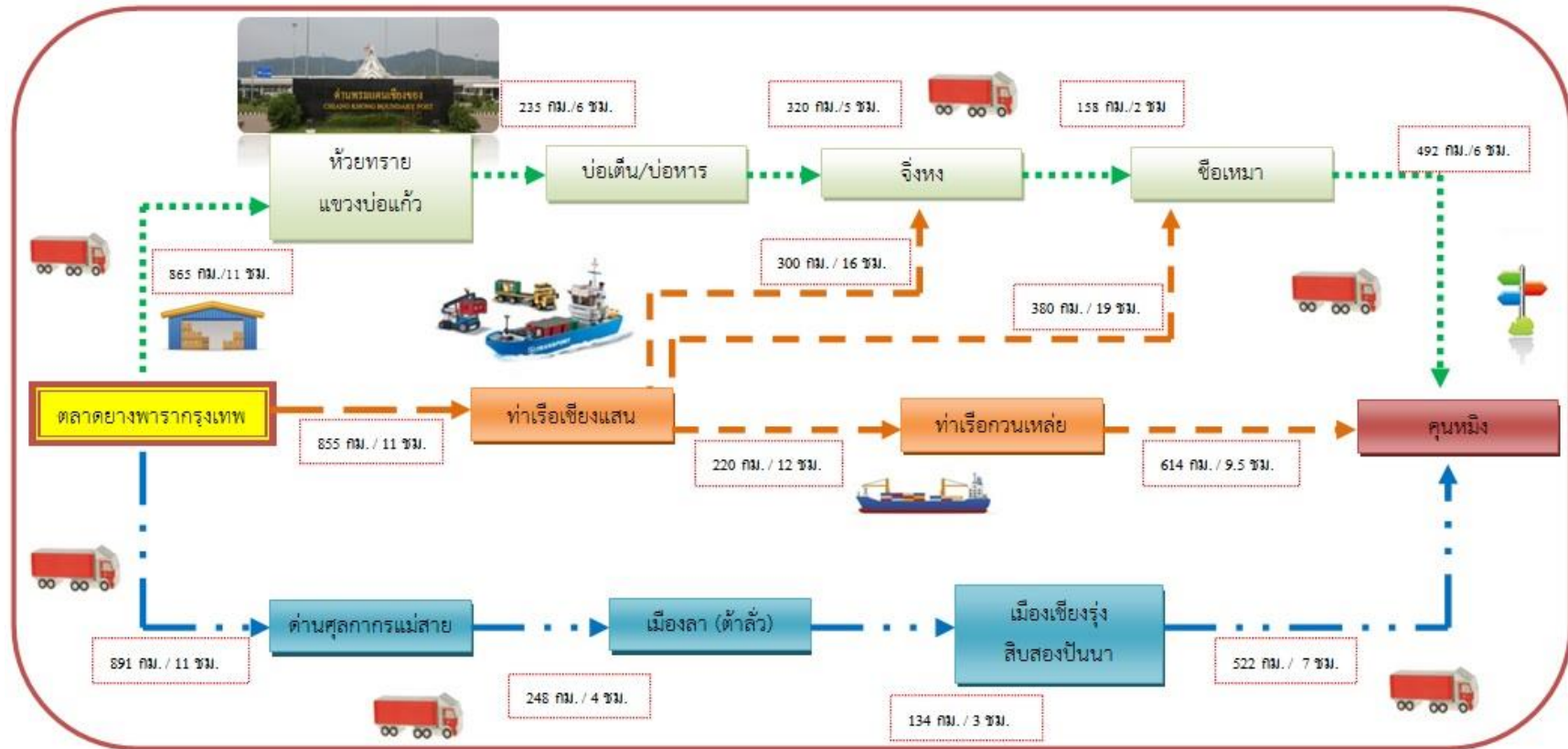
1. ใบกำกับสินค้า (Invoice)
2. ใบอนุญาตให้เป็นผู้ส่งยางออกนอกราชอาณาจักร ตามพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2481 ซึ่งออกโดยสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร
3. ใบอนุญาตเป็นผู้ค้ายาง
4. ใบผ่านด่านศุลกากรในการส่งออกนอกราชอาณาจักร (แบบยาง 12) ตามพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542
5. ใบรับเงินสงเคราะห์ สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

ทั้งนี้ในขั้นตอนของพิธีการศุลกากรใบขนส่งสินค้าขาออกจะใช้ระยะเวลาไม่เกิน 15 นาที เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนดังกล่าวแล้ว ผู้ประกอบการส่งออกสามารถขนถ่ายสินค้าลงยังเรือสินค้าได้ ซึ่งภาพรวมของการส่งออกสินค้ายางพาราผ่านทางท่าเรือเชียงใหม่สามารถสรุปได้ดังรูปที่ 5.16



ที่มา ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าการส่งออก (2557)

รูปที่ 5.16 ขั้นตอนการส่งออกยางพารา



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย

หมายเหตุ: ระยะทางและระยะเวลาเป็นการประมาณการโดยเฉลี่ย จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย

รูปที่ 5.17 เส้นทางขนส่งผ่านเส้นทางคมนาคมทางบกและทางน้ำ จากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้

จากการศึกษาเส้นทางการขนส่งยางพาราผ่านด่านการค้าชายแดนในเส้นทางบก และทางน้ำ โดยผ่านเส้นทางสายเศรษฐกิจ R3A และ R3B รวมถึงการขนส่งทางน้ำ โดยผ่านท่าเรือเชียงแสน ซึ่งเป็นเส้นทางการขนส่งสินค้าที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะการขนส่งผัก ผลไม้ และสินค้าอื่นๆ จากไทยไปสู่คุนหมิง และกวางโจวของประเทศจีน รวมถึงการขนส่งยางพาราของไทยไปยังคุนหมิงประเทศจีน (ตอนใต้) เมื่อเปรียบเทียบการขนส่งของทั้ง 2 รูปแบบ คือเส้นทางบก และเส้นทางน้ำ พบว่าแต่ละเส้นทางของการขนส่งมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของระยะเวลา ระยะทาง ค่าใช้จ่าย รวมถึงปริมาณของสินค้าที่สามารถขนส่งได้ต่อเนื่อง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เส้นทางบก

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

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

เส้นทางน้ำ

เส้นทางการขนส่งทางน้ำ สามารถบรรทุกสินค้าได้ 80-150 ตันต่อเที่ยว ตามขนาดเรือขนส่ง และมีต้นทุนการขนส่งโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 100,000 -200,000 บาท ต่อเที่ยว ในระยะทาง 220 กิโลเมตร ซึ่งเป็นระยะทางการขนส่งโดยผ่านท่าเรือเชียงแสน-ท่าเรือกว๋นเหล่ย ใช้ระยะเวลาในการขนส่งโดยประมาณ 3 วัน นอกจากนี้ในการขนส่งทางน้ำไปยังประเทศจีนยังสามารถขนส่งผ่านท่าเรือเชียงแสน-จิ่งหง ในระยะทาง 300 กิโลเมตร และมีระยะเวลาในการขนส่งประมาณ 4 วัน และ ซึ่งในการขนส่งทางเรือสามารถบรรทุกยางพาราได้ในปริมาณมากกว่าการขนส่งทางรถ แต่อาจจะมี ความยากลำบากในการขนส่งผ่านเส้นทางเดินเรือในช่วงฤดูแล้งที่ปริมาณน้ำลดลงอาจจะทำให้ไม่สามารถขนส่งสินค้าได้ ทั้งนี้ในการเลือกเส้นทางการขนส่งของผู้ประกอบการอาจจะต้องเลือกใช้เส้นทางตามความเหมาะสมของปริมาณสินค้าที่ต้องการส่งในช่วงนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกเส้นทางที่เหมาะสมของการขนส่งสินค้า ซึ่งมีปัจจัยหลายด้านมาเกี่ยวข้องดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปเส้นทางที่เหมาะสมให้โดยการให้คะแนน ดังตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10 ปัจจัยในการคัดเลือกเส้นทางในการขนส่งสินค้าในเส้นทาง R3A และ แม่น้ำโขง

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

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

จะเห็นได้ว่าเส้นทาง R3A และเส้นทางขนส่งผ่านแม่น้ำโขงถือเป็นเส้นทางที่มีศักยภาพในการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) เส้นทางหลักสองเส้นทางนี้จะเป็นจุดที่สร้างความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามก็ทั้งสองเส้นทางก็ยังมีข้อจำกัดบางประการ อาทิ เส้นทางน้ำ (แม่น้ำโขง) ซึ่งจะมีปัญหาในช่วงฤดูแล้งที่ปริมาณน้ำน้อย ประกอบการทางการเงินไม่เปิดระบายน้ำจากเขื่อนของจีน ซึ่งถือเป็นต้นน้ำของแม่น้ำโขง ทำให้ไม่สามารถขนส่งสินค้าได้ตามปกติ ซึ่งประเด็นนี้ภาครัฐอาจจะต้องมีการหาข้อตกลงและทำความร่วมมือกับรัฐบาลจีนและประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงเพื่อแก้ไขปัญหา หรือข้อจำกัดในส่วนของการขนส่งทางบก R3A ที่ยังมีข้อจำกัดด้านกฎระเบียบและค่าใช้จ่ายที่ทางการ สปป.ลาว เรียกเก็บที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ซึ่งจะกระทบกับต้นทุนค่าขนส่ง ภาครัฐอาจจะต้องหาข้อตกลงร่วมกันระหว่างภาคี ไทย สปป.ลาว และจีน ในเรื่องของการพัฒนา Trade Facilitation ต่อไป

บทที่ 6

โอกาสและอุปสรรคการส่งออกยางพาราภาคเหนือของไทยไปยังตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)

บทนี้กล่าวถึงสถานการณ์ด้านการค้าและการลงทุนยางพาราของประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญซึ่งมีความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในภาคเหนือตอนบนของไทย ได้แก่ สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) โดยศึกษาถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนนโยบายการผลิตและการค้าปลูกรายพารา เพื่อให้เข้าใจถึงแนวโน้มการลงทุนและโอกาสทางการตลาดของยางพาราไทยในตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้) โดยมีรายละเอียดดังนี้

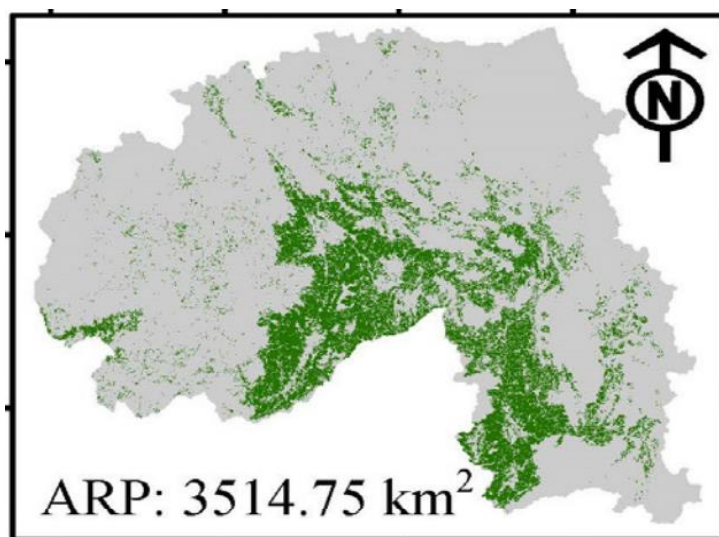
- 6.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)
- 6.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสปป.ลาว
- 6.3 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- 6.4 ไข่มุกค่างพาราภาคเหนือตอนบนของไทย (จังหวัดเชียงราย) เพื่อการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)
- 6.5 โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจยางพาราในเขต 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทย
- 6.6 การวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้)

6.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)

ประเทศจีนเริ่มมีการเพาะปลูกยางพาราตั้งแต่ปี 2447 ในมณฑลกว่างตุง (Guangdong) แต่มีการพัฒนาอย่างจริงจังในปี 2494 โดยขยายพื้นที่ปลูกยางพาราไปยังมณฑลไหหลำ (Hainan) รวมถึงมณฑลยูนนาน (Yunnan) และกวางสี (Guangxi) ทางตอนใต้ของประเทศ จากนั้นขยายไปสู่มณฑลฟุเจี้ยน (Fujian) ทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ โดยแหล่งปลูกยางที่สำคัญ คือ เกาะไหหลำ และ เขตสิบสองปันนา (Xishuangbanna Prefecture) ในมณฑลยูนนาน ปัจจุบันการปลูกยางในมณฑลกว่างตุงนั้นมีน้อยลง เพราะมีการปลูกพืชอื่นที่มีผลตอบแทนสูงกว่ามาทดแทน โดยจีนมีสัดส่วนการปลูกยางในมณฑลยูนนานประมาณ ร้อยละ 24 กว่างตุงประมาณ ร้อยละ 11.7 และเกาะไหหลำประมาณร้อยละ 6 (Asian International Rivers Center of Yunnan University, 2015)

พื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศจีนส่วนใหญ่อยู่ใน 2 มณฑล คือ ไหหลำ และยูนนาน โดยจากการศึกษาข้อมูลการผลิตยางพาราในมณฑลยูนนาน (จีนตอนใต้) พบว่าเมืองสิบสองปันนา มณฑลยูนนานมีพื้นที่เพาะปลูกยางพารามากที่สุด โดยมีเนื้อที่เพาะปลูกยางพาราประมาณ 3,514 ตารางกิโลเมตร (รูปที่ 6.1) ซึ่งการปลูกยางในเมืองสิบสองปันนาเพิ่มขึ้นอย่างมาก พื้นที่ร้อยละ 80 บนภูเขาใช้ไปสำหรับการปลูกยางพารา และชาผู่เออร์ ซึ่งรายได้ของภาคเกษตรกรรมส่วนใหญ่มาจากการทำยางพารา แต่ด้วยแนวโน้มความต้องการใช้ยางพาราของจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จีนจึงมีการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราในประเทศราวปีละ 2.6 แสนไร่ อีกรัฐบาลจีนมีนโยบาย

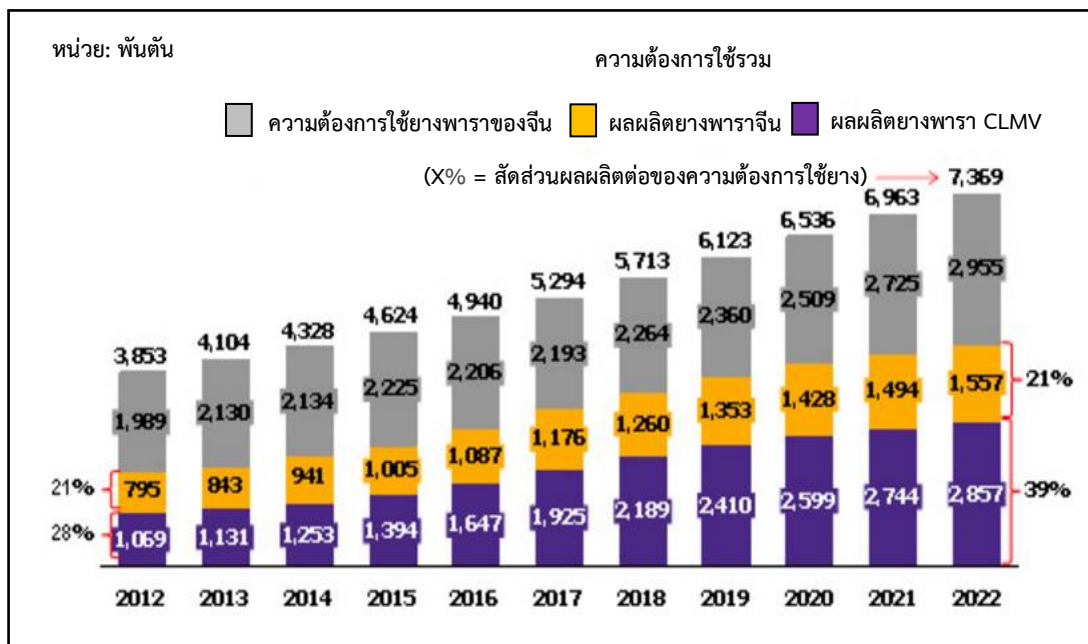
ในการส่งเสริมการขยายการลงทุนปลูกยางพาราไปยังประเทศเพื่อนบ้านใน CLMV ได้แก่ สปป.ลาว สหภาพเมียนมา เวียดนาม และกัมพูชา โดยมีพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นประมาณปีละ 1 ล้านไร่ ส่งผลให้ผลผลิตยางพาราเพิ่มขึ้นมากในปัจจุบัน



ที่มา Asian International Rivers Center of Yunnan University, 2015

รูปที่ 6.1 พื้นที่การเพาะปลูกยางในมณฑลยูนนาน (Yunnan) ประเทศจีน (ตอนใต้)

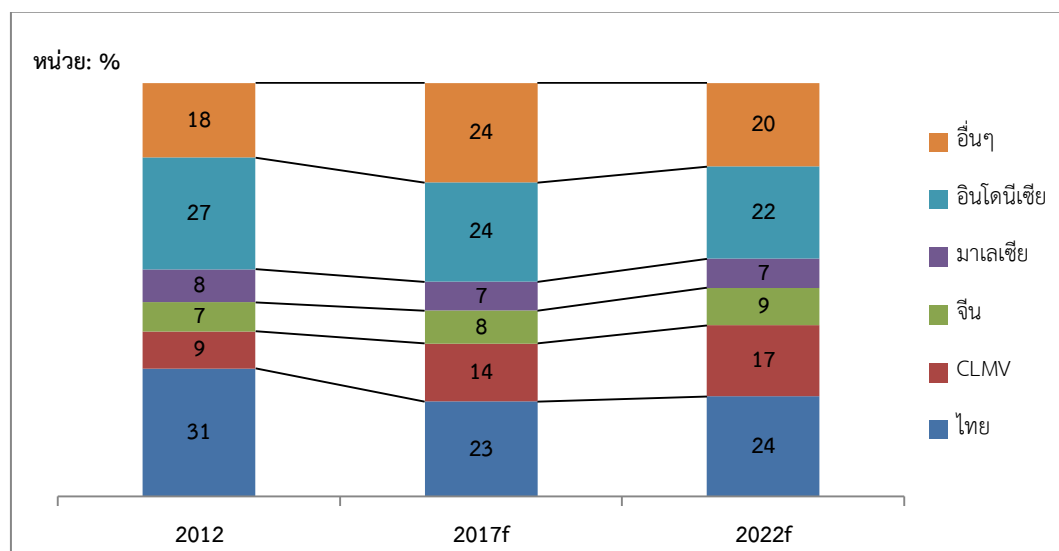
ประเทศจีนถือเป็นผู้ที่มีความต้องการใช้อยางพาราในปริมาณสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยร้อยละ 80 ของปริมาณยางพาราที่จีนใช้ภายในประเทศเป็นการยางพาราที่นำเข้าจากตลาดโลก การขยายตัวของเศรษฐกิจจีนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมถึงการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องของจีน ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้อยางพาราในปริมาณสูง ส่งผลให้ความต้องการใช้อยางพาราของจีนปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการใช้อยางเพิ่มขึ้นมาก โดยในปี 2554-2558 การใช้อยางของจีนเพิ่มขึ้นจาก 3.6 ล้านตันในปี 2554 เป็นเกือบ 5.0 ล้านตันในปี 2558 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 9 ต่อปี (รูปที่ 6.2)



ที่มา International rubber study group /IRSG, 2558

รูปที่ 6.2 ปริมาณความต้องการใช้อย่างพาราของจีนและผลผลิตยางพาราของประเทศไทยและประเทศ CLMV

จากการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราของจีน ยังส่งผลกระทบต่อความต้องการนำเข้ายางพาราของจีนในตลาดโลกและจากไทยไม่มากนักถึงแม้ในช่วงที่ผ่านมาจะมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศของจีน แต่พื้นที่ที่มีสภาพอากาศเหมาะสมกับการปลูกยางพารากลับมีค่อนข้างจำกัด ทำให้ผลผลิตยางพาราที่คาดว่าจะออกมาในช่วง 10 ปีข้างหน้า ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7-10 จากข้อมูลของ International rubber study group (IRSG) พบว่าผลผลิตยางพาราของจีนในปี 2022 จะอยู่ที่ราว 1.5 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ของความต้องการบริโภค ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อรวมผลผลิตยางพาราของกลุ่ม CLMV กับจีน ก็พบว่า ผลผลิตที่ได้ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคของจีนอีกเช่นเดียวกัน โดยคาดว่าจีนจะมีความต้องการนำเข้ายางพาราจากตลาดโลกมากกว่า 4 ล้านตัน ในปี 2022 ซึ่งมากกว่าปี 2012 ที่มีความต้องการนำเข้าเพียง 2 ล้านตัน (รูปที่ 6.2)



ที่มา จากการรวบรวมของผู้วิจัย โดยใช้ข้อมูลจาก International rubber study group /IRSG, 2558

รูปที่ 6.3 ส่วนแบ่งปริมาณผลผลิตยางพาราโลก

กลุ่มประเทศ CLMV เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมยางพารา การเร่งการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราของกลุ่มประเทศ CLMV ในช่วงปี 2006-2015 ทำให้ผลผลิตยางพาราในกลุ่มประเทศดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างมากซึ่งมีการคาดการณ์จาก IRSG ว่าในช่วงปี 2013-2019 ผลผลิตยางพาราของกลุ่ม CLMV จะเพิ่มขึ้นจาก 1.1 ล้านตันในปี 2012 เป็น 2.8 ล้านตันในปี 2022 ซึ่งผลผลิตที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว จะทำให้กลุ่ม CLMV มีส่วนแบ่งปริมาณผลผลิตยางพาราในโลกเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 9 ในปี 2012 เป็นร้อยละ 17 ในปี 2022 ในขณะที่ไทยจะมีส่วนแบ่งปริมาณผลผลิตในโลกลดลง จากร้อยละ 31 ในปี 2012 เป็นร้อยละ 24 ในปี 2022 (รูปที่ 6.3)

6.1.1 อัตราการนำเข้า-ส่งออกยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)

อัตราการส่งออกยางพาราของประเทศจีน ยังมีปริมาณการส่งออกที่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับอัตราการนำเข้ายางพาราของจีนสังเกตได้จากสถิติการส่งออกตั้งแต่ปี 2555 มีการส่งออกยางแผ่น 181,200 กิโลกรัม ยางแผ่นผึ่งแห้ง 955 กิโลกรัม และยางพาราอื่นๆ 30,606 กิโลกรัม รวมทั้งสิ้น 212,761 กิโลกรัม จนกระทั่งปี 2556-2558 ก็ลดอัตราการส่งออกเหลือเพียงแค่ส่งออกยางพาราอื่นๆ ซึ่งมีปริมาณการส่งออกที่ถือว่ายังน้อยอยู่เมื่อเทียบกับอัตราการนำเข้ายางพารา ของประเทศจีน เนื่องจากประเทศจีนมีความจำเป็นและต้องการยางพาราเป็นอย่างมากที่จะใช้ในสายการผลิตในอุตสาหกรรมมากกว่าที่จะเน้นการส่งออกให้กับประเทศคู่ค้าดังตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 สถิติแสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางพาราแต่ละชนิดของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ปริมาณ: กิโลกรัม

มูลค่า: บาท

ปี	ยางแผ่น (กิโลกรัม)	ยางแผ่นผึ่งแห้ง (กิโลกรัม)	ยางพาราอื่นๆ (กิโลกรัม)	รวม
2555				
ปริมาณ	181,200	955	30,606	212,761
มูลค่า	181,200	181,200	785,046	1,147,446
2556				
ปริมาณ	0	0	39	39
มูลค่า	0	0	152,802	152,802
2557				
ปริมาณ	0	0	40	40
มูลค่า	0	0	56,906	56,906
2558				
ปริมาณ	0	0	4,181	4,181
มูลค่า	0	0	260,417	260,417
รวม				
ปริมาณ	181,200	955	34,866	217,021
มูลค่า	181,200	181,200	1,255,171	1,617,571

ที่มา Rubber Intelligence Unit (RIU), 2558

หมายเหตุปี 2558 ปริมาณและมูลค่าในช่วงเดือน (มกราคม - สิงหาคม)

ตารางที่ 6.2 สถิติแสดงปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางพาราแต่ละชนิดของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ปริมาณ: กิโลกรัม

มูลค่า: บาท

ปี	ยางแผ่น รมควันชั้น 1	ยางแผ่น รมควัน ชั้น 2	ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3	ยางแผ่น รมควันชั้น 4	ยางแผ่น รมควันชั้น 5	ยางแผ่น แห้ง	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางพาราอื่นๆ ในลักษณะชั้น ปฐุม	อื่นๆ	รวม
2556											
ปริมาณ	2,204,004	447,360	273,352,919	180,000	0	173,059	0	287,078,308	11,748,816	42,016,547	617,201,013
มูลค่า	148,271,301	4,1042,587	23,036,987,401	13,861,102	0	14,778,924	0	15,796,790,274	822,569,716	42,016,547	39,916,317,852
2557											
ปริมาณ	1,681,406	278,400	207,418,468	301,600	0	158,600	4	328,123,631	9,753,719	1,517,371	549,233,199
มูลค่า	110,223,353	15,296,756	13,884,822,793	20,495,660	0	11,680,413	640	14,284,389,460	552,337,145	1,517,371	28,880,763,591
2558											
ปริมาณ	613,932	0	80,530,114	80,000	201,600	154,800	0	168,897,727	5,267,654	913,058	256,658,885
มูลค่า	36,956,939	0	4,523,498,370	4,518,772	9,811,164	9,414,748	0	6,087,519,515	208,930,003	913,058	10,881,562,569
รวม											
ปริมาณ	4,499,342	725,760	561,301,501	561,600	201,600	486,459	4	784,099,666	26,770,189	44,446,976	1,423,093,097
มูลค่า	295,451,593	56,339,343	41,445,308,564	38,875,534	9,811,164	35,874,085	640	36,168,699,249	1,583,836,864	44,446,976	79,678,644,012

ที่มา Rubber Intelligence Unit (RIU), 2558หมายเหตุ ปี 2558 ปริมาณและมูลค่าในช่วงเดือน (มกราคม-สิงหาคม)

ทั้งนี้จากสถิติการนำเข้ายางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นมีปริมาณการนำเข้าที่มากกว่าการส่งออก โดยการนำเข้าของน้ำยางชั้นนั้นมากเป็นอันดับแรกซึ่งมีปริมาณรวมตั้งแต่ปี 2556-2558 คือ 784,099,666 กิโลกรัม รองลงมาคือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 และอื่นๆ ตามลำดับ โดยมีปริมาณการนำเข้าคือ 561,301,501 กิโลกรัม และ 44,446,976 กิโลกรัม ตามลำดับ (ดังตารางที่ 6.2)

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตของประเทศไทย คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทยางล้อ และชิ้นส่วนยางในอุตสาหกรรมยานยนต์ รัฐบาลจีนได้กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ โดยปี 2556 มีปริมาณผลิตรถสูงถึง 19 ล้านคัน และยางล้อเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของรถยนต์จึงมีการนำเข้ายางเพื่อผลิตเป็นยางล้อ และส่งขายผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกประเทศจีนมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางทั้งสิ้น 19,243 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีการส่งออกยางล้อมากที่สุด คือ 17,010 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88 รองลงมาคือสายพาน หลอดและท่อ ถุงมือยาง และถุงยางอนามัย ตามลำดับ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2557)



รูปที่ 6.4 โรงงานแปรรูปยางพาราประเทศจีน

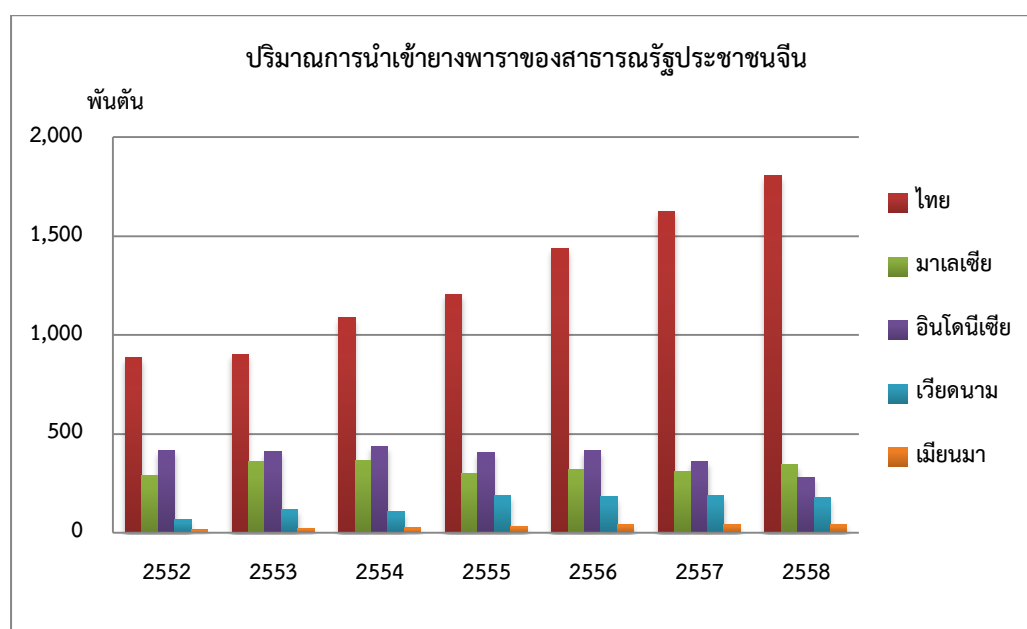
จากนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในด้านต่างๆ เพื่อรองรับเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาการค้าและการลงทุนของจีนในประเทศอาเซียน รวมถึงการพัฒนาและเชื่อมโยงระบบคมนาคมเพื่อดำเนินการขนส่งสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียนได้สะดวกและรวดเร็ว ปัจจุบันเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน มีทางด่วนเชื่อมระหว่างประเทศมากถึง 4 เส้นทางการใช้งาน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน อีกทั้งความได้เปรียบทางยุทธศาสตร์ของภูมิภาคเหนือของประเทศไทย รวมถึงการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ทั้งทางถนน ทางน้ำ และระบบรางเพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางภูมิภาค ตลอดจนความร่วมมือระหว่างองค์กรเอกชน และความสัมพันธ์ที่ดีของผู้ประกอบการ ไทย-จีน ส่งผลให้การค้าชายแดนระหว่างภาคเหนือของไทย และประเทศจีนตอนใต้มีโอกาสเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องส่งผลให้การนำเข้ายางพาราของจีนทำได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 6.3 ปริมาณการนำเข้ายางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน

หน่วย: ตัน

ประเทศ	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	สัดส่วน (ร้อยละ)
ไทย	886,359	901,437	1,088,752	1,206,744	1,437,896	1,627,099	1,806,288	59
มาเลเซีย	291,271	358,640	367,428	298,902	320,402	310,532	344,705	15
อินโดนีเซีย	418,334	412,921	437,873	404,300	416,980	361,944	279,569	18
เวียดนาม	65,218	117,246	108,467	187,566	181,406	187,294	178,158	7
เมียนมา	14,651	23,833	24,861	34,488	43,959	43,261	41,466	1

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูล Global Trade Atlas, 2558



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูล Global Trade Atlas, 2558

รูปที่ 6.5 ปริมาณการนำเข้ายางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน

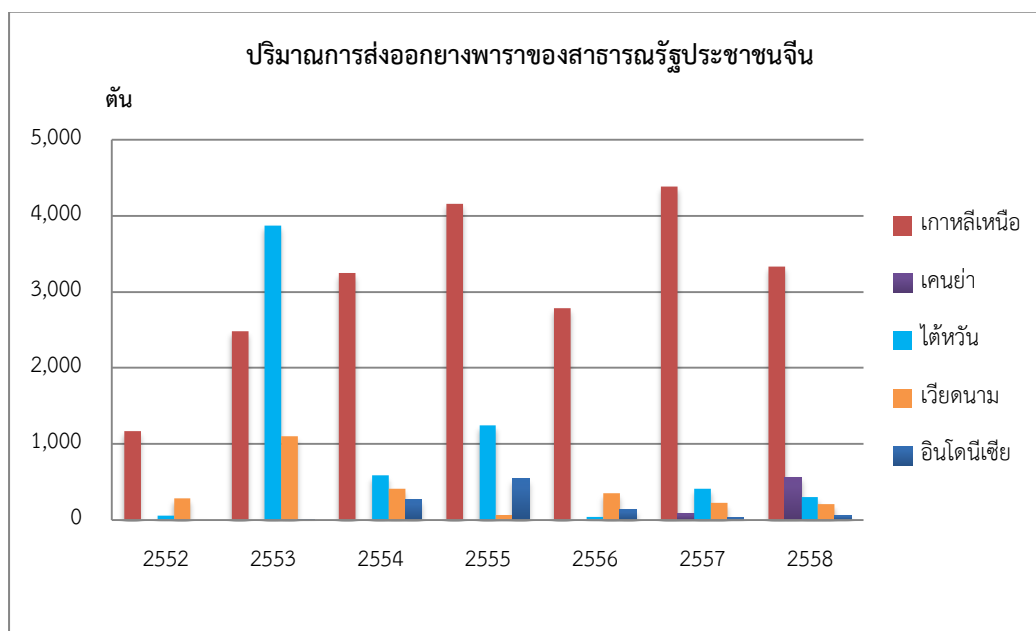
ในส่วนของการนำเข้ายางพาราของจีนนั้น พบว่า ในปี 2552 ถึงปี 2558 ประเทศจีนมีการนำเข้าจากประเทศไทยเป็นอันดับ 1 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 15 และอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 18 ซึ่งจากปริมาณการนำเข้าของประเทศไทยจากประเทศจีนนั้นแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 6.3 และ รูปที่ 6.5) เป็นผลมาจากปริมาณความต้องการยางพาราเพื่อใช้ในประเทศยังไม่เพียงพออีกทั้งในประเทศจีนมีการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวกับยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพิ่มขึ้น จึงคาดว่าจะมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ตารางที่ 6.4 ปริมาณการส่งออกยางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน

หน่วย: ตัน

ประเทศ	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	สัดส่วน (ร้อยละ)
เกาหลีเหนือ	1,168	2,479	3,241	4,154	2,781	4,380	3,329	67
เคนย่า	-	-	-	-	-	83	555	2
ไต้หวัน	50	3,866	580	1,241	40	408	296	20
เวียดนาม	279	1,096	409	58	345	218	204	8
อินโดนีเซีย	-	2	262	536	132	30	60	3

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูล Global Trade Atlas, 2558



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูล Global Trade Atlas, 2558

รูปที่ 6.6 ปริมาณการส่งออกยางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน

การส่งออกยางพาราของประเทศจีนมีปริมาณน้อยมาก ในปี 2558 มีปริมาณการส่งออกไปยังประเทศเกาหลีเหนือมากที่สุด จำนวน 3,329 ตัน รองลงมาคือ เกาหลีใต้ และไต้หวัน ซึ่งมีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 555 ตัน และ 296 ตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 6.4 และ รูปที่ 6.6) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการส่งออกยางพาราของจีนนั้นมีปริมาณที่น้อยมาก หรือเรียกได้ว่าแทบจะไม่มีการส่งออกเลย เนื่องจากประเทศจีนมีความต้องการใช้ยางพาราในปริมาณมาก ประกอบกับผลผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้งานอยู่แล้วจึงต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นส่วนใหญ่

ปัจจุบันนักลงทุนของจีนมีการขยายพื้นที่ลงทุนการปลูกยางพาราไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สปป.ลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา เพื่อทำการผลิต รวมถึงแปรรูปในขั้นต้น และทำการส่งออกผลผลิตกลับเข้าไปยังประเทศจีน ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของจีนในประเทศ สปป.ลาว และเมียนมา พบว่า การลงทุนในอุตสาหกรรมยางพารา ทั้งด้านการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเข้าไปลงทุนโดยใช้ระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract farming) นอกจากนี้ยังมีการเข้าไปลงทุนตั้งโรงงานแปรรูปยางพาราขั้นต้น (ยางแผ่น ยางแท่ง) ซึ่งมีการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราประเภทต่างๆ ตามมาตรฐานของจีน ได้แก่ SCR10 SCR20 เป็นต้น (รูป 6.7 และ 6.8)



รูปที่ 6.7 รูปแบบผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูป (SCR 20)



รูปที่ 6.8 รูปแบบผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูป (SCR 10) และ (SCR WF)



รูปที่ 6.9 โรงงานแปรรูปของนักธุรกิจจีนในเมืองสิบสองปันนา มลฑลยูนนาน

6.1.2 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเทศจีนมีนโยบายสนับสนุนจากทางภาครัฐมีการลงทุนขยายสวนยางพาราทางตอนใต้ของประเทศ และมีการส่งเสริมเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม) เพื่อให้ผลผลิตมีเพียงพอต่อความต้องการของตลาด แม้ว่านโยบายการส่งเสริมของการพื้นที่เพาะปลูกทั้งในและต่างประเทศจากทางรัฐบาลจีนจะมีเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์ก็มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ปริมาณผลผลิตที่ได้ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ ประเทศจีนจึงมีการนำเข้ายางพาราเพิ่มเติมจากต่างประเทศเพื่อให้เพียงพอต่อการใช้งานภายในประเทศอย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจีน รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของไทยในมณฑลยูนนาน (รูปที่ 10) และจากการศึกษาสามารถสรุปประเด็นนโยบายยางพาราต่างๆ ออกได้ดังนี้ (ตารางที่ 6.5)



รูปที่ 6.10 การเข้าสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองคุนหมิง

ตารางที่ 6.5 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐ ประชาชนจีน

นโยบาย/ มาตรการ	ประเทศจีน	ผลกระทบที่มีต่อไทย
นโยบาย ภาครัฐ	นโยบายการส่งออกยางพาราของภาครัฐ	- เวลาที่จีนชะลอการนำเข้ายางพาราจากไทย จะมีผลกระทบต่อการส่งออกของไทย ซึ่งจะทำให้ราคายางพาราลดลง
	นโยบายภาษีศุลกากรในการนำเข้า - ภายในโควตาเสียภาษี ร้อยละ 20 - นอกเหนือจากโควตาเสียภาษีนำเข้า ร้อยละ 25 (อัตราภาษีทั่วไปที่เรียกเก็บร้อยละ 40) ผู้ประกอบการยางพาราแปรรูปเพื่อการส่งออกเสียภาษีนำเข้ายางพาราอัตราร้อยละ 0	- ผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีโควตาการส่งออกจะมีผลกระทบเนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น
	- นโยบายการคืนภาษีส่งออก - ปัจจุบันอัตราการคืนภาษีส่งออกยางพาราและอุตสาหกรรมยางพารามีอัตราร้อยละ 13 ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างกำไรและช่วยให้อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของจีนมีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด	- ไม่มีผลกระทบ
	นโยบายกีดกันทางการค้า - สินค้ายางพาราบางประเภท ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อ (ยางรถยนต์นั่ง ยางรถบัส และยางรถบรรทุก) และถุงยางอนามัย รัฐบาลจีนกำหนดให้การนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้นจะต้องผ่านเครื่องหมายรับรอง CCC Mark (China Compulsory Certification) จากคณะกรรมการ CNCA	- ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยไม่ได้ได้รับความสะดวกเนื่องจากมีขั้นตอนกระบวนการที่ใช้เวลานาน มีการตรวจสอบองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์รวมทั้งส่วนผสม
	นโยบายการกระตุ้นการบริโภค - โดยมีการกระตุ้นให้ใช้ยางพาราในประเทศครั้งใหญ่หลังจากที่คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบให้มีแผนการผลิตรถยนต์โดยได้มีการลดอัตราภาษีการซื้อรถยนต์เหลือร้อยละ 5 (รถยนต์โดยสารขนาดเล็กกว่า 1,600 ซีซี)	- มีผลกระทบต่อความต้องการและระดับราคาการรับซื้อยางพาราจากจีน

นโยบาย/ มาตรการ	ประเทศจีน	ผลกระทบที่มีต่อไทย
กฎระเบียบ การนำเข้า ข้อ กำหนดการ นำเข้า ยางพารา	- การนำเข้ายางพาราเพื่อใช้ภายในประเทศ สำนักงานคณะกรรมการวางแผนพัฒนาแห่งชาติจีน (State Development Planning Commission) เป็นผู้กำหนดการนำเข้ายางพาราเพื่อใช้ ภายในประเทศ โดยพิจารณาจากปริมาณการผลิต และความต้องการใช้ยางพาราในประเทศ ทั้งนี้ผู้ที่ ต้องการนำเข้าต้องขออนุญาตนำเข้าจากรัฐบาลจีน และต้องเสียภาษีนำเข้าตามอัตราที่กำหนด	- เมื่อจีนมีการชะลอการนำเข้ายางพารา จะมีผลกระทบต่อการส่งออกของ ประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ราคายางพารา ลดลง
	- การนำเข้ายางพารามาเพื่อผลิตส่งออก สามารถ นำเข้าได้เสรี โดยไม่มีการจำกัดปริมาณนำเข้า แต่ ต้องเสียภาษีนำเข้าตามอัตราที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกที่นำเข้ายางพาราสามารถขอคืนภาษี นำเข้าได้อีกด้วย	- มีผลกระทบเล็กน้อยเนื่องจากจีนไม่มี การจำกัดปริมาณการนำเข้าและถึงแม้ จะมีการเก็บภาษีการนำเข้าแต่สามารถ ทำเรื่องคืนภาษีได้
อัตรากา นำเข้า ยางพารา	- รัฐบาลจีนเรียกเก็บภาษีนำเข้าแตกต่างกันตาม ประเภทของยางพารา โดยกรณีหากเป็นการนำเข้า ยางพาราธรรมชาตินั้น จีนกำหนดเก็บภาษีนำเข้า เฉลี่ยร้อยละ 20 ของมูลค่าราคานำเข้า	- ทำให้ไทยไม่สามารถส่งออกยางพารา ธรรมชาติไปจีนได้ เนื่องจากข้อกำหนด ภาษีนำเข้ามีมูลค่าสูง
	- นอกจากภาษีนำเข้าแล้ว รัฐบาลจีนโดยสำนักงาน สรรพากรจีน ยังกำหนดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับสินค้ายางดิบ ยางแผ่นรมควัน และ ผลิตภัณฑ์ยางในอัตรา ร้อยละ 13-17 ของราคา นำเข้าสินค้าขึ้นอยู่กับลักษณะและพิกัดสินค้า	- ผู้ส่งออกของไทยมีค่าใช้จ่ายในการ ส่งออกที่เพิ่มขึ้น

ที่มา ประยุกต์โดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูลของ Rubber Intelligence Unit (RIU) และ สถิติการค้าการส่งออก
ยางพารา, 2558

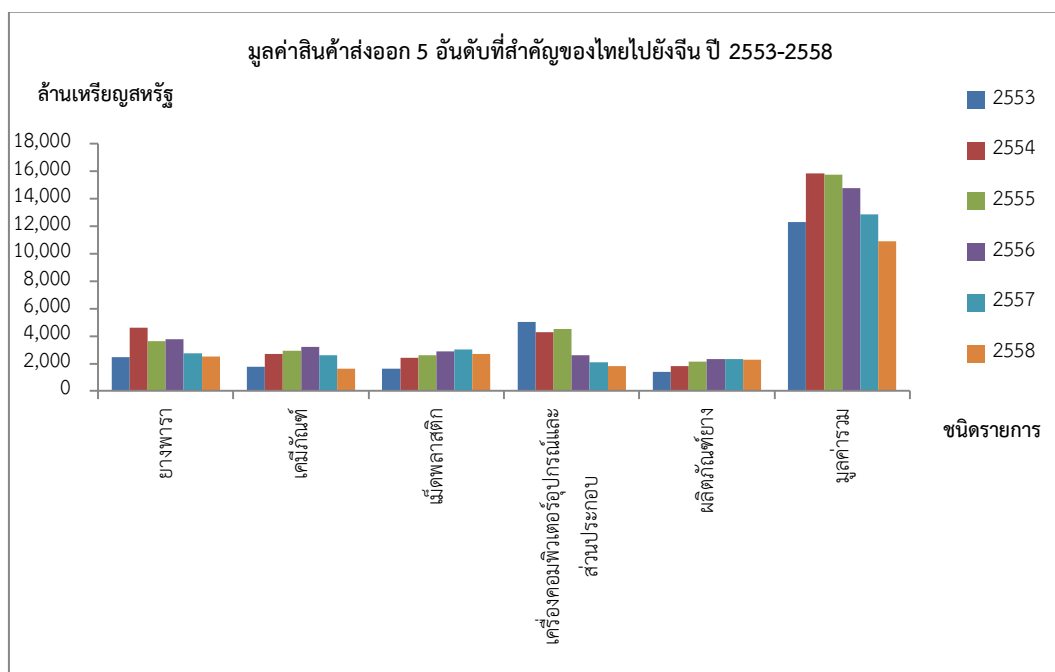
6.1.3 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)

ตั้งแต่ ปี 2553 ยางพาราถือเป็นสินค้าอันดับ 1 ในการส่งออกของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ยาง (ตารางที่ 6.6 และ รูปที่ 6.11) ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องของจีน อาทิ โรงงานประกอบยานยนต์ โรงงานผลิตล้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น รวมถึงมีการขยายตัวในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าและผลิตภัณฑ์ยางพารา อาทิ ถุงมือ รองเท้า เป็นต้น จึงถือเป็นโอกาสของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยในการส่งออกยางพาราไปยังตลาดจีน โดยเฉพาะจีนตอนใต้ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงด้วยเส้นทางสายเศรษฐกิจ R3A R3B และแม่น้ำโขง อีกด้วย

ตารางที่ 6.6 มูลค่าสินค้าส่งออก 5 อันดับ ที่สำคัญของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนปี 2553-2558

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ							
ที่	รายการ	2553	2554	2555	2556	2557	2558
1	ยางพารา	2,446.3	4,613.8	3,612.9	3,768.4	2,752.9	2,498.5
2	เคมีภัณฑ์	1,790.4	2,681.4	2,916.4	3,198.2	2,628.7	1,636.5
3	เม็ดพลาสติก	1,631.5	2,440.8	2,587.0	2,871.0	3,041.0	2,717.0
4	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	5,036.7	4,299.1	4,501.2	2,631.1	2,099.6	1,807.1
5	ผลิตภัณฑ์ยาง	1,412.0	1,795.4	2,120.0	2,318.4	2,330.8	2,271.4
มูลค่ารวม		12,316.9	15,830.5	15,737.5	14,787.1	12,853.0	10,930.5

ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2558



ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2558

รูปที่ 6.11 มูลค่าสินค้าส่งออก 5 อันดับ ที่สำคัญของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ปี 2553-2558

แม้ไทยจะเป็นผู้ส่งออกยางพาราอันดับ 1 ของโลก แต่ในช่วงที่ผ่านมามูลค่าสินค้าส่งออกยางพาราของไทยอ่อนตัวลงต่อเนื่อง จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวชัดเจนโดยเฉพาะคู่ค้าหลักของไทยอย่างจีน ทำให้ไทยต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การค้ายางพาราโลกมากขึ้น ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา เช่น หมอนยางพารา ถุงมือยางพารา รองเท้า เป็นต้น ที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบนับเป็นทางเลือกที่จะทำให้ไทยมีจุดแข็งเพื่อลดการพึ่งพาตลาดต่างประเทศในการส่งออกยางในรูปแบบวัตถุดิบยางขึ้นต้น ท่ามกลางสถานการณ์ที่ปัจจัยด้านราคายังคงมีความผันผวน นอกจากนี้ การดำเนินนโยบายเพื่อดูแลราคาในประเทศอย่างยั่งยืนก็มีความสำคัญ จึงควรต้องคำนึงถึงผลที่จะตามมาต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งสายการผลิต ในปี 2558 ไทยมีมูลค่าการส่งออกยางพาราไปยังจีนอยู่ที่ 2,498.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐบันทึกการหดตัวร้อยละ 9.24 หรือคิดเป็นมูลค่าราว 87,447.5 ล้านบาท

ในระยะถัดไป ไทยควรรักษาข้อได้เปรียบด้านผลผลิตต่อไร่ที่อยู่ในเกณฑ์ดี คุณภาพยางเป็นที่ยอมรับของตลาด ขณะที่ไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญ และยังคงจับตาประเทศคู่แข่งรายใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV ที่มีการพัฒนาการผลิตยางพาราเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพารา ทั้งนี้ ก็เพื่อให้ไทยสามารถรักษาความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้จากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดจีนตอนใต้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญที่ถือเป็นโอกาสและความท้าทายของอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราไปยังตลาดจีนตอนใต้ ได้ดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 6.7)

ตารางที่ 6.7 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)

โอกาส	อุปสรรค
ปัจจัยด้านการผลิต	
- ประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่จะสามารถผลิตน้ำยางธรรมชาติที่ได้มาตรฐานตามความต้องการของประเทศจีน - ผลผลิตที่มีความหลากหลายสามารถส่งเข้าอุตสาหกรรมการผลิตได้ตามช่องทางความต้องการของจีน เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครฟเป็นต้น	- ต้นทุนการผลิตยางแท่งของไทยมีต้นทุนสูง เนื่องจากไทยใช้ยางแผ่นดิบเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตในขณะที่ประเทศคู่แข่งใช้น้ำยางสด หรือยางก้อนถ้วย ซึ่งมีกรรมวิธีในการผลิตสั้นและต้นทุนต่ำกว่าไทย - การขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกของประเทศต่างๆ เช่น สปป.ลาว เมียนมา เป็นต้น ที่จีนได้เข้ามาลงทุน อาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตในตลาด และอาจส่งผลกระทบต่อเกษตรกรชาวสวนยางและเศรษฐกิจโดยรวมของไทย - ผู้ผลิตยางรถยนต์พยายามคิดค้นเทคโนโลยีการพัฒนายางสังเคราะห์ให้มีคุณสมบัติทดแทนยางธรรมชาติได้มากขึ้น เนื่องจากยางธรรมชาติมีความผันผวนสูงกว่าราคายางสังเคราะห์มาก
ปัจจัยด้านการตลาด	
- การบริการลูกค้าในจีนได้ค่อนข้างมีการตอบรับที่ดีและมีความสัมพันธ์ที่ดียาวนานกับลูกค้าในท้องถิ่นจีน ทำให้มีความน่าเชื่อถือเข้าใจความต้องการของลูกค้า - ผู้ประกอบการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากประเทศคู่ค้า - แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมของจีนทำให้การส่งออกยางพาราของไทยมีมากขึ้น หรือมีช่องทางในการสร้างตลาดได้มากขึ้น	- ราคายางมีความผันผวนสูง ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยพื้นฐานด้านอุปสงค์และอุปทานรวมถึงการเก็งกำไรในตลาดซื้อขายล่วงหน้า - คู่แข่งเพิ่มมากขึ้นจากการที่ประเทศจีนมีการสนับสนุนให้ปลูกในประเทศกลุ่ม CLMV
ปัจจัยด้านนโยบายการค้า	
- มีการสนับสนุนการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการส่งเสริมธุรกิจยางพาราขนาดกลาง และขนาดย่อมมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสในการที่จะขยายการผลิตและการแปรรูปยางเพื่อการส่งออกได้มากขึ้น	- รัฐบาลจีนมีการส่งเสริมการปลูกยางพาราในประเทศและลงทุนไปยังประเทศกลุ่ม CLMV ส่งผลให้ในอนาคตความต้องการหรือการสั่งซื้อการยางพาราของไทยน้อยลง

6.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสหภาพเมียนมา

6.2.1 สภาพเศรษฐกิจและสังคมของสหภาพเมียนมา



รูปที่ 6.12 ข้อมูลพื้นฐานของสหภาพเมียนมา

ที่ตั้ง	สหภาพเมียนมาตั้งอยู่ทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ระหว่างที่ราบสูงทิเบตและคาบสมุทรมาเลเซีย - ทิศเหนือ ติดต่อกับประเทศทิเบต และสาธารณรัฐประชาชนจีน - ทิศตะวันออก ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาชนจีน สปป.ลาว และประเทศไทย - ทิศใต้ ติดต่อกับทะเลอันดามัน และอ่าวเบงกอล - ทิศตะวันตก ติดต่อกับอ่าวเบงกอล และประเทศบังกลาเทศ
พื้นที่	677,000 ตารางกิโลเมตร
ประชากร	66.3 ล้านคน (พ.ศ.2557)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)	64.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ (พ.ศ.2557)
อัตราการเจริญเติบโตที่แท้จริงของ GDP	อัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.7 ต่อปี
ท่าเรือที่สำคัญ	ท่าเรือย่างกุ้ง ท่าเรือทวายท่าเรือสทูลย (ท่าเรือไม่ทางการ)

การค้าชายแดน (ด้านที่สำคัญ)	ด้านศุลกากรบ้านห้วยผึ้ง (แม่ฮ่องสอน), ด้านศุลกากรแม่สาย (เชียงราย), ด้านศุลกากรเชียงดาว (เชียงใหม่), ด้านศุลกากรสังขละบุรี (กาญจนบุรี), ด้านศุลกากรบ้านสิงขร (ประจวบคีรีขันธ์), ด้านศุลกากรระนอง (ระนอง) และ ด้านศุลกากรแม่สอด (ตาก)
ปริมาณความต้องการใช้ ยางพารา	ปริมาณความต้องการใช้ยางพาราของสหภาพเมียนมาประมาณ 10,000 ตันต่อปี

ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากหลายแหล่งข้อมูล, 2558

ปัจจุบันสหภาพเมียนมาถือเป็นประเทศที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก (ตารางที่ 6.8) ได้รับความสนใจจากนักลงทุนชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรม ประกอบกับการลดลงของหลักเกณฑ์การลงทุนจากต่างประเทศได้ดึงดูดนักลงทุนจำนวนมากให้มาตั้งฐานการผลิตและขอสัมปทานในสหภาพเมียนมา จากการศึกษาพบว่า พื้นที่ปลูกยางพาราของเมียนมาในปี 2558 มีอยู่กว่า 3.5 ล้านไร่ โดยพื้นที่ที่สำคัญในการเพาะปลูกยางพาราของสหภาพเมียนมาได้แก่ รัฐมอญ รัฐกะเหรี่ยง และเขตตะนาวศรี อีกทั้งยังมีการผลิตในคราย่างกุ้งและเมืองพะโค จากรายงานของกระทรวงเกษตรของสหภาพเมียนมา ระบุว่า สหภาพเมียนมาสามารถผลิตยางพาราได้ราว 200,000 ตันต่อปี ขณะที่ความต้องการในประเทศอยู่ราว 10,000 ตันต่อปี

ตารางที่ 6.8 ข้อมูลด้านดัชนีชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์มหภาคของสหภาพเมียนมา

ดัชนีชี้วัด	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
GDP							
(พันล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ)	31.367	35.225	45.38	51.925	54.416	59.017	64.33
อัตราเงินเฟ้อ	22.50	8.17	8.17	4.24	5.77	6.31	6.6
ประชากร	51,174,018	51,540,490	51,931,231	52,350,763	52,797,319	53,259,018	53,897,154
GDP ต่อหัว (ดอลลาร์สหรัฐฯ)	533.54	587.27	741.66	831.91	854.63	908.63	1,203.80
มูลค่าส่งออก							
(ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ)	6,277.01	5,912.78	6,454.18	8,317.09	8,266.88	10,432.33	12,513.65
มูลค่าการนำเข้า							
(ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ)	6,976.49	7,080.93	9,943.22	13,693.56	17,035.39	20,433.10	22,544.90

ที่มา รวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยจากฐานข้อมูลจาก International Monetary Fund, 2558

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองภายในสหภาพเมียนมา ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการผลักดันด้านเศรษฐกิจภายใน พร้อมทั้งสนับสนุนให้ต่างชาติเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการค้าและการลงทุนภายในประเทศ ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกยกเลิกมาตรการคว่ำบาตร และหันเข้ามาหาแหล่งลงทุนในสหภาพเมียนมามากขึ้น ในภาคเศรษฐกิจและการค้ามีการคาดการณ์ว่าจะมีรายได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

และภาคการท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับนักลงทุนต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยเพื่อมองหาช่องทางการลงทุน

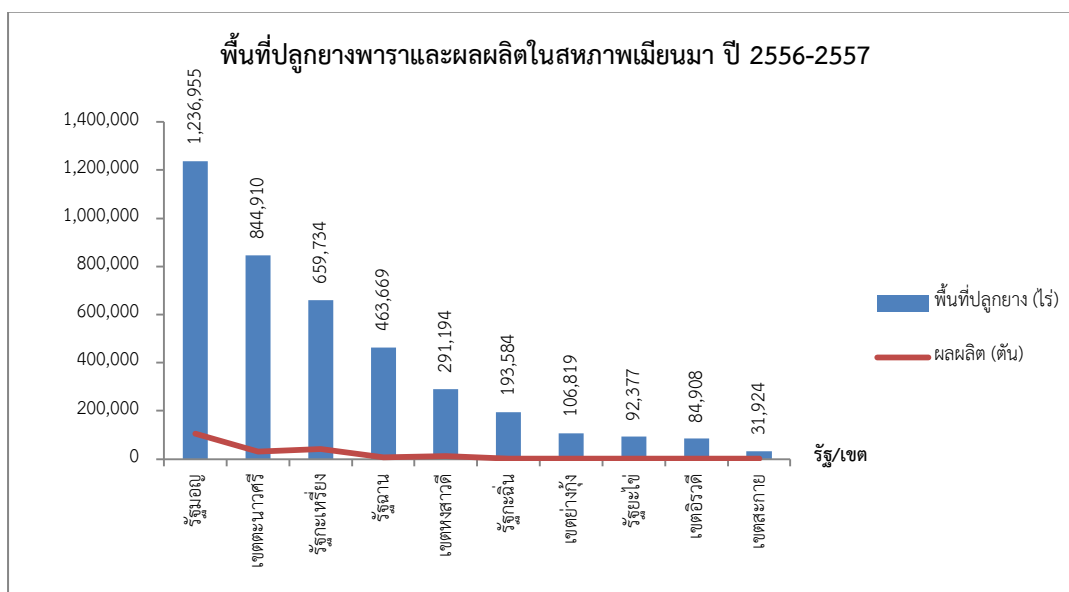
ด้านภาคเกษตรกรรมในสหภาพเมียนมามีการชะลอตัวทางด้านเศรษฐกิจเนื่องด้วยผลกระทบจากหลายปัจจัย อาทิ ภัยพิบัติธรรมชาติ ส่งผลให้การผลิตทางด้านเกษตรกรรมได้รับผลกระทบด้านการผลิตและมีผลผลิตเพื่อการส่งออกที่ลดลง การส่งออกผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรจึงมีมูลค่าการส่งออกที่ลดลง

ด้านอุตสาหกรรมมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเนื่องจากการร่วมลงทุนจากต่างชาติและวัตถุดิบธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ส่งผลให้ สหภาพเมียนมามีการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมเพื่อรองรับการผลิตให้มีความเพียงพอต่อความต้องการการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น

อย่างไรก็ตามภาพรวมทางสภาพเศรษฐกิจของสหภาพเมียนมามีทิศทางดีขึ้น เนื่องจากการปรับเปลี่ยนด้านต่างๆภายในประเทศ อาทิ ปรับเปลี่ยนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของรัฐให้มีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริง ปรับปรุงกฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ ปรับปรุงกฎระเบียบนโยบายให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน จากข้อมูลรายงานเศรษฐกิจการเงินคาดว่า เศรษฐกิจของสหภาพเมียนมาจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

6.2.2 สถานการณ์ยางพาราในสหภาพเมียนมา

สหภาพเมียนมาเป็นอีกประเทศที่นักลงทุนต่างชาติเริ่มสนใจ เนื่องจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยในการปลูก ประกอบกันกับการลดลงของหลักเกณฑ์การลงทุนจากต่างประเทศได้ดึงดูดนักลงทุนมากมายให้มาตั้งฐานการผลิตและขอสัมปทานในสหภาพเมียนมา โดยพื้นที่ปลูกยางพาราของสหภาพเมียนมาในปี 2558 มีอยู่กว่า 3.5 ล้านไร่ (รูป 6.13)



ที่มา ศูนย์บริการข้อมูลประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Information Center), กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2558

รูปที่ 6.13 พื้นที่ปลูกยางพาราในสหภาพเมียนมา

พื้นที่การเพาะปลูกทางเกษตรกรรมของสหภาพเมียนมาจะขึ้นอยู่กับภูมิประเทศของแต่ละพื้นที่ โดยในแต่ละพื้นที่จะมีชนิดของพืชที่เพาะปลูกแตกต่างกัน อาทิ ทางตอนเหนือของสหภาพเมียนมาเป็นภูมิประเทศแบบเชิงเขา ส่วนมากเป็นผักผลไม้เมืองหนาว ชา และกาแฟ พื้นที่ทางตอนกลางและล่างของประเทศเป็นพื้นที่ราบ พืชผลทางเกษตรกรรมส่วนใหญ่ได้แก่ ข้าว พริก หอม ข้าวโพด ปาล์มน้ำมัน ยางพารา อ้อย และยาสูบ เป็นต้น

โดยสหภาพเมียนมามีพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การปลูกยางพาราในหลายพื้นที่ เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลให้ในปัจจุบันสหภาพเมียนมามีการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราในทุกภูมิภาคของประเทศโดยมีการเปิดสัมปทานให้นักลงทุนต่างประกาศเข้าไปเช่าพื้นที่เพื่อปลูกพืชทางการเกษตร โดยเฉพาะบริเวณเขตพื้นที่ตะนาวศรีหรือพื้นที่ทางตอนใต้ของเมียนมา ได้มีการเปิดประเทศให้นักลงทุนต่างชาติที่สนใจทำการเพาะปลูกเข้าไปปลูกยางพาราในโซนที่กำหนดไว้จากภาพที่ 6.13 พื้นที่ปลูกยางพาราในสหภาพเมียนมาส่วนใหญ่มีการเพาะปลูกยางพารามากที่สุดทางตอนใต้ของสหภาพเมียนมา ได้แก่ รัฐมอญ เขตตะนาวศรี และรัฐกะเหรี่ยง ซึ่งรัฐมอญนั้นมีพื้นที่การเพาะปลูกมากที่สุดประมาณ 1,236,955 ไร่ รองลงมา คือ เขตตะนาวศรี 844,910 ไร่ และรัฐกะเหรี่ยง 659,734 ไร่ ตามลำดับ การที่พื้นที่เหล่านี้มีการปลูกมากกว่าพื้นที่อื่นๆ เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของดินและปริมาณน้ำฝนที่มีมากกว่าพื้นที่อื่นๆ ซึ่งตลาดกลางยางพาราแห่งแรกของสหภาพเมียนมาอยู่ที่เมืองมะละแหม่ง ซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐมอญ (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในสหภาพเมียนมา, 2558)

6.2.3 การนำเข้า ส่งออกยางพาราในสหภาพเมียนมา

สหภาพเมียนมาเป็นประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ จึงมีการนำเข้ายางธรรมชาติจากประเทศไทยในปริมาณที่ไม่มาก โดยในปี 2557 มีการนำเข้าอยู่ที่ 1,252,800 กิโลกรัม คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 และน้ำยางข้น โดยรวมมูลค่า ปี 2557 อยู่ที่ 82,354,402 ล้านบาท (ตารางที่ 6.9) และในปี 2558 มีเพียงการนำเข้า น้ำยางข้น ประมาณ 32,800 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าประมาณ 1.30 ล้านบาท

ตารางที่ 6.9 สถิติการนำเข้ายางพาราของสหภาพเมียนมา

ปริมาณ: กิโลกรัม						
มูลค่า: บาท						
ปริมาณ	ยางแผ่นรมควัน ชั้น 1	ยางแผ่นรมควัน ชั้น 2	ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3	น้ำยางข้น	อื่น ๆ	รวม
2556						
ปริมาณ	-	-	-	-	830	830
มูลค่า	-	-	-	-	36,115	36,115
2557						
ปริมาณ	-	-	1,220,000	32,800	-	1,252,800
มูลค่า	-	-	80,761,038	1,593,364	-	82,354,402
2558						
ปริมาณ	-	-		32,800	-	32,800
มูลค่า	-	-		1,305,141	-	1,305,141
รวม						
รวมปริมาณ	-	-	1,220,000	65,600	830	
รวมมูลค่า	-	-	80,761,038	2,898,505	36,115	

ที่มา Rubber Intelligence Unit (RIU), สถิติการค้าการส่งออกยางพารา, 2558

หมายเหตุ ปี 2558 ปริมาณและมูลค่าในช่วงเดือน (มกราคม-สิงหาคม)

6.2.4 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสหภาพเมียนมา

ปัจจุบันสหภาพเมียนมามีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในหลายด้าน อาทิ นโยบายการเปิดให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract farming) ทางการเมียนมาได้ส่งเสริมการปลูกพืชเศรษฐกิจที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งยางพาราซึ่งมีตลาดใหญ่ และเมียนมาได้จัดสรรเนื้อที่ในเขตยะไข่ (Rakhine) กับเขตตะนาวศรี เอาไว้เพื่อทำสวนยางโดยเฉพาะรวมเป็นพื้นที่กว่า 2 ล้านไร่ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2558) เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราสามารถสรุปนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐที่สำคัญเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราได้ดังตารางที่ 6.10

ตารางที่ 6.10 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสหภาพเมียนมา

นโยบาย/ มาตรการ	สหภาพเมียนมา	ผลกระทบที่มีต่อไทย
นโยบาย ภาครัฐ การจัดสรร พื้นที่	- รัฐบาลสหภาพเมียนมา มีการจัดสรรพื้นที่เพิ่มเติม เพื่อให้นักลงทุนชาวต่างชาติได้เข้าไปลงทุนทำเกษตร แบบพันธะสัญญา กับสหภาพเมียนมา	- ผลกระทบต่อการส่งออกของไทย ซึ่งจะทำให้ราคา ยางพาราลดลงรวมถึงความต้องการจะลดน้อยลง
	- มีการสนับสนุนในภาครัฐและภาคเอกชนของสหภาพ เมียนมาบุกเบิกพื้นที่กันดาร พื้นที่น้ำท่วม หรือพื้นที่ที่ไม่ เคยมีการบุกเบิกมาก่อน เพื่อทำการขยายพื้นที่เพื่อการ เพาะปลูกในอนาคต	- ผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีโควตาการส่งออกจะมี ผลกระทบเนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น
	- มีการผ่อนปรนเงื่อนไขการเข้ามาลงทุนของต่างชาติใน อุตสาหกรรมยางพารา	- ส่งผลต่อโอกาสการส่งออกของไทยในบางกลุ่ม ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เนื่องจากจีนไปลงทุนผลิต ในสหภาพเมียนมาและส่งกลับไปยังประเทศจีน
	นโยบายทางการค้า - สนับสนุนให้มีการส่งออกยางพาราสู่ประเทศคู่ค้าเพิ่ม มากขึ้น - มีการเปิดให้ผู้ลงทุนทั้งในและต่างประเทศมีการลงทุน ทางการค้าเสรีในด้านสินค้าเกษตร อีกทั้งส่งเสริมให้กลุ่ม นักลงทุนยางพาราทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนมีการ จัดตั้งโรงงานแปรรูปภายในประเทศ	- ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยไม่ได้รับความสะดวก เนื่องจากมีขั้นตอนกระบวนการที่ใช้เวลานาน มีการ ตรวจสอบองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสุ่ม ตัวอย่าง
กฎระเบียบ การนำเข้า ข้อกำหนดการ นำเข้า ยางพารา	นโยบายด้านราคา - มีการกำหนดกลไกราคาสินค้าในตลาดให้ไปในแนวทาง เดียวกัน	- มีผลกระทบทางการส่งออกของประเทศไทย ซึ่งจะ ทำให้ราคายางพาราลดลง
	- สินค้านำเข้าโดยองค์กรที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ กฎหมายการลงทุนต่างประเทศของพม่าเครื่องจักร เครื่องมือ ส่วนประกอบของเครื่องจักร ชิ้นส่วนอะไหล่ และวัสดุที่ใช้ทางธุรกิจที่มีความจำเป็นต้องใช้สำหรับการ ก่อสร้าง โดยนำเข้าในสถานะทุนของต่างประเทศที่ระบุ โดยคณะกรรมการลงทุนพม่า (Myanmar Investment Commission หรือ MIC)	- ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยไม่ได้รับความสะดวก เนื่องจากมีขั้นตอนกระบวนการที่ใช้เวลานาน มีการ ตรวจสอบองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสุ่ม ตัวอย่าง

ที่มา ประยุกต์โดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูลของ Rubber Intelligence Unit (RIU) และ สถิติการค้าการส่งออก
ยางพารา, 2558

6.2.5 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของสหภาพเมียนมา

สหภาพเมียนมาเป็นประเทศที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนต่างชาติในการเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมยางพารา รวมถึงการเข้าไปตั้งโรงงานแปรรูปยางพารา อาทิ โรงงานแปรรูปยางแท่ง และโรงงานแปรรูปยางล้อ เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราในสหภาพเมียนมา โดยเฉพาะการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนจีนนั้น จะส่งผลกระทบต่อโอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราของไทยอย่างแน่นอน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปประเด็นสำคัญของโอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยกับสหภาพเมียนมาได้ดังนี้ (ตาราง 6.11)

ตารางที่ 6.11 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของสหภาพเมียนมา

โอกาส	อุปสรรค
ปัจจัยด้านการผลิต	
- สหภาพเมียนมายังขาดเทคโนโลยีและโรงงานแปรรูปยางพาราที่ได้คุณภาพและมาตรฐาน จึงทำให้ไทยมีโอกาสดึงดูดยางพาราที่มากกว่า - ปริมาณการผลิตยางแต่ละชนิดยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด จึงทำให้ต้องนำเข้ายางพาราจากไทย - ประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่สามารถผลิตน้ำยางธรรมชาติที่ได้มาตรฐาน - ผลผลิตไทยมีความหลากหลายสามารถส่งเข้าอุตสาหกรรมการผลิตได้ตามช่องทางความต้องการของตลาด	- สหภาพเมียนมามีต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับต่ำ อาทิ ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ จึงทำให้นักลงทุนมีความสนใจเปิดตลาดใหม่ - การขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกของสหภาพเมียนมา รวมถึงมีนักลงทุนชาวจีนเข้ามาลงทุนขอเช่าพื้นที่ในการปลูกยาง เนื่องจากมีสภาพอากาศที่เหมาะสม มีดินดี และมีฝนตกชุกเหมาะสมแก่การเพาะปลูกอย่างมาก อาจส่งผลกระทบต่อเกษตรกรชาวสวนยางและเศรษฐกิจโดยรวมของไทย
ปัจจัยด้านการตลาด	
- การติดต่อค้าขายมีความคล่องตัวขึ้นเนื่องจากสินค้าของไทยมีคุณภาพ - ผู้ประกอบการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และเพิ่มช่องทางการขยายตลาดได้มากขึ้น	- คู่แข่งเพิ่มมากขึ้นจากการที่ประเทศจีนมีการสนับสนุนพื้นที่ปลูกในสหภาพเมียนมาซึ่งอาจส่งผลให้จีนลดการสั่งซื้อยางพาราจากไทย
ปัจจัยด้านนโยบายการค้า	
- มีการสนับสนุนการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการส่งเสริมธุรกิจยางพาราขนาดกลาง และขนาดย่อมมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสในการที่จะขยายการผลิตและการแปรรูปยางเพื่อการส่งออกได้มากขึ้น - กฎระเบียบหรือข้อกำหนดทางด้านการค้าของไทยมีมาตรการที่เป็นมาตรฐาน ทำให้ผู้นำเข้า ส่งออกสินค้ามีความมั่นใจ	- รัฐบาลจีนเป็นผู้ส่งเสริมการปลูกยางพาราในประเทศและลงทุนในสหภาพเมียนมาอาจส่งผลให้อัตราความต้องการ หรือการสั่งซื้อการยางพาราของไทยน้อยลง - กฎระเบียบทางการค้าของสหภาพเมียนมามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย จึงทำให้เกิดอุปสรรคทางด้านทางค้า

6.3 สถานการณ์อุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

6.3.1 สภาพเศรษฐกิจและสังคมของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สปป.ลาว มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว จากมูลค่าการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของ สปป.ลาว พบว่า สปป.ลาว มีการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 จนถึงปี พ.ศ.2556 สปป.ลาว มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสูงขึ้นกว่า ร้อยละ 48 อีกทั้งมูลค่าการนำเข้าและส่งออกภายในประเทศก็มูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ สปป.ลาว กลายเป็นอีกประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียใต้ที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (ตาราง 6.12)

ตาราง 6.12 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาว พ.ศ.2552-2556

	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (พณีสถิติดอลลาร์สหรัฐ)	5.8	7.2	8.3	9.4	11.2	11.7	9.0
ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (ต่อหัว)	930.6	1,123	1,266	1,408	1,661	1,692	1,857
อัตราเงินเฟ้อ	0.0	6.0	7.6	4.3	6.4	5.5	1.88
ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ	7.5	8.5	8.0	8.0	8.5	7.6	7.5
มูลค่าการนำเข้า (พณีสถิติดอลลาร์สหรัฐ)	1.5	2.1	2.4	3.1	3.4	4.0	1.6
มูลค่าการส่งออก (พณีสถิติดอลลาร์สหรัฐ)	1.1	1.7	2.2	2.3	2.3	2.7	2.3

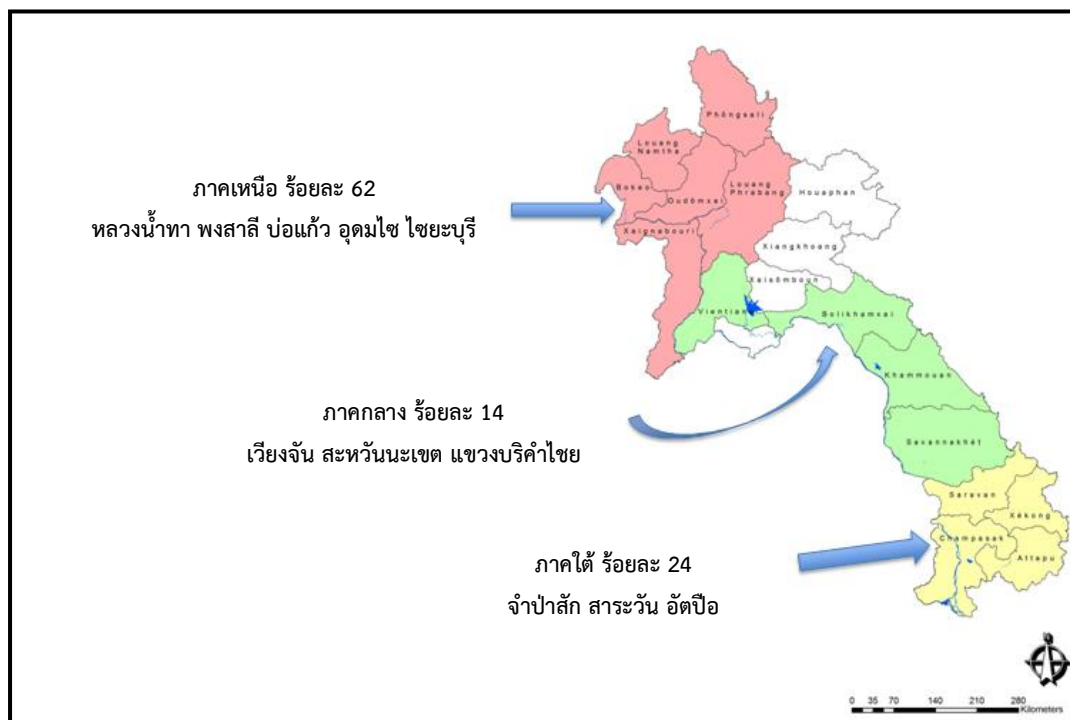
ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัย จากหลายแหล่งข้อมูล, 2558

จากสถิติสามารถแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาว ที่มีความเจริญเติบโตและพร้อมรับการพัฒนากิจการที่เกิดขึ้นได้ในปัจจุบันรวมถึงอัตราการเพิ่มขึ้นของการมีงานทำภายในประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ประชาชนลาวมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากอดีตและแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการใช้จ่ายภายในประเทศ รวมไปถึงส่งผลดีให้กับการลงทุนทั้งจากในประเทศและจากต่างชาติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สปป.ลาว ให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น

6.3.2 สถานการณ์ยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปัจจุบัน สปป.ลาว กลายเป็นประเทศที่มีการส่งเสริมการปลูกยางพาราเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดจีน อีกทั้งพื้นที่เพาะปลูกของ สปป.ลาว มีความเหมาะสมต่อการปลูกยางพาราเป็นอย่างมาก โดยในปัจจุบัน สปป.ลาว มีพื้นที่กว่าร้อยละ 60 ของพื้นที่การเกษตร หรือกว่า 1.6 ล้านไร่ ของประเทศในการปลูกยางพาราเพื่อการค้า พื้นที่ปลูกยางพาราใน สปป.ลาว ส่วนใหญ่อยู่ทางตอนเหนือของประเทศ โดยเฉพาะแขวงหลวงน้ำทา แขวงพงสาฮี แขวงบ่อแก้ว แขวงไซยะบุรี และแขวงอุดมไซ ทางตอนกลางของประเทศ ในแขวงเวียงจันทน์ แขวงสะหวันนะเขต แขวงบอลิคำไซ และทางตอนใต้ของประเทศในเขตแขวงจำปาสัก แขวงส่างขวาง และแขวงอัตปือ พื้นที่ปลูกยางพาราในสปป.ลาวโดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เพาะปลูกของบริษัทเอกชนต่างชาติที่เข้า

มาขยายแหล่งปลูกยางพารา โดยส่วนใหญ่บริษัทเอกชนเหล่านี้มาจากบริษัทลงทุนต่างชาติประเทศจีน ซึ่งได้เข้าไปลงทุนปลูกยางพาราทางตอนเหนือของสปป.ลาว ตามด้วยประเทศไทยเข้าไปลงทุนทางตอนกลางของประเทศ และกัมพูชาลงทุนเพาะปลูกทางตอนใต้ของประเทศดังรูปที่ 6.14



ที่มา FRC Rubber Plantation Survey, 2013

รูปที่ 6.14 พื้นที่เพาะปลูกยางพารา สปป.ลาว

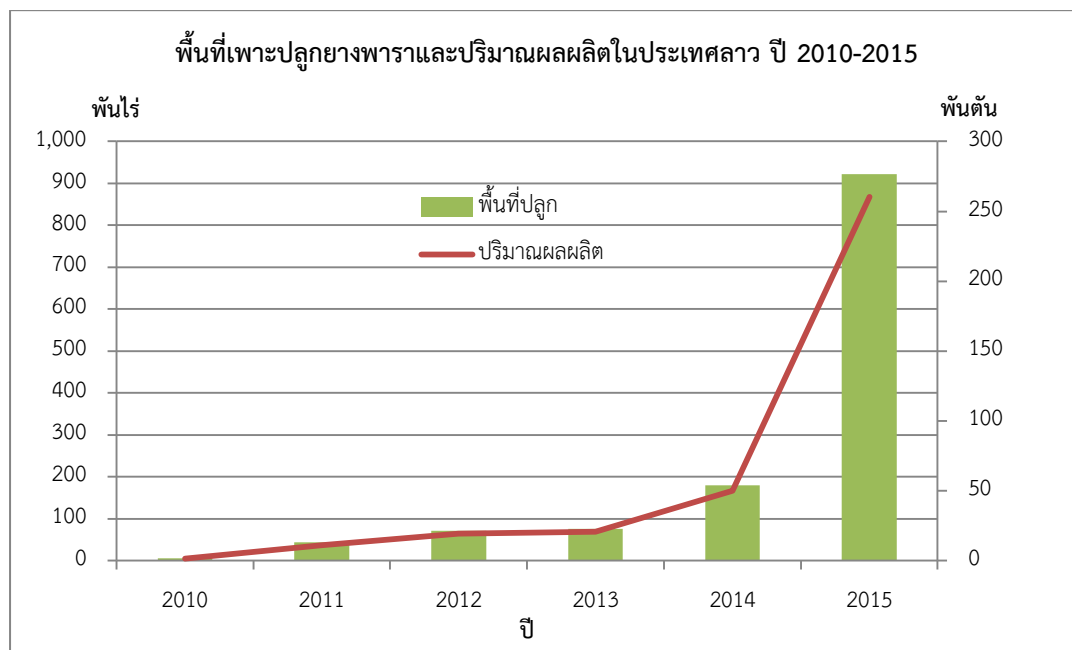
รูปแบบการลงทุนเพาะปลูกยางพาราใน สปป.ลาว แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

- การลงทุนโดยชาวสวนยางรายย่อยใน สปป.ลาว ชาวสวนยางส่วนใหญ่จะดำเนินการเพาะปลูกเองทุกขั้นตอนตั้งแต่การตอนกิ่ง เลือกพื้นที่เพาะปลูก เตรียมพื้นที่ การปลูกและบำรุงรักษา การกรีดยาง จนถึงขั้นตอนการจำหน่ายยางแผ่นให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งชาวสวนยางจะได้รับกำไรจากการจำหน่ายยางและไมยางพาราทั้งหมด

- การลงทุนด้วยการทำ Contract Farming นักลงทุนต่างชาติ รวมถึงนักลงทุนท้องถิ่นจะติดต่อเพื่อขอทำสัญญาในลักษณะเกษตรพันธะสัญญา (Contract Farming) กับเกษตรกร โดยมีการแจ้งความประสงค์ไปยังแขวงที่โดยทางแขวงจะอำนวยความสะดวกในการติดต่อเจรจาทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับเกษตรกรชาวลาว (ปัจจุบันทางการ สปป.ลาว อยู่ระหว่างพัฒนามาตรฐานการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า เพื่อให้เกษตรกรชาวลาวตระหนักถึงบทลงโทษ หากกระทำผิดสัญญาที่ตกลงไว้) กรณีนี้เกษตรกรที่ร่วมทำสัญญาจะเป็นผู้เพาะปลูกและดูแลต้นยางในพื้นที่ของตนเอง คล้ายกับการลงทุนโดยชาวสวนเอง แตกต่างตรงที่นักลงทุนจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านปัจจัยการผลิต อาทิ เมล็ดพันธุ์ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ใช้ในการเพาะปลูกยางพารารวมทั้งให้คำแนะนำการปลูกยางพาราที่เหมาะสมแก่เกษตรกร อาทิ การดูแลต้นยาง และการกรีดยาง นอกจากนี้ นักลงทุนยังเป็นผู้รับซื้อน้ำ

ยางทั้งหมด ตามราคาในตลาดโลกแล้วสวนไมยางพาราจะถูกแบ่งเป็นของนักลงทุนและเกษตรกรในสัดส่วนคนละครึ่ง ทั้งนี้การลงทุนแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) มักพบในตอนเหนือของ สปป.ลาว โดยเฉพาะใน 3 แขวงสำคัญ ได้แก่แขวงหลวงน้ำทา แขวงบอลิคำไซและแขวงอัตตะปือ เป็นต้น

- การขอสัมปทานที่ดินเพื่อเพาะปลูกยางพารา นักลงทุนต่างชาติรวมถึงนักลงทุนท้องถิ่นต้องติดต่อเพื่อขอสัมปทานที่ดินกับแขวงที่จะเข้าไปทำการเพาะปลูกยางพารา ซึ่งแต่ละแขวงจะอนุมัติให้นักลงทุนเช่าพื้นที่ขนาดใหญ่ในระยะยาว กรณีนี้นักลงทุนเป็นผู้รับผิดชอบค่าเช่าที่ดิน ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการปลูกยางพาราและค่าจ้างแรงงาน การลงทุนรูปแบบนี้มักพบทางตอนใต้ของ สปป.ลาว



ที่มา Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, 2015

รูปที่ 6.15 พื้นที่ปลูกยางพารา สปป.ลาว ปี ค.ศ. 2010-2015

พื้นที่ปลูกยางพาราของ สปป.ลาว ในปี 2010 มีพื้นที่ประมาณ 5,663 ไร่ ปริมาณผลผลิต 1,296 ตัน โดยพื้นที่ปลูกยางพารามีการเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดด ในปี 2011 โดยมีอัตราการปลูกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งเกิดจากการเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้าไปลงทุนในแต่ละภูมิภาคของ สปป.ลาว ส่งผลให้มีพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในปี 2015 จำนวน 921,536 ไร่ และมีปริมาณผลผลิต 260,321 ตัน (รูปที่ 6.15) นอกจากนี้ปัจจุบันได้มีนักลงทุนชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักลงทุนชาวจีนได้เข้าไปตั้งโรงงานแปรรูปยางพารา เพื่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่ได้มีการส่งเสริมและเข้าไปลงทุนไว้ของนักลงทุนจีน เพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแท่งแล้วส่งกลับไปยังประเทศจีน ซึ่งจากการสำรวจพบว่า โรงงานแปรรูปยางพาราของคนจีนจะอยู่แถว แขวงหลวงน้ำทา และเวียงจันทน์ เป็นต้น ทั้งนี้จากการเข้าเยี่ยมโรงงานและสัมภาษณ์ผู้จัดการโรงงานแปรรูปยางพาราในเขตแขวงหลวงน้ำทา พบว่าการดำเนินธุรกิจโรงงานแปรรูปในลาวนั้นส่วนใหญ่จะเป็นของนักลงทุนชาวจีน โรงงานส่วนใหญ่มีขนาดกลางถึงใหญ่

เน้นการผลิตยางแท่งชนิดต่างๆ อาทิ SCR 10 SCR 20 เป็นต้น (รูป 6.16) โดยเมื่อผลิตแล้วจะทำการส่งกลับไปจำหน่ายให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ของจีน โดยจะมีการส่งไปที่จุดรวมสินค้า ณ เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน เพื่อกระจายต่อไปยังโรงงานต่างๆ ภายในประเทศจีน ทั้งนี้โรงงานแปรรูปยางพาราในลาวมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นทั้งในแขวงหลวงน้ำทา และเวียงจันทน์ ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณผลผลิตยางพาราที่จะออกสู่ตลาดอีกจำนวนมากของ สปป.ลาว



รูปที่ 6.16 โรงงานแปรรูปยางพาราของนักลงทุนจีนใน สปป.ลาว

6.3.3 อัตราการนำเข้า-ส่งออกยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากสถิติการนำเข้ายางพาราใน สปป.ลาว พบว่า มีการนำเข้ายางพาราประเภท ยางแผ่นรมควันชั้น 3 เป็นหลัก รวมถึงมีการนำเข้ายางแท่ง น้ำยางข้น ยางพาราอื่นๆ ในลักษณะขั้นปฐม ทั้งนี้ในปี 2556 มีปริมาณการนำเข้าโดยรวมอยู่ที่ 6,076,139 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าประมาณ 186 ล้านบาท ส่วนปี 2557 มีอัตราการนำเข้า ถึง 10,259,696 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าประมาณ 596 ล้านบาท โดยยางพาราที่ สปป.ลาว มีการนำเข้ามากที่สุด คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ตาราง 6.13)

ตาราง 6.13 ปริมาณและมูลค่าของการนำเข้ายางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปริมาณ: กิโลกรัม

มูลค่า: บาท

	ยาง แผ่น รมควัน ชั้น 1	ยาง แผ่น รมควัน ชั้น 2	ยางแผ่น รมควัน ชั้น 3	ยางแผ่นแห้ง	น้ำยางข้น	ยางพารา อื่นๆ ใน ลักษณะ ขั้นปฐม	อื่น ๆ	รวม
2556								
ปริมาณ	-	-	3,952,990	13,000	162,000	954,975	993,174	6,076,139
มูลค่า	-	-	177,403,677	975,000	1,578,000	1,002,005	5,493,848	186,452,530
2557								
ปริมาณ	-	-	7,379,330	1,000,000	30,500	402,000	1,447,866	10,259,696
มูลค่า	-	-	433,791,597	157,000,000	452,500	402,000	4,527,044	596,173,141
2558								
ปริมาณ	-	-	1,620,000	-	-	270,000	276,781	2,166,781
มูลค่า	-	-	71,373,058	-	-	270,000	2,099,451	73,742,509
รวม								
ปริมาณ	-	-	12,952,320	1,013,000	192,500	1,626,975	2,717,821	18,502,616
มูลค่า	-	-	682,568,332	157,975,000	2,030,500	1,674,005	12,120,343	856,368,180

ที่มา Rubber Intelligence Unit (RIU), สถิติการค้าการส่งออกยางพารา, 2558

หมายเหตุ ปี 2558 ปริมาณและมูลค่าในช่วงเดือน (มกราคม-สิงหาคม)



รูปที่ 6.17 โรงงานแปรรูปขนักลงทุนจีนที่เข้ามาลงทุนใน สปป.ลาว (โกดังเก็บสินค้า)

6.3.4 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราใน สปป.ลาว

ปัจจุบัน สปป.ลาว มีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในหลายด้าน อาทิ นโยบายการเปิดให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract farming) รวมถึงการยกเว้นภาษีเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยางพาราเป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา สปป.ลาว ในแขวงหลวงน้ำทา และเวียงจันทน์ สามารถสรุปนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐที่สำคัญ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราได้ดังตารางที่ 6.15

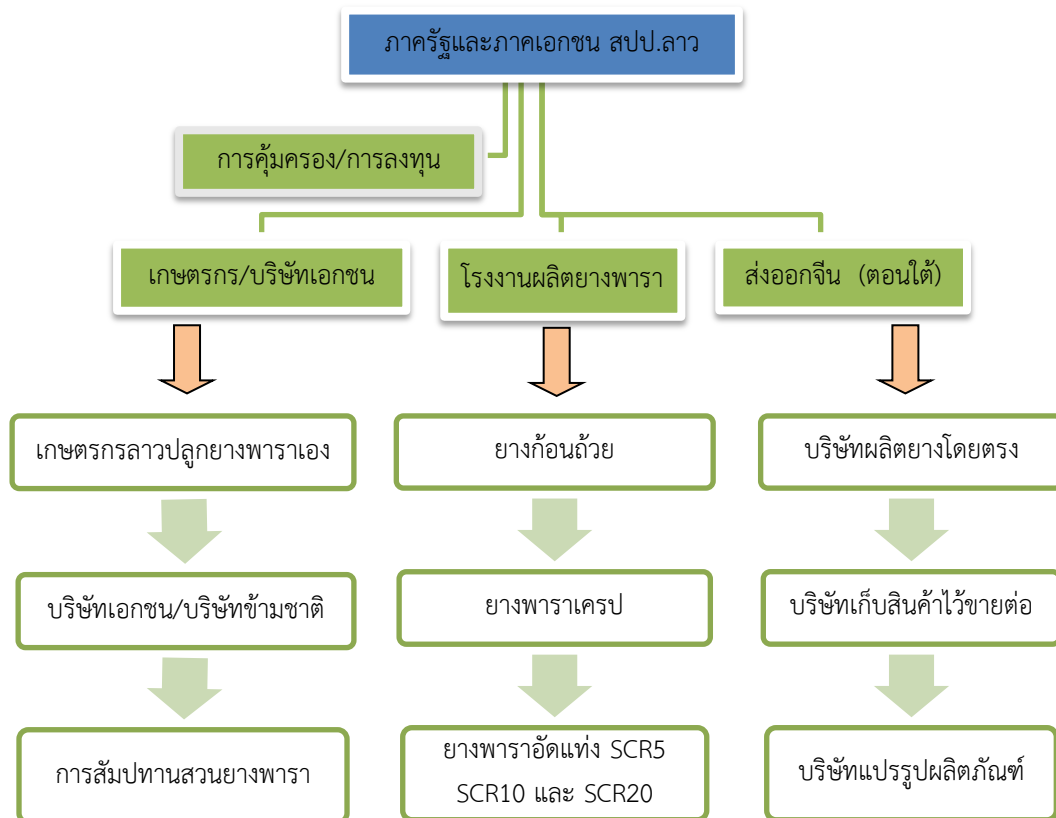


รูปที่ 6.18 สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราใน
แขวงหลวงน้ำทา สปป.ลาว, 2558

จากการศึกษาพบว่า ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนด้านยางพาราอย่างจริงจัง เช่น ไม่มีการเก็บภาษีจากการขายยางพารา การยกเว้นภาษีการนำเข้าเครื่องจักร จึงทำให้นักลงทุนประเทศจีนสนใจการเข้ามาลงทุนในเรื่องของยางพาราเป็นจำนวนมาก โดยในปี 2558 มีบริษัทเอกชนที่เข้ามาทำการลงทุนมีถึง 22 บริษัท และมี 7 บริษัทที่สัมปทาน ซึ่งมีบริษัทรับซื้อยางพาราของ สปป.ลาว 3 บริษัท (แผนการลงทุนต่างประเทศ แขวงหลวงน้ำทา สปป.ลาว) ทั้งนี้รัฐบาลลาวได้มีแผนการดำเนินงานร่วมระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (รูปที่ 6.18) เพื่อเป็นการคุ้มครองการเอารัดเอาเปรียบจากนักลงทุนต่างชาติ และเป็นการรักษาผลประโยชน์ให้กับเกษตรกรของ สปป.ลาว โดยมีลักษณะการดำเนินงาน ดังนี้

1. เกษตรกรที่สวนปลูกยางพาราเองก็จะมีกรรวมกลุ่มเพื่อคุ้มครองการรับซื้อยางพาราของโรงงานและกันการขายราคายางต่ำซึ่งปัจจุบันเกษตรกรใน สปป.ลาว ที่มีการปลูกสวนยางพาราเองยังมีไม่มากนักนั้นหมายถึงการลงทุนด้วยเงินจำนวนมาก อีกทั้งเกษตรกรเองยังขาดความรู้ความเข้าใจในการปลูก จึงทำให้หันไปร่วมลงทุนกับบริษัทเอกชนที่เข้ามาลงทุนมากกว่าที่จะทำการปลูกเอง
2. บริษัทเอกชน/บริษัทข้ามชาติจะทำการอบรมสอนตั้งแต่ขั้นตอนพื้นฐานการปลูกยางพารา ไปจนถึงออกค่าวัสดุอุปกรณ์ให้กับชาวบ้าน โดยบริษัทเอกชนเป็นผู้ลงทุนเองโดยที่ชาวบ้านไม่ต้องลงทุนอะไรเลย อีกทั้งยังช่วยสร้างอาชีพให้กับประชาชนใน สปป.ลาวอีกด้วย

3. การสัมปทานสวนยางพาราส่วนมากบริษัทที่เข้ามาทำการสัมปทานสวนยางพารานั้น จะเป็นผู้ประกอบการด้านประเทศจีน และจะทำความร่วมมือกับชาวบ้านโดยมีการว่าจ้างแรงงานเมื่อถึงช่วงกรีดยางจะได้รับค่าแรงต่อวัน และบริษัทจะทำการขนถ่ายน้ำยางพาราไปยังบริษัทเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการลงพื้นที่สำรวจ ณ กรมป่าไม้ แขวงหลวงน้ำทา (สปป.ลาว)

รูปที่ 6.19 แผนการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน สปป.ลาว

ตารางที่ 6.14 นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

นโยบาย/ มาตรการ	สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	ผลกระทบที่มีต่อไทย
นโยบายภาครัฐ การจัดสรรพื้นที่	- รัฐบาล สปป.ลาว มีการจัดสรรพื้นที่เพื่อให้นักลงทุนชาวต่างชาติได้เข้าไปลงทุนทำเกษตรแบบพันธสัญญา กับ สปป.ลาว	- มีผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราของไทย ซึ่งจะทำให้ปริมาณความต้องการผลผลิตยางพาราลดลง
	- มีการสนับสนุนในภาครัฐและภาคเอกชนของ สปป.ลาว มาบุกเบิกพื้นที่กันดารบุกเบิกพื้นที่กันดาร เพื่อพัฒนาพื้นที่ในถิ่นกันดารให้มีความเจริญก้าวหน้าได้ - ส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศปลูกยางพาราเพื่อส่งเสริมให้ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศ	- การเพิ่มพื้นที่ของ สปป.ลาว อาจส่งผลกระทบด้านการส่งออกผลผลิตยางธรรมชาติของไทยได้ในอนาคต
	- มีการจัดตั้งโรงงานแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ยางพารา	- การแข่งขันด้านคุณภาพของสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้น
	นโยบายทางการค้า - รัฐบาล สปป.ลาวได้ถือนโยบายการผลิตยางพาราเพื่อส่งออก เป็นเครื่องมือหนึ่งในการแก้ไขและขจัดปัญหาความยากจน - มีการเปิดให้ผู้ลงทุนทั้งในและต่างประเทศมีการลงทุนทางการค้าเสรีในด้านสินค้าเกษตร อีกทั้งส่งเสริมให้กลุ่มนักลงทุนยางพาราทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน มีการจัดตั้งโรงงานแปรรูปภายในประเทศ	- ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย ไม่ได้ได้รับความสะดวกเนื่องจากมีขั้นตอนกระบวนการที่ใช้เวลานาน มีการตรวจสอบองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสุ่มตัวอย่าง
	นโยบายด้านราคา - รัฐบาล สปป.ลาว ส่งเสริมการลงทุนในสาขาเกษตรกรรมอุตสาหกรรมหัตถกรรม รวมถึงให้พื้นที่สัมปทานแก่ชาวต่างชาติ	- มีผลกระทบต่อการส่งออกของประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ราคายางพาราลดลง
กฎระเบียบการนำเข้า ข้อกำหนดการนำเข้ายางพารา	- ไม่มีการเก็บภาษีจากการขายยางพารา ยกเว้นภาษีการนำเข้าเครื่องจักร	- ไม่มีผลกระทบ

ที่มา ประยุกต์โดยผู้วิจัย จากฐานข้อมูลของ Rubber Intelligence Unit (RIU) และ สถิติการค้าการส่งออกยางพารา, 2558

6.3.5 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของ สปป.ลาว

ปัจจุบันมีนักลงทุนชาวจีนเข้าไปลงทุนทำสวนยางพารา รวมถึงการเข้าไปตั้งโรงงานแปรรูปยางพาราใน สปป.ลาว เป็นจำนวนมากจึงมีการขอสัมปทานที่ สปป.ลาว โดยเฉพาะในพื้นที่ทางตอนเหนือของ สปป.ลาว ส่วน ด้านการส่งออกของ สปป.ลาว มีการส่งออกไปประเทศจีนเป็นหลักเช่นเดียวกับไทยและด้วยเหตุผลที่นักลงทุนชาว จีนเข้ามาทำสัมปทานภายในประเทศ ทำให้ผลผลิตเกือบร้อยละ 90 ถูกส่งกลับไปยังประเทศจีนโดยตรงทั้งนี้ผู้วิจัย ได้ทำการสรุปโอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของ สปป.ลาว ดัง ตารางที่ 6.15

ตารางที่ 6.15 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราของไทยกับอุตสาหกรรมยางพาราของ สปป.ลาว

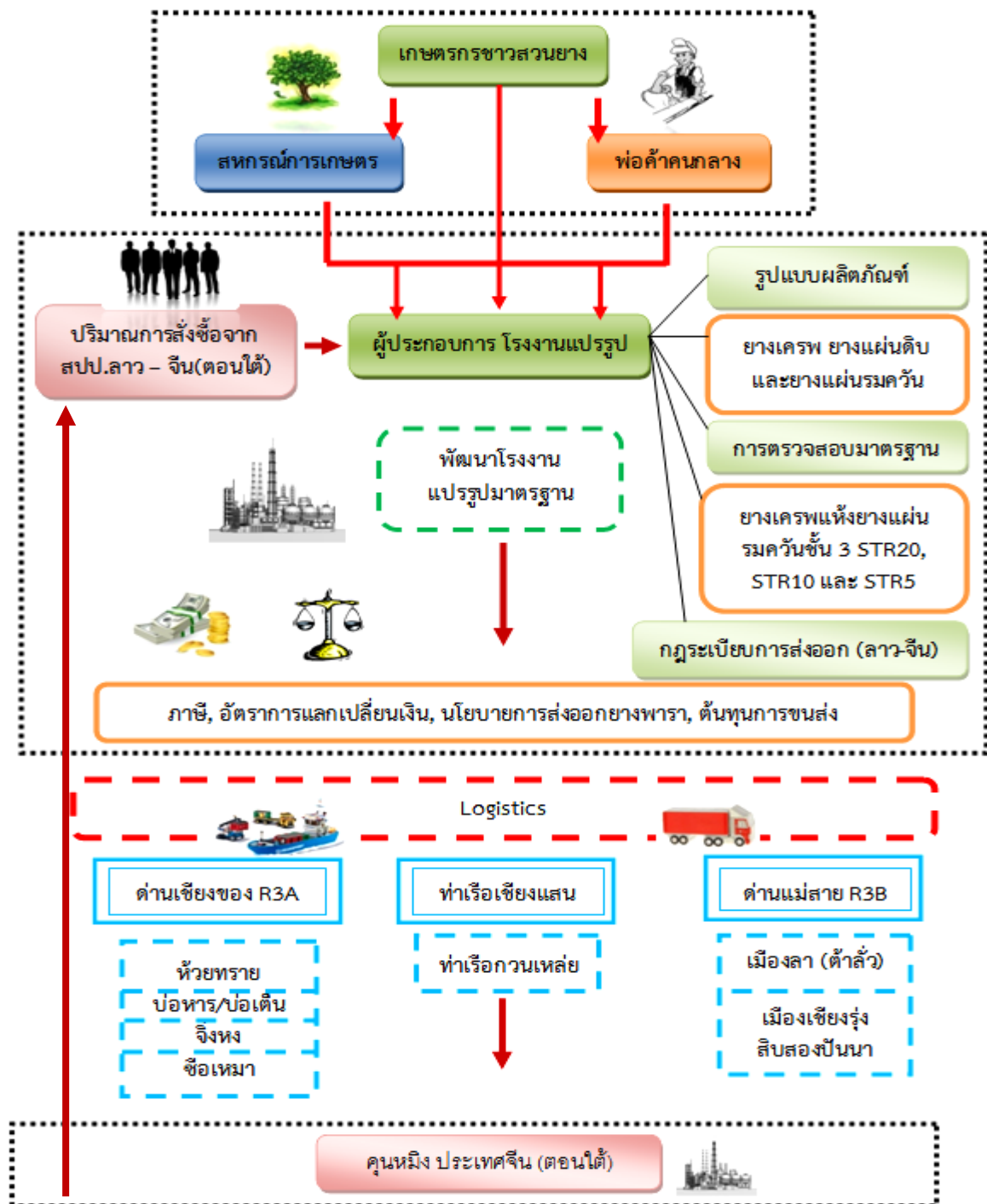
โอกาส	อุปสรรค
ปัจจัยด้านการผลิต	
- ประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่สามารถผลิตน้ำยางธรรมชาติได้ตามมาตรฐาน - ผลผลิตไทยมีความหลากหลายสามารถส่งเข้าอุตสาหกรรมการผลิตได้ตามช่องทางความต้องการของตลาด เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางเครฟ เป็นต้น	- สปป.ลาว มีต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับต่ำ อาทิ ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ จึงทำให้นักลงทุนมีความสนใจเปิดตลาดใหม่ - การขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกของสหภาพเมียนมา รวมถึงมีนักลงทุนชาวจีนเข้ามาลงทุนขอเช่าพื้นที่ในการปลูกยาง เนื่องจากมีสภาพอากาศที่เหมาะสม มีดินดี และมีฝนตกชุกเหมาะแก่การเพาะปลูกอย่างมาก อาจส่งผลกระทบต่อเกษตรกรชาวสวนยางและเศรษฐกิจโดยรวมของไทย - ขั้นตอนกระบวนการผลิตยางพาราใน สปป.ลาว ได้รับการสนับสนุนจากผู้ประกอบการรายใหญ่จากจีน เช่น เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีด้านการแปรรูปต่างๆ ที่ทันสมัย อีกทั้งยังผลิตตามจำนวน หรือคุณภาพตามที่ประเทศจีนต้องการได้ดี
ปัจจัยทางการตลาด	
- การติดต่อค้าขายมีความคล่องตัวขึ้นเนื่องจากสินค้าของไทยมีคุณภาพ - ผู้ประกอบการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และเพิ่มช่องทางการขยายตลาดได้มากขึ้น - สปป.ลาว ยังเป็นตลาดขนาดเล็กซึ่งสามารถเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการส่งออกยางพาราไปยังจีนได้มากขึ้น	- คู่แข่งเพิ่มมากขึ้นจากการที่ประเทศจีนมีการสนับสนุนเครื่องจักร และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการแปรรูปยางพาราทำให้ สปป.ลาว มีผลผลิตส่งเข้าประเทศจีน ซึ่งอาจส่งผลให้จีนลดการสั่งซื้อยางพาราจากไทย - ภูมิประเทศของ สปป.ลาว มีพื้นที่การค้าขายแดนติดต่อกับ 5 ประเทศในภูมิภาคเอเชียได้เช่น ประเทศจีน เวียดนาม กัมพูชา เมียนมา เป็นต้น ทำให้ได้เปรียบทางด้านการค้าขายแดน รวมถึงด้านการขนส่งใกล้กว่าประเทศไทย

โอกาส	อุปสรรค
ปัจจัยด้านนโยบายการค้า	
- มีการสนับสนุนการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการส่งเสริมธุรกิจยางพาราขนาดกลาง และขนาดย่อมมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสในการที่จะขยายการผลิตและการแปรรูปยางเพื่อการส่งออกได้มากขึ้น - กฎระเบียบหรือข้อกำหนดทางด้านการค้าของไทยมีมาตรการที่เป็นมาตรฐาน ทำให้ผู้นำเข้า ส่งออกสินค้ามีความมั่นใจ - รัฐบาลไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนายางพาราครบวงจรโดยมุ่งเน้นพัฒนาตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน	- รัฐบาล สปป.ลาว ส่งเสริมการลงทุนในสาขาเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมรวมถึงให้พื้นที่สัมปทานแก่ชาวต่างชาติ เช่น ประเทศจีนเข้ามาลงทุนด้านการปลูกยาง และโรงงานแปรรูปยางพาราอาจส่งผลให้ในอนาคตความต้องการ หรือการสั่งซื้อการยางพาราของไทยน้อยลง

6.4 โช้คุณค่ายางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย) เพื่อการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)

การปลูกยางพาราในเขตภาคเหนือของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกยางพาราสูงถึง 750,000 ไร่ มีสหกรณ์การเกษตรและหน่วยงานทางภาครัฐให้การสนับสนุนการปลูกยางพารา รวมถึงให้คำแนะนำแนวทางการปลูกและเก็บเกี่ยวให้กับเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรบางส่วนมีความสามารถในการแปรรูปเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา เช่น ยางก้อนถ้วย ยางเครพแต่เนื่องด้วยยางพาราทางภาคเหนือมีการดำเนินการทางการผลิตในไม่กี่ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ยังไม่มีบริการจูดรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากทางภาครัฐอย่างทั่วถึง อีกทั้งยังขาดโรงงานแปรรูปที่มีประสิทธิภาพเนื่องจากในพื้นที่ส่วนมากเป็นโรงงานแปรรูปขั้นต้นไม่โรงงานขนาดใหญ่เพื่อจัดทำอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อการแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมขั้นกลางสำหรับใช้ภายในประเทศและส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าของประเทศไทย

ประเทศไทยมีแนวโน้มในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศคู่ค้าในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในต่างประเทศ และอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ปริมาณความต้องการยางพาราในตลาดโลกยังคงมีอยู่อย่างไม่จำกัด อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่เหมาะสมและสามารถปลูกยางพาราได้ในทุกภูมิภาค ประเทศไทยจึงมีปริมาณผลผลิตยางพาราที่เพียงพอต่อการใช้ภายในประเทศ และยังสามารถส่งออกผลผลิตยางพาราได้อีกด้วย ฉะนั้น ประเทศไทยจึงเป็นประเทศที่มีปริมาณการส่งออกยางพาราสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก และยางพาราของประเทศไทยก็เป็นที่ยอมรับของตลาดในด้านคุณภาพของผลผลิตอีกด้วยภาคเหนือตอนบนถือเป็นพื้นที่การผลิตยางพาราที่มีโอกาสในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและมีเส้นทางสายเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงไปยังตลาดใน สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) ได้เป็นอย่างดี



รูปที่ 6.20 โซ่คุณค่าของยางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) ส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้)

อุตสาหกรรมการผลิตยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย (กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงใช้คุณค่ายางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน โดยเน้นกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพและแนวทางการพัฒนาใช้คุณค่ายางพาราของไทยในเส้นทางการค้าในเขตภาคเหนือตอนบน โดยจากการศึกษาพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการบริหารจัดการ รวมถึงขาดอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรในการแปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นดิบ เพื่อส่งขายให้ตลาดกลางผู้รับซื้อ มีเกษตรกรเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีศักยภาพและทำการผลิตยางแผ่นดิบเพื่อจำหน่าย ซึ่งปัจจุบันเริ่มมีหน่วยงานทางภาครัฐได้เข้าไปให้ความรู้แก่เกษตรกรมากขึ้นเชื่อได้ว่าอนาคตเกษตรกรชาวสวนยางในจังหวัดเชียงรายจะมีการพัฒนาระบบการจัดการและสามารถแปรรูปยางแผ่นดิบเพิ่มขึ้น

ตลาดของยางพาราภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงราย) มีลักษณะแตกต่างจากตลาดยางพาราในภาคอื่นๆ โดยเฉพาะลักษณะการผลิตและการค้าของภาคในโซ่อุปทานยางพารา ตั้งแต่ เกษตรกรชาวสวนยาง พ่อค้าคนกลางหรือผู้ประกอบการ สหกรณ์การเกษตร โดยมีรายละเอียดดังนี้

เกษตรกรชาวสวนยาง เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมการขายยางในรูปแบบยางก้อนถ้วย และน้ำยางสด โดยทำการขายให้กับพ่อค้าคนกลางในระดับต่างๆ ขึ้นอยู่กับปริมาณที่เกษตรกรเก็บได้ และความสามารถในการขนส่ง กล่าวคือ ถ้าหากปริมาณที่ผลิตได้มีมากและมีการคมนาคมที่สะดวก ก็จะคุ้มค่าที่จะขนส่งสินค้าเข้าไปขายให้กับพ่อค้าในเมืองที่จะให้ราคาดีกว่าพ่อค้าเร่ ซึ่งจะนำไปขายต่อให้กับพ่อค้าคนกลางอีกหลายระดับ ราคาที่เกษตรกรขายได้จะอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ แต่โดยส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรนิยมนำไปขายให้กับพ่อค้าหรือโรงงานแปรรูปในท้องถิ่น เนื่องจากได้รับความสะดวกและได้รับเงินเร็ว ในขณะที่การขายให้แก่สหกรณ์ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและได้รับเงินช้า

พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าคนกลางจะมีหลายระดับด้วยกัน เช่น พ่อค้าเร่ พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าในเมือง เป็นต้น การเข้าถึงเกษตรกรก็จะแตกต่างกันไปตามระดับ เช่น พ่อค้าเร่ก็จะเข้าไปรับซื้อยางถึงสวนของเกษตรกร ต่างจากพ่อค้ารายใหญ่ในเมืองที่มีจุดรับซื้อที่แน่นอน เป็นต้น นอกจากนี้ปริมาณการรับซื้อของพ่อค้าในเมืองก็จะมีผลแตกต่างกันด้วย

สหกรณ์การเกษตร มีบทบาทในการช่วยเหลือเกษตรกร โดยมีการรับซื้อยางและนมข้นยาง รวมถึงการเสริมสร้างความรู้ให้กับเกษตรกร ในปัจจุบันมีการจัดตั้งสหกรณ์กองทุนสวนยาง โดยแต่ละสหกรณ์มีสมาชิกประมาณ 100 คน การขายของสหกรณ์นำไปประมูลที่ตลาดกลางยางพารา หรือนำไปขายให้กับโรงงานแปรรูปโดยตรง

อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย (กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย)

อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการแปรรูปขั้นต้นจากเกษตรกรชาวสวนยาง อาทิ ยางแผ่นดิบเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นต้น เช่น ยางแผ่นรมควัน รวมถึงยางก้อนถ้วย เพื่อแปรรูปขั้นต้นเป็นแผ่นยางเครฟ

ผู้ประกอบการ มีบทบาทในการซื้อขายโดยตรงจากเกษตรกรและพ่อค้าท้องถิ่น ซึ่งอาศัยกลไกทางการตลาดเป็นหลักในการกำหนดราคาซื้อขาย เมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อจากปลายทาง เช่น สปป.ลาว และคุณหมิง ประเทศจีน (ตอนใต้) เป็นต้น ก็จะทำการรวบรวมผลผลิตยางพาราและนำมาแปรรูปเพื่อทำการส่งออกโดยรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการส่งออกคือ ยางเครพ ยางแผ่นดิบและยางแผ่นรมควัน โดยผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการจัดการในด้านการส่งออกดังต่อไปนี้

- ตรวจสอบมาตรฐานคือการวัดระดับความแห้งของแผ่นยาง เช่น ยางเครพแห้งยางแผ่นรมควันชั้น3 หรือเทียบเท่ามาตรฐานการส่งออก STR 20
- ตรวจสอบกฎระเบียบการส่งออก (ประเทศลาว – ประเทศจีน) คือภาษีการส่งออก อัตราการแลกเปลี่ยนของค่าเงินแต่ละประเทศและนโยบายการส่งออกยางพาราที่สำคัญ
- จัดการด้านการขนส่ง คือต้นทุนค่าขนส่ง รวมถึงกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการนิยมทำการขนส่งโดยทางเรือมากกว่า (ท่าเรือเชียงใหม่) เนื่องจากต้นทุนค่าขนส่งถูกกว่า เส้นทางขนส่งทางรถบรรทุก



รูปที่ 6.21 โรงงานแปรรูปยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย



รูปที่ 6.22 โรงงานแปรรูปยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย



รูปที่ 6.23 โรงงานแปรรูปยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทย (การแปรรูปยางเครพ)

จากการสำรวจพื้นที่ส่วนของผู้ประกอบการบริษัท เชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ตำบลแม่ลอย อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดเชียงราย บริษัทมีการรับซื้อวัตถุดิบยางพาราจากเกษตรกรและผู้ค้าท้องถิ่นรายย่อยที่นำมาขายที่บริษัทโดยยางพาราที่บริษัทรับซื้อมี 3 ชนิด คือ ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบ และยางเครพ การซื้อขายส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 จะเป็นยางก้อนถ้วย ส่วนยางเครพจะเป็นวัตถุดิบที่ผู้ค้าท้องถิ่นรายย่อยบางรายที่มีทุนรับซื้อยางก้อนถ้วยจากเกษตรกรแล้วนำไปทำเป็นยางเครพมาจำหน่ายที่บริษัท เมื่อรับซื้อวัตถุดิบมาแล้วจะนำมาผลิตเป็นยางเครพเพื่อเป็นสินค้าจำหน่ายให้กับผู้รับซื้อรายใหญ่ต่อไป

บริษัทเคยมีการขายยางเครพไปมาเลเซีย แต่มีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ ความยุ่งยากในการติดต่อค้าขาย ต้นทุนการขนส่ง และความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ปัจจุบันบริษัทมีการติดต่อซื้อขายผ่านนายหน้า (broker) ที่เข้ามาติดต่อตรงกับบริษัทฯ เพื่อซื้อยางพาราเพื่อส่งไปยังนครคุนหมิง การซื้อขายสินค้าตกลงเป็นเงิน (บาท) ส่งของที่ชายแดนจีน (ด่านบ่อหาน) โดยผู้ซื้อจะทำการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารก่อนทำการปล่อยสินค้าออก เหตุที่ต้องทำการค้าแบบนี้เพราะไม่มีหลักประกันที่ไว้วางใจได้สำหรับการซื้อขาย (แม้แต่การทำสัญญา ซื้อขาย) โดยมากจะมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า (เปอร์เซ็นต์ความชื้น) ถูกปลายทางลดคุณภาพสินค้าให้ต่ำกว่าความเป็นจริง จึงต้องใช้วิธีการชำระค่าสินค้าให้เสร็จสิ้นก่อนปล่อยสินค้าออกไปปลายทางในครั้งแรกๆ นายหน้าจะมาติดต่อและตรวจสอบสินค้าในระหว่างการซื้อขายด้วยตนเอง แต่ปัจจุบันเริ่มมีความเชื่อใจไม่ เดินทางมาตรวจสอบสินค้าที่ต้นทางทุกครั้ง จะใช้การติดต่อสั่งซื้อ โอนเงินและรอรับสินค้าที่ปลายทางเป็นหลัก

ทั้งนี้ผู้ประกอบการมองว่าโอกาสทางการค้าในเส้นทางเศรษฐกิจสาย R3A ถือเป็นช่องทางและโอกาสที่ดีสำหรับการทำการค้ากับพ่อค้าท้องถิ่นและโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราในมณฑลยูนนานประเทศจีน (ตอนใต้) เพียงแต่ ผู้ค้าท้องถิ่นของไทยยังขาดการรวมตัวอย่างเข้มแข็ง เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองทางการค้าได้อย่างยุติธรรมและเป็นมาตรฐาน แผนการตั้งโรงงานโรงงานผลิตยางเครพอบแห้งของบริษัทฯ จึงเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนา คุณภาพสินค้าให้เป็นมาตรฐาน เพื่อสร้างโอกาสในการค้าทั้งในด้านการค้าอย่างยุติธรรมและการเพิ่มปริมาณ การค้าอีกด้วย

โอกาสทางการค้าในตลาด สปป.ลาว และจีน (ตอนใต้)

ตลาดปลายทางพาราของไทจากเขตภาคเหนือตอนบน คือ โรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ (โรงงานผลิตยางเครพแปรรูปเป็นยางแท่ง) ซึ่งผู้ประกอบการจากประเทศจีนได้มีการลงทุนตั้งโรงงานแปรรูปในเมืองสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน และ แขวงหลวงน้ำทา สปป.ลาว ซึ่งการลงทุนใน สปป.ลาว และจีนตอนใต้ นี้ ถือเป็นการลงทุนเพื่อแปรรูปแล้วส่งผลผลิตกลับไปจำหน่ายให้กับอุตสาหกรรมการผลิตขนาดใหญ่ประเทศจีน โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สินค้าพาราของจึงถือเป็นสินค้าหลักที่มีศักยภาพ ถึงโอกาสทางการค้าในอนาคตในกลุ่มภาคเหนือตอนบน ซึ่งอาจจะพัฒนาเป็นจุดศูนย์กลางตลาดการส่งออกยางพาราสู่ประเทศจีน (ตอนใต้) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



รูปที่ 6.24 โรงงานอุตสาหกรรมยางพาราใน สปป.ลาว ของนักลงทุนจีน

จากการสำรวจพื้นที่โรงงานผู้ประกอบการรับซื้อยางพาราและผลิตยางพาราอบแห้งใน แขวงหลวงน้ำทา สปป.ลาว และเมืองสิบสองปันนา (เมืองโจง) ประเทศจีน (ตอนใต้) พบว่า ในแขวงหลวงน้ำทา สปป.ลาว มีโรงงานแปรรูปยางพารา ขนาดกลางและขนาดใหญ่จำนวน 8 โรงงาน ซึ่งโรงงานทั้งหมดเป็นของผู้ประกอบการชาวจีน ซึ่งได้เข้ามาลงทุนตั้งโรงงาน โดยมีการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรภายใต้สัญญาที่ได้มีการทำข้อตกลงซื้อขายไว้ โดยผู้ประกอบการจีนส่วนใหญ่จะใช้ระบบเกษตรพันธะสัญญากับเกษตรกรใน สปป.ลาว และจากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการใน สปป.ลาว พบว่า โรงงานแปรรูปใน สปป.ลาว มีความต้องการยางพาราเพื่อนำมาแปรรูปมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงที่ผลผลิตยางของเกษตรกร สปป.ลาวมีน้อย อีกทั้งยังมีแผนการขยายการผลิต รวมถึงการสร้างโรงงานแปรรูปเพิ่มมากขึ้นในแขวงหลวงน้ำทา และเวียงจันทน์

จากการสำรวจโรงงานแปรรูปในเมืองสิบสองปันนา จีน (ตอนใต้) พบว่า มีโรงงานแปรรูป 10 โรงงานในเมืองโจง ประกอบด้วยโรงงานที่รับยางพาราก่อนถ้วย 4 โรงงาน และโรงงานที่รับน้ำยางสด 6 โรงงาน ซึ่งเกษตรกรจะนำน้ำยางมาส่งขายให้กับโรงงานด้วยตนเอง ส่วนมากนิยมการขายน้ำยางสดเนื่องจากราคาน้ำยางสดดีกว่า และยางก้อนถ้วยรองลงมา



รูปที่ 6.25 ขั้นตอนการส่งน้ำยางจากเกษตรกรถึงผู้ประกอบการ



รูปที่ 6.26 การลงพื้นที่สำรวจโรงงานแปรรูป ประเทศจีน (ตอนใต้)

จากรูปภาพแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการนำส่งน้ำยางสดเข้ากระบวนการแปรรูปเป็นยางแท่ง SCR 20 และกระบวนการแปรรูปยางแผ่นเครพ ของโรงงานแปรรูปยางพาราประเทศจีน (ตอนใต้) ศักยภาพเครื่องเครพ ขนาด 14"1.8 ตัน/ชม. นับระยะเวลาเฉพาะขบวนการผลิตของความเร็วของเครื่อง ยางก้อนถ้วย 70 กิโลกรัมใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 4 นาที



รูปที่ 6.27 การบรรจุยางแท่ง SCR 20

จากรูปคือยางแท่งที่เข้ากระบวนการอบ แล้วนำมาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานอุตสาหกรรมต่อไป ตลาดรับซื้อยางแท่งของจีนที่เป็น Standard China Rubber หรือชื่อย่อ SCR โรงงานยางแท่งในประเทศจีน คือ รหัส TSR ซึ่งย่อมาจาก Technically Specified Rubber เป็นกรรมวิธีที่ได้มาตรฐานเริ่มต้นด้วยการสรรหาและควบคุมวัตถุดิบอย่างเข้มงวด ก่อนที่จะเข้ากระบวนการผลิต จนกระทั่งผลิตเสร็จ และมีการทดสอบ คุณภาพด้วยห้องทดลองที่มีมาตรฐาน ซึ่งให้ผลทดสอบที่มีความละเอียดแม่นยำสูง รวมไปถึงกระบวนการขนส่งที่รับประกันได้ว่าสินค้า ทั้งหมดส่งถึงมือลูกค้าตรงตามความต้องการ เงื่อนไข และมาตรฐานที่กำหนด เพื่อทำการส่งต่อทำการผลิตยางล้อรถยนต์ จนถึงการส่งออกยางพาราอบแห้งไปโรงงานที่คุนหมิง ประเทศจีน (ตอนใต้)

ประเทศจีน มีโรงงานมาตรฐานผลิตยางแท่งและห้องวิจัยแลปยางในโรงงานที่ใหญ่และมาตรฐานระดับโลก ซึ่งตอนนี้ได้มาตรฐานเทียบชั้นเท่ากับประเทศมาเลเซียแต่เสถียรภาพทางการค้าของจีนมีมากและได้เปรียบมากกว่ามาเลเซีย อย่างเช่น โรงงานผลิตยางล้อรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็น (Bridgestone, Goodyear, Firestone, Hankook, Michelin) และอีกหลายโรงงาน หันมาเลือกซื้อยางแท่งจากประเทศจีนมากที่สุด โดยรหัสเบอร์และคุณภาพมาตรฐานจากประเทศจีนมีความน่าเชื่อถือมากกว่า



รูปที่ 6.28 สัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครคุนหมิง ประเทศจีน (ตอนใต้)

จากการสัมภาษณ์คุณชไมพร เจือเจริญ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครคุนหมิง พบว่าประเทศจีนมีความต้องการนำเข้ายางพาราเป็นจำนวนมากในแต่ละปีเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ (ผลิตรถยนต์ ยางจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนอื่นๆ) อุตสาหกรรมกีฬาและการแพทย์ (ผลิตรองเท้ายางถุงมือยาง) ฯลฯ โดยแหล่งการนำเข้าหลักของจีน คือ ไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ทั้งนี้ปัญหาสำหรับการขนส่งยางพารา คือ ตลาดที่มีการกระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการกระจายสินค้าสูง อย่างไรก็ตามเนื่องจากโรงงานผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในมณฑลชายฝั่งภาคตะวันออก ดังนั้นการจัดตั้งศูนย์กลางกระจายสินค้าและคลังสินค้าสำหรับยางพาราอาจไม่ใช่ทางเลือกที่คุ้มค่า นอกจากนี้มณฑลทางใต้ของจีนมีการปลูกยางพาราด้วยเช่นกันจึงตอบสนองความต้องการสินค้าในพื้นที่ได้

การส่งออกยางพาราของผู้ประกอบการไทยทางภาคเหนือไปประเทศจีน (ตอนใต้) นั้นมีความน่าสนใจในธุรกิจการส่งออกยางพารามากขึ้น ซึ่งจากแนวโน้มของการเติบโตในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ส่งผลให้อุปสงค์ต่อยางพารามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสูงตามไปด้วย ซึ่งประเทศจีนต่างก็เป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และมีโรงงานประกอบรถยนต์ตั้งอยู่หลายแห่ง โดยเส้นทางการขนส่งทางรถ R3A หรือท่าเรือทางเลือกที่น่าสนใจในการขนส่งยางพารา โดยทางรัฐบาลและผู้ประกอบการควรทำความร่วมมือกัน เพื่อให้การขนส่งสินค้าหรือการติดต่อทางธุรกิจได้เกิดความสะดวก และมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการเจรจาความร่วมมือกันจะสามารถทำให้ลดต้นทุนการขนส่งยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) ได้อีกด้วย

6.5 โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจยางพาราในเขต 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทย

จากการวิเคราะห์โซ่อุปทานของยางพาราเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) จะเห็นได้ว่าประเทศไทยนั้นยังต้องให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเชิงยุทธศาสตร์มาใช้ในการเสริมสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปประเทศจีน (ตอนใต้) รวมถึงการคาดการณ์ถึงผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบแก่ผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราเพื่อการส่งออกของไทย ในส่วนนี้ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของโซ่อุปทานการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) เพื่อประเมินหาแนวทางการแก้ไขในด้านที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของโซ่อุปทานการส่งออกยางพาราของไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 6.17)

ตารางที่ 6.16 สรุปการวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) ของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือ

ผู้เล่นในโซ่อุปทาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
เกษตรกร	ด้านการผลิต - พื้นที่ (ภาคเหนือตอนบน) และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการปลูกยางพารา - เกษตรกรมีความรู้ความสามารถในการผลิตยางที่ดี ทำให้ผลผลิตน้ำยางสด ยางก้อนถ้วยมีคุณภาพ ด้านการตลาด - เกษตรกรมีความรู้และสามารถพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพเป็นไปตามความต้องการของตลาดได้ ด้านนโยบายการและส่งเสริม - เกษตรกรได้รับความช่วยเหลือและส่งเสริมด้านทางวิชาการ ทำให้มีแนวทางในการพัฒนาผลผลิต	ด้านการผลิต - พื้นที่ปลูกยางกับแหล่งจู้รับซื้อที่มีความห่างไกลกัน - พื้นที่ปลูกยางส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบสูง และเป็นดินไม่มีเอกสารสิทธิ์ - ขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญงานด้านการกรีดยาง ด้านการตลาด - เกษตรกรส่วนใหญ่นั้นเป็นเกษตรกรรายย่อย และขาดความรู้ด้านการตลาด ด้านนโยบายการส่งเสริม - ขาดตัวแทนผู้นำกลุ่มที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ด้านโลจิสติกส์ - เกษตรกรมีต้นทุนการขนส่งมาก ในการขนยางไปจำหน่ายที่จู้รับซื้อหรือโรงงานแปรรูป เนื่องจากพื้นที่ผลิตส่วนใหญ่อยู่ไกลจากตลาดหรือจู้รับซื้อ	ด้านการผลิต - มีการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การให้ความรู้ด้านพื้นที่เพาะปลูกยาง ชนิดกล้าพันธุ์ เป็นต้น - มีพันธุ์ยางที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่และคุณภาพทางด้านภูมิศาสตร์ ด้านการตลาด - แนวโน้มความต้องการยางในตลาดมีเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีการส่งเสริมด้านการตลาด และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การแปรรูปยางพาราจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านนโยบายการส่งเสริม - ภาครัฐมีนโยบายที่ช่วยส่งเสริมด้านการผลิต และการตลาดให้กับเกษตรกร รวมถึงจัดตั้งองค์กรเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	ด้านการผลิต - สภาพภูมิอากาศที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตคลาดเคลื่อน - ต้นทุนปัจจัยการผลิตที่จำเป็นบางชนิดมีราคาสูงขึ้น ด้านการตลาด - ความผันผวนทางด้านราคายาง - ตลาดรับซื้อให้ราคาไม่เป็นธรรม ด้านนโยบายการส่งเสริม - ขาดการพัฒนากระบวนการขับเคลื่อนนโยบายการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง

ผู้เล่นในโซ่ อุปทาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สหกรณ์	ด้านการผลิต - มีความสามารถในการผลิตยางแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพ ด้านการตลาด - มีศักยภาพในการเป็นตัวกลางในการช่วยเกษตรกรแปรรูปขึ้นต้นและจำหน่ายผลผลิต - มีศักยภาพในการสร้างเครือข่ายทางการตลาดกับผู้ประกอบการ ด้านนโยบายและการส่งเสริม - สหกรณ์ได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านระบบโลจิสติกส์ - สหกรณ์มีศักยภาพเชิงพื้นที่ในการเก็บยางพาราได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้การควบคุมคุณภาพของยางพาราอยู่ในระดับที่ดี อีกทั้งสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย	ด้านการผลิต - ขาดระบบและกระบวนการถ่ายทอดความรู้รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลการผลิต - กระบวนการผลิตยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร มีความสูญเสียมากในบางครั้ง ผลิตภาพแรงงานค่อนข้างต่ำ - มีข้อจำกัดด้านงานประมาณ และการขยายการให้บริการแก่เกษตรกร ด้านการตลาด - ขาดข้อมูล และความรู้การวางแผนงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ - ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ด้านนโยบายและการส่งเสริม - นโยบายส่วนใหญ่ขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือแม้หน่วยงานรัฐด้วยกัน ด้านระบบโลจิสติกส์ - สหกรณ์ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ในการพัฒนาการจัดการระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ	ด้านการผลิต - ภาครัฐมีนโยบายในการให้งบประมาณเพื่อการพัฒนาการผลิตรวมถึงการสร้างโรงงานแปรรูป ด้านการตลาด - ภาครัฐและเอกชนมีการสร้างเครือข่ายทางการตลาดกับสหกรณ์ จึงทำให้สหกรณ์บางแห่งมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการพัฒนาการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง - ผู้ประกอบการจากต่างประเทศให้ความสนใจในการรับซื้อยางจากสหกรณ์ เนื่องจากสหกรณ์มีความสามารถในการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรได้ดี ด้านนโยบายและการส่งเสริม - รัฐบาลมีนโยบายและโครงการส่งเสริมและเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในด้านการพัฒนาการผลิต การแปรรูปและการตลาด	ด้านการผลิต - งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการสร้างและพัฒนาโรงงานแปรรูปมีจำกัด ทำให้มีข้อจำกัดในการพัฒนาการผลิต ด้านการตลาด - ตลาดมีการแข่งขันสูง อีกทั้งเกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับระบบการชำระเงินภายหลังการขายผลผลิต จึงทำให้พ่อค้าคนกลางเข้ามามีบทบาทอย่างมาก ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมขายให้กับพ่อค้า แทนที่จะขายผลผลิตให้กับสหกรณ์ เป็นต้น - ขาดการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายสหกรณ์ด้วยกัน ด้านนโยบายและการส่งเสริม - การขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาคเหนือ ยังขาดความร่วมมือ และทิศทางที่ชัดเจน ด้านระบบโลจิสติกส์ - เส้นทางขนส่งยางพาราไปจำหน่ายภูมิภาคต่างๆ ยังมีต้นทุนสูง และมีเส้นทางไม่แน่นอนเนื่องจากตลาดปลายทางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนยังไม่มีเสถียรภาพมากนัก

ผู้เล่นในโซ่ อุปทาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปยาง (ภาคเหนือ)	ด้านการผลิตและการแปรรูป - ผลผลิตมีคุณภาพดี และเป็นที่ต้องการของตลาด - มีศักยภาพในการด้านการเพิ่มปริมาณการผลิตได้ดี ด้านการตลาด - ผู้ประกอบการมีกลุ่มเครือข่ายกับเกษตรกรและพ่อค้าท้องถิ่นในพื้นที่ ทำให้มีโอกาสในการเจรจาซื้อขายได้ง่าย - มีความสามารถในการให้บริการที่ดี เช่น มีการขยายเวลาการรับซื้อยาง และการขยายพื้นที่ตั้งจุดรับซื้อยางพารา - ผู้ประกอบการมีความเข้าใจเรื่องกลไกตลาด และแนวโน้มความต้องการเป็นอย่างดี - ผู้ประกอบการมีเครือข่ายผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ดี ด้านระบบโลจิสติกส์ - มีจุดรวบรวมสินค้า หรือคลังสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึงลานเก็บยางเพื่อคัดแยกเกรดแล้วจึงทำการส่งขายต่อให้โรงงานอุตสาหกรรมในภาคต่างๆ	ด้านการผลิตและการแปรรูป - ผลผลิตไม่มีเสถียรภาพในบางช่วง เช่น ช่วงที่น้ำยางขาดแคลน หรือในช่วงฤดูฝน - ขาดเทคโนโลยีในการพัฒนาและแปรรูปยางพาราขั้นสูง - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุนในการก่อตั้งโรงงานแปรรูป ด้านการตลาด - ขาดเทคโนโลยีในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงมีการจำหน่ายผลผลิตในประเทศเสียเป็นส่วนใหญ่ - มีข้อจำกัดด้านการตลาดต่างประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีบุคลากรที่สามารถทำการตลาดในตลาดต่างประเทศได้ ด้านระบบโลจิสติกส์ - ระบบการขนส่งมีต้นทุนสูงในการขนส่งไปยังตลาดในภูมิภาคอื่นๆ ในประเทศ	ด้านการผลิตและการแปรรูป - ภาครัฐและเอกชนมีการส่งเสริมการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำกับผู้ประกอบการในการพัฒนาโรงงานแปรรูป ด้านการตลาด - ตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นโอกาสทางการค้าที่ดี - โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากยางพาราในตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ด้านนโยบายและการส่งเสริม - รัฐบาลมีนโยบายและโครงการส่งเสริมและเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในด้านการพัฒนาการผลิต การแปรรูปและการตลาด ด้านระบบโลจิสติกส์ - เส้นทางการค้าและการขนส่งทั้งทางบก (R3A) และทางน้ำ (แม่น้ำโขง) ในการเชื่อมโยงไปยังตลาดสปป.ลาว และจีน (ตอนใต้) มีศักยภาพสูง	ด้านการผลิตและการแปรรูป - ปัญหากฎหมายการอนุญาตจัดตั้งโรงงานในพื้นที่ ด้านการตลาด - ความต้องการของตลาดมีความผันผวนมาก อีกทั้งการกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่เป็นหลัก ด้านนโยบายและการส่งเสริม - ภาครัฐให้การส่งเสริมด้านการเพาะปลูกให้กับเกษตรกร รวมถึงจัดตั้งองค์กรเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร - ขั้นตอนการส่งยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน นั้นยังมีข้อจำกัดด้านนโยบายการเปิดเสรีทางการค้า โดยยังมีระบบโควตาการนำเข้ายางพาราจากไทยไปจีน ด้านระบบโลจิสติกส์ - ความยุ่งยากของระเบียบ และเอกสารรวมถึงขั้นตอนต่างๆ ในการขนส่งสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย ทั้งเกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูปยางพารา และผู้ส่งออก ต้องเผชิญกับโอกาสและความท้าทายหลายประการทั้งในด้านการผลิต การตลาด การจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงนโยบายของภาครัฐ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาสรุปในภาพรวมเพื่อให้เห็นถึงศักยภาพและความท้าทายของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน ได้ดังนี้ (ตารางที่ 6.17)

ตารางที่ 6.17 โอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยทางการผลิต		
	การผลิต		
ศักยภาพและความสามารถ	● เกษตรกรมีศักยภาพและความสามารถในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพดีได้ ● มีการพัฒนาการแปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ● มีวัตถุดิบมีความหลากหลายสามารถแปรรูปยางส่งเข้าตลาดได้หลายพื้นที่ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางเครฟ เป็นต้น ● มีกลุ่มส่งเสริมการพัฒนาการผลิตยาง เพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร หรือสหกรณ์ผู้ผลิตยางที่มีศักยภาพ และเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายย่อยได้		● เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในรูปแบบการล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูก รวมถึงความต้องการของตลาด (ความต้องการในประเทศและตลาดส่งออก) ● ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและใช้ระยะเวลานานในการปลูกจนเก็บเกี่ยวผลผลิต ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่หันไปทำอาชีพอื่นหรือปลูกพืชชนิดอื่นเพื่อสร้างรายได้เพิ่มอาจส่งผลให้อนาคตพื้นที่ปลูกยางจะลดลง ● ต้นทุนการปลูกยางของเกษตรกรค่อนข้างสูง
	นโยบายและการส่งเสริม ● ภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตยางพารา เพื่อป้อนตลาดเพื่อบริโภคในประเทศและส่งออกไปยังเพื่อนบ้านทั้งในส่วนของการแปรรูปยางพาราอย่างต่อเนื่อง ● หน่วยงานรัฐและเอกชนบางแห่งมีความเข้มแข็ง และสามารถสร้างเครือข่ายในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการตลาดได้ดี		● นโยบายการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐยังขาดกลยุทธ์เชิงรุกแบบบูรณาการตลอดโซ่อุปทาน นโยบายส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมการปลูกยาง และการพัฒนาพันธุ์ ● ขาดนโยบายที่ชัดเจนในการวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ● ขาดนโยบายในการจัดสรรพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม (Zoning) เพื่อรักษาระดับผลผลิต (Supply) ที่จะออกสู่ตลาดอย่างเหมาะสม ● นโยบายส่วนใหญ่ขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือแม้หน่วยงานรัฐด้วยกัน

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

ปัจจัยดึงดูด/ผลักดัน	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศและโลจิสติกส์		
	ระบบโลจิสติกส์ (การค้าขายแดน)	- ประเทศไทยมีจุดเคลื่อนย้ายหรือการขนส่งยางพาราที่มีศักยภาพหลายจุด รวมถึงมีด่านชายแดนในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้หลายประเทศ ประกอบกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ของไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดีสามารถส่งออกได้ครั้งละจำนวนมาก - โอกาสทางการค้าในเส้นทาง R3A และแม่น้ำโขง ซึ่งถือเป็นเส้นทางสายเศรษฐกิจที่สำคัญ และเป็นเส้นทางขนส่งที่มีศักยภาพในการส่งออกยางพาราของไทยไปตลาดจีนตอนใต้ในอนาคต	- การค้าส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการค้าชายแดน ซึ่งเป็นการค้าแบบไม่เป็นทางการ จึงทำให้มีข้อจำกัดค่อนข้างมากและมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าไปยังตลาดจีน (ตอนใต้) - ประเทศเพื่อนบ้านมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการค้าชายแดนและโลจิสติกส์ ส่งผลต่อระบบการจัดการโลจิสติกส์และใช้อุปทานการส่งออกยางพาราของไทย

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

และเพื่อให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกยางพาราของไทยในตลาดอาเซียน-จีน ในเส้นทาง R3A และเส้นทางแม่น้ำโขง ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ถึงศักยภาพการแข่งขันของไทยในแต่ละด้านในส่วนถัดไป

6.6 การวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้)

ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราภาคเหนือตอนบนของไทยไปยังประเทศจีน (ตอนใต้) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราของไถยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพและความสามารถโดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ Diamond Model ของ Micheal E. Porter โดยกรอบการวิเคราะห์แบบจำลอง Diamond Model ที่นำมาใช้ในครั้งนี้เพื่อประเมินหาสภาพการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อการส่งออกของไทย ซึ่งจะใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ด้วยองค์ประกอบ 5 ด้านหลัก ได้แก่ 1.องค์ประกอบด้านปัจจัยการผลิต (Factor Condition) 2. องค์ประกอบด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) 3.อุตสาหกรรมเชื่อมโยงและการสนับสนุน (Related and Supporting Industries) และ 4.บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for Firm strategy and rivalry) 5.นโยบายจากภาครัฐ ทั้งนี้ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์นี้ได้จากการลงพื้นที่สำรวจ สัมภาษณ์ และ ทบทวนวรรณกรรม ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้ (รูปที่ 6.23)

1. องค์ประกอบด้านปัจจัยการผลิต

สภาวะด้านปัจจัยการผลิตของยางพาราไทยนั้น จะเห็นได้ชัดว่าประเทศไทยนั้นมีทรัพยากรทางกายภาพที่สมบูรณ์ อันได้แก่ ภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมสำหรับการปลูกยางพารา รวมทั้งยังมีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มคุณภาพของผลผลิตต่อเนื่องนอกจากนี้ยังมีความร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ที่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน และเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการผลิตอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ผลผลิตที่ออกมามีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี

ถึงแม้ว่าประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านปัจจัยพื้นฐานทางการผลิตยางพาราในพื้นที่ภาคเหนือหลาย ด้านก็ตาม แต่จากการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในด้านการผลิต พบว่ามีปัญหาดังต่อไปนี้

- สถานที่เพาะปลูกยางพาราในภาคเหนือนั้นอยู่ห่างจากแหล่งรับซื้อ
- สถานที่เหมาะสมในการเพาะปลูกยางพาราระบายตัว
- ราคาปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะปุ๋ยและสารเคมีที่จำเป็นปัจจุบันมีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และราคาปลายทางสูงขึ้นด้วย
- เทคโนโลยีการผลิตที่มีในประเทศนั้นยังไม่เพียงพอจึงทำให้มีการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
- ด้านการแปรรูปของยางพารานั้นประเทศไทยยังขาดเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่จะผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก

ตารางที่ 6.18 การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านการผลิตยางพาราของไทย (กรณีศึกษาภาคเหนือตอนบน)

ปัจจัยด้านการผลิต	ผลการวิเคราะห์
1. ทรัพยากรทางกายภาพได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ คุณภาพของดินและทำเลที่ตั้งในการเพาะปลูก	+ ภูมิประเทศและภูมิอากาศในภาคเหนือตอนบนเหมาะสมต่อการปลูกยาง + เกษตรกรมีความชำนาญด้านการเพาะปลูกและมีความเชี่ยวชาญในการกรีดยาง + มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มคุณภาพของผลผลิต
2. ทรัพยากรมนุษย์ได้แก่ จำนวน แรงงาน ความพร้อม และ ศักยภาพการทำงานของแรงงาน	+ ยางพาราที่ได้มีมาตรฐานและคุณภาพ + ความร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ การดำเนินงาน และเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการผลิตอย่างต่อเนื่อง
3. ทรัพยากรความรู้ของผู้ผลิต และผู้ประกอบการ รวมถึง ความสามารถในการบริหารจัดการ และพัฒนาการผลิต	- ราคาปัจจัยการผลิต และแรงงานมีราคาสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น - เทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่มีการนำเข้ามาจากต่างประเทศจึงทำให้ต้นทุน การผลิตสูงเช่น เครื่องจักรผลิตล้อยาง และแม่พิมพ์/การออกแบบแม่พิมพ์ เป็นต้น
4. โครงสร้างพื้นฐาน ระบบการขนส่ง โทรคมนาคม	- ฤดูกาลมีผลต่อปริมาณและคุณภาพของน้ำยางพารา โดยในช่วงฤดูแล้ง ปริมาณน้ำฝนไม่เพียงพอทำให้น้ำยางพาราลดลง ส่วนในช่วงฤดูฝนจะทำให้น้ำ ยางพาราไม่มีคุณภาพ
5. พื้นที่ปลูกยางพารา	

2. องค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์

ในขณะที่แนวโน้มการส่งออกยางพาราของไทยที่อ้างอิงจากสถิตินั้นมีแนวโน้มการส่งออกไปยังจีนเพิ่มขึ้น อีกทั้งทางประเทศจีนนั้นมีการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง จึงทำให้มีอุปสงค์ที่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยนั้นก็ต้องเจอกับความเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์อยู่เสมอ ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาซื้อขายยางพาราของไทยเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 6.19 การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์

ปัจจัยด้านอุปสงค์	ผลการวิเคราะห์
1. ตลาดที่รองรับ	+ ตลาดต่างประเทศที่เป็นตลาดหลัก เช่น จีน มีแนวโน้มการส่งออกยางพารา เพิ่มขึ้น
2. ความต้องการของผู้บริโภค	
3. การตอบสนองของธุรกิจ	+ การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง - ความผันผวนของอุปสงค์

3. องค์ประกอบปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และการแข่งขัน

ปัจจุบันตลาดยางพารามีการเติบโตขึ้นเนื่องจากมีนโยบายสนับสนุนจากรัฐบาลภายในประเทศและความร่วมมือจากต่างประเทศที่มีเพิ่มมากขึ้น โดยรัฐบาลนั้นมีการกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อสนับสนุนสินค้าทางการเกษตรให้มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ทำให้มีความน่าเชื่อถือต่อสินค้าไทยในหลายรูปแบบ อีกทั้งมีศักยภาพที่เข้มแข็งในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ

อย่างไรก็ตามถึงแม้สถานการณ์การแข่งขันของตลาดยางพาราในประเทศมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นก็ตาม แต่อุปสรรคที่จะเกิดขึ้นจากการลงทุนจากต่างประเทศนั้นก็ส่งผลกระทบต่าง ๆ เช่นกัน ซึ่งได้แก่

- หากมีการเปิดประชาคมอาเซียนแล้ว ตลาดการค้าจะมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการขยายฐานการผลิตและการแปรรูปในประเทศเพื่อนบ้านที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทย

ตารางที่ 6.20 การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และการแข่งขัน

ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์โครงสร้างและการแข่งขัน	ผลการวิเคราะห์
1. เป้าหมายและยุทธศาสตร์ 2. การแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในประเทศ 3. บริบทการแข่งขันกับต่างประเทศ	+ มีความร่วมมือและส่งเสริมการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ
	+ มีการสร้างมาตรฐานการส่งออกในทิศทางเดียวกัน
	+ สร้างความน่าเชื่อถือในด้านสินค้าไทยในหลาย ๆ รูปแบบ
	+ ศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นมีความเข้มแข็งพอ
	- มีการกำหนดนโยบายสนับสนุนที่ไม่ค่อยชัดเจน
	- ตลาดมีการแข่งขันสูงเมื่อมีการเปิดประชาคมอาเซียน

4. ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน

จากการศึกษานั้นพบว่าประเทศจีนนั้นเป็นตลาดหลักที่สำคัญที่ทำการส่งออกผลผลิตทางการเกษตร เนื่องจากเส้นทางคมนาคมระหว่างประเทศนั้นมีหลากหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ อีกทั้งจีนนั้นยังมีการนำเข้ายางพารอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

ถึงแม้ว่าการส่งออกยางพาราไปจีน (ตอนใต้) นั้นมีแนวโน้มในการส่งออกที่เพิ่มขึ้น แต่ระบบการจัดการในอุตสาหกรรมยางพาราก็มีอุปสรรค ด้วยเช่นกัน คือ

- มีข้อจำกัดในด้านปัจจัยในการอำนวยความสะดวกในอุตสาหกรรมปลายน้ำ

ตารางที่ 6.21 การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน	ผลการวิเคราะห์
1. อุตสาหกรรมต้นน้ำ	+ ประเทศไทยมีเส้นทางการส่งออกสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านหลายเส้นทาง
2. อุตสาหกรรมกลางน้ำ	+ มีการนำเข้ายางพาราของไทยอย่างต่อเนื่อง
3. อุตสาหกรรมปลายน้ำ	- ขาดปัจจัยในด้านการอำนวยความสะดวกในอุตสาหกรรมปลายน้ำ เช่น อุตสาหกรรมโรงงานผลิตภัณฑ์ยางพารา ยางล้อรถยนต์ ถุงมือ เป็นต้น

5. นโยบายภาครัฐ

เนื่องจากประเทศไทยนั้นมีการปลูกยางพาราเป็นจำนวนมากและจากแนวโน้มของการส่งออกยางพาราที่มีเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีปัญหาในด้านของผลผลิตที่มีมากเกินไปความต้องการในประเทศ จึงทำให้ภาครัฐนั้นมีการกำหนดนโยบายการส่งออกสินค้า นโยบายการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การลดภาษีนำเข้า – ส่งออก การส่งเสริมการวิจัยเพื่อพัฒนาด้านต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการลงทุนด้านระบบโลจิสติกส์ ตลอดจนการให้การสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการในการส่งออกยางพาราไทยไปต่างประเทศ โดยกำหนดนโยบายการสร้างมาตรฐานการส่งออกผลผลิตให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าการดำเนินงานของภาครัฐนั้นยังต้องแก้ไขในด้านต่างๆ ดังนี้

- นโยบายการประกันราคาผลผลิตทางการเกษตรของภาครัฐมีความผันผวนอย่างรวดเร็วและไม่ต่อเนื่อง
- ข้อจำกัดในการเชื่อมโยงข้อมูลและการประสานงานของหน่วยงานรัฐบาลที่ขาดระบบและไม่มีประสิทธิภาพ

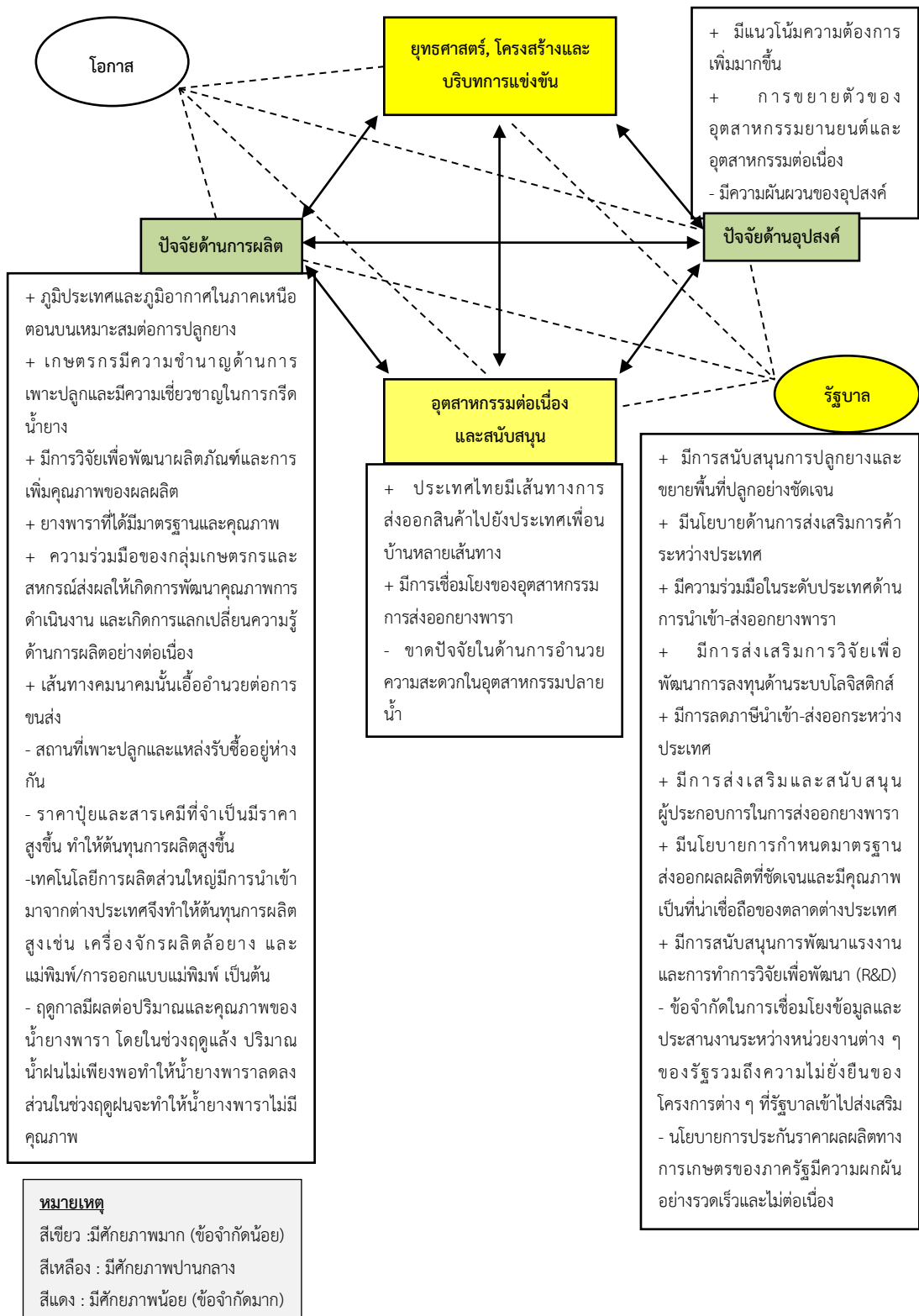
ตารางที่ 6.22 การวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐ

บทบาทของภาครัฐ
+ มีการสนับสนุนการปลูกยางและขยายพื้นที่ปลูกอย่างชัดเจน
+ มีนโยบายด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
+ มีความร่วมมือในระดับประเทศด้านการนำเข้า-ส่งออกยางพารา
+ มีการส่งเสริมการวิจัยเพื่อพัฒนาการลงทุนด้านระบบโลจิสติกส์
+ มีการลดภาษีนำเข้า-ส่งออกระหว่างประเทศ
+ มีการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในการส่งออกยางพารา
+ มีนโยบายการกำหนดมาตรฐานส่งออกผลผลิตที่ชัดเจนและมีคุณภาพ เป็นที่น่าเชื่อถือของตลาดต่างประเทศ
+ มีการสนับสนุนการพัฒนาแรงงานและการทำการวิจัยเพื่อพัฒนา (R&D)
- ข้อจำกัดในการเชื่อมโยงข้อมูลและประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐรวมถึงความไม่ยั่งยืนของโครงการต่าง ๆ ที่รัฐบาลเข้าไปส่งเสริม
- นโยบายการประกันราคาผลผลิตทางการเกษตรของภาครัฐมีความผันผวนอย่างรวดเร็วและไม่ต่อเนื่อง

ตารางที่ 6.23 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดยางพาราไทยเพื่อการส่งออกไปยังจีน (ตอนใต้)

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	ศักยภาพเชิงบวก (+)	ข้อจำกัด/ความเสียเปรียบ (-)
ปัจจัยด้านการผลิต	- ภูมิประเทศและภูมิอากาศในภาคเหนือตอนบนเหมาะต่อการปลูกยาง - เกษตรกรมีความชำนาญด้านการเพาะปลูกและมีความเชี่ยวชาญในการกรีดยาง - มีการวิจัยเพื่อพัฒนาการแปรรูปยางพาราและการเพิ่มคุณภาพของผลผลิต - ยางพาราที่ได้มีมาตรฐานและคุณภาพ - ความร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงาน และเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการผลิตอย่างต่อเนื่อง	- ราคาปัจจัยการผลิต และแรงงานมีราคาสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น - เทคโนโลยีส่วนใหญ่มีการนำเข้ามาจากต่างประเทศจึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ฤดูกาลมีผลต่อปริมาณและคุณภาพของน้ำยางพารา โดยในช่วงฤดูแล้ง ปริมาณน้ำฝนไม่เพียงพอทำให้น้ำยางพาราลดลง ส่วนในช่วงฤดูฝนจะทำให้ น้ำยางพาราไม่มีคุณภาพ
ปัจจัยด้านอุปสงค์	- ตลาดต่างประเทศที่เป็นตลาดหลัก เช่น จีน มีแนวโน้มการส่งออกยางพาราเพิ่มสูงขึ้น - การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง	มีความผันผวนของอุปสงค์
ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์โครงสร้าง และการแข่งขัน	- มีความร่วมมือและการลงทุนในและต่างประเทศ - มีการสร้างมาตรฐานการส่งออกในทิศทางเดียวกัน - สร้างความน่าเชื่อถือในด้านสินค้าไทยในหลาย ๆ รูปแบบ - ศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นมีความเข้มแข็งพอ	- มีการกำหนดนโยบายสนับสนุนที่ไม่ค่อยชัดเจน - ตลาดมีการแข่งขันที่สูงขึ้น

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	ศักยภาพเชิงบวก (+)	ข้อจำกัด/ความเสียเปรียบ (-)
ปัจจัยด้านอุตสาหกรรม ต่อเนื่องและสนับสนุน	- ประเทศไทยมีเส้นทางการส่งออกสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านหลายเส้นทาง - มีการนำเข้ายางพาราของไทยอย่างต่อเนื่อง	ขาดปัจจัยในการอำนวยความสะดวกในอุตสาหกรรมปลายน้ำเช่น โรงงานอุตสาหกรรมผลิตล้อยางชนิดต่างๆ เครื่องมือแพทย์ ถุงมือยาง เป็นต้น
นโยบายภาครัฐ	- มีการสนับสนุนการปลูกยางพาราและขยายพื้นที่ปลูกอย่างชัดเจน - มีนโยบายด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ - มีความร่วมมือในระดับประเทศด้านการนำเข้า-ส่งออกยางพารา - มีการส่งเสริมการวิจัยเพื่อพัฒนาการลงทุนด้านระบบโลจิสติกส์ - มีการลดภาษีนำเข้า-ส่งออกระหว่างประเทศ - มีการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในการส่งออกยางพารา - มีนโยบายการกำหนดมาตรฐานส่งออกผลผลิตที่ชัดเจนและมีคุณภาพ เป็นที่น่าเชื่อถือของตลาดต่างประเทศ - มีการสนับสนุนการพัฒนาแรงงานและการทำการวิจัยเพื่อพัฒนา (R&D)	- ข้อจำกัดในการเชื่อมโยงข้อมูลและประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐรวมถึงความไม่ยั่งยืนของโครงการต่างๆ ที่รัฐบาลเข้าไปส่งเสริม - นโยบายการประกันราคาผลผลิตทางการเกษตรของภาครัฐมีความผันผวนอย่างรวดเร็วและไม่ต่อเนื่อง



รูปที่ 6.29 ผลสรุปการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรของศักยภาพของยางพาราไทย (ภาคเหนือตอนบน)

6.7 แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

จากข้อมูลโอกาสและอุปสรรคของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียน-จีน ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีโอกาสด้านการตลาดที่ดี แต่ยังคงมีความท้าทายในหลายมิติ ดังนั้นผู้เล่นในโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ (เกษตรกร) ถึงปลายน้ำ (ผู้ประกอบการแปรรูป/ผู้ส่งออก) จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนและหาแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยแนวทางการปรับตัวดังกล่าวควรเป็นการบริหารจัดการเชิงระบบที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต การตลาดและการค้าระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานแต่ละส่วนจากปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดการโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราที่เหมาะสม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 6.24

ตารางที่ 6.24 แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
เกษตรกรสวนยางพารา	ด้านการผลิต - ภาคเหนือเป็นเขตพื้นที่เริ่มทำการปลูกยางพาราซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการปลูกยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพารา การคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา ปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศหรือฤดูกาลทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตยางไม่สม่ำเสมอ - ชาวสวนยางเป็นเกษตรกรรายย่อยทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์การผลิตยังไม่มีคุณภาพทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำ - ขาดความรู้การรักษาคูณภาพของผลผลิตยางพาราล้างจากการกรีดยาง รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นเหตุทำให้ราคาขายยางได้น้อย	- จัดตั้งกลุ่มหรือการรวมตัวของเกษตรกรในพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาความรู้และเสริมสร้างทักษะในกลุ่มด้วยตนเอง ทำให้กลุ่มเกษตรกรเกิดความเข้มแข็ง - ฤดูกาลขึ้นอยู่กับสภาพอากาศของแต่ละพื้นที่จึงไม่สามารถควบคุมได้ แต่เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ - เสริมสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกร และเตรียมความพร้อมในด้านพัฒนาผลผลิตยางพาราให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดและมีมาตรฐานมากขึ้น รวมถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่ายางพาราเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนยางจะช่วยให้มีการ พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น	- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม - นโยบายส่งเสริมการผลิตที่สอดคล้องกับรูปแบบการการเพิ่มมูลค่าของยางพาราให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาด
	ด้านการตลาด - ขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคา และสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาขายผลผลิตยางพาราได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่นิยมทำสวนยางแบบเกษตรกรเชิงเดี่ยว (ไม่นิยมรวมกลุ่มกันเพื่อการตั้งอำนาจต่อรอง) เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้ง่าย	- ปัจจุบันราคายางมีความผันผวนจึงไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรรวมกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคา อีกทั้งควรตั้งศูนย์กระจายข่าวประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่สำคัญให้กับเกษตรกร เพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเกษตรกรกับภาครัฐ และเอกชน ซึ่งถือเป็นการพัฒนา ด้าน Information Flow ของเกษตรกรและภาคี - นโยบายการสร้างข้อตกลงหรือมาตรฐานทางการค้าร่วมกันในพื้นที่ เพื่อเป็นการป้องกันการถูกเอาเปรียบทางการค้า

สหกรณ์การเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
	ด้านการผลิต - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้ จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร - วัสดุอุปกรณ์การผลิตยางแผ่นของสหกรณ์ยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร - สหกรณ์จะเน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรจังหวัดเชียงรายเน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ	หาแนวทางในการเข้าร่วมกลุ่มเกษตรกรในการส่งผลผลิตให้สหกรณ์เป็นน้ำยางสด - ก่อตั้งศูนย์รวบรวมข้อมูลสมาชิกเกษตรกรผู้ผลิตยางภายในเขตที่รับผิดชอบ - พัฒนาบุคลากรในองค์กร จัดตั้งระบบการจัดการในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ - นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ที่มุ่งพัฒนาการผลิตยางแผ่น - นโยบายส่งเสริมการผลิตน้ำยางสดของสหกรณ์การเกษตร
	ด้านการตลาด - ขาดการบริการด้านข้อมูล อาทิ ข้อมูลด้านราคาสถานการณ์ซื้อขายยางแต่ละชนิด ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความถูกต้องสามารถเชื่อมโยงราคาระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นได้ - ขาดความรู้และช่องทางการจัดจำหน่าย	- เชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายของอุตสาหกรรมการผลิตปลายน้ำ หรือกลุ่มผู้รับซื้อยางพารา(แผ่นยางรมควัน) - เชื่อมโยงกับตลาดซื้อขายของเกษตรกรชาวสวนยางพารา - นำเสนอข้อตกลง หรือผลประโยชน์ระหว่างสหกรณ์กับเกษตรกรชาวสวนยางพาราให้มีความชัดเจน	- นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางพารา - นโยบายการสร้าง cluster
	ด้านการขนส่ง - สหกรณ์การเกษตรยังขาดความรู้ด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ของการขนส่งยางพารา	- สร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมด้านการจัดการโลจิสติกส์ในระบบการค้าการขนส่ง	- นโยบายการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ผู้ประกอบการ/โรงงานแปรรูปการเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
	การผลิต - ขาดจุดรับซื้อยางพารา อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางพาราที่รับซื้อยังด้อยคุณภาพ	- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเก็บเกี่ยวผลผลิต - จัดตั้งศูนย์รวมรวมผลผลิตและการคัดเลือกยาง - จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมแรงงานที่ขาดทักษะ หรือตั้งศูนย์อบรมเทคโนโลยีอย่างครบวงจร ของผู้ประกอบการ - มีการวางแผนการผลิตทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงคัดเลือกและการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหลัก ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าอย่างต่อเนื่อง	- นโยบายพัฒนาคุณภาพการผลิตและนวัตกรรมในการคัดเลือกผลผลิตยางพารา - นโยบายการตั้งจุดรับซื้อยางพาราที่ได้มาตรฐาน และการฝึกอบรมทางด้านเทคโนโลยีการผลิตยางพารา - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางของไทย - นโยบายการสร้างมาตรฐานหรือข้อ ต ก ล ง ร ่วม กั น ใน ก ล ุ่ ม ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการร่วมสร้างอัตลักษณ์และมาตรฐานยางพาราไทย
	ด้านการตลาด - ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ยังขาดระบบการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย การเจรจากับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีน - มีการแข่งขันสูงระหว่างผู้ประกอบการในภาคเหนือ เช่น การกว้านซื้อยาง แครพแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)	- การจัดตั้งตลาดกลางยางพาราขึ้นภาคเหนือตอนบน - การพัฒนาเชื่อมโยงตลาด สร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการเพื่อการ รวม ตัว ค้า ขาย ได้อ ย่ ง มี ประสิทธิภาพ	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าของไทยและของต่างประเทศ - นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งพัฒนาการผลิต การแปรรูปและการตลาด ในอนาคต - เรื่องการตลาดของไทยทางภาคเหนือตอนบน น่าจะส่งออกในรูปแบบยางพร้อมนำไปทำผลิตภัณฑ์ เช่น ยางแท่ง Compound หรือยางแผ่นรมควัน (R85)
	ด้านการแปรรูปยางพารา - เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต	- ศึกษาแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตยางพาราให้ได้มาตรฐาน การส่งออก STR ไปยังประเทศเพื่อนบ้านจีน (ตอนใต้) - ถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยีด้านการแปรรูปผลผลิต - จัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านยางพาราทำหน้าที่ฝึกอบรมบุคลากรให้กับภาคอุตสาหกรรมการแปรรูป	- นโยบายผลักดันและพัฒนา Thai Brand/Standard - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางพาราของไทย
	ด้านการขนส่ง - จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากในแต่ละพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าไม่เต็มล้งรถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง	- สร้างความเข้าใจด้านการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำจะสามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้ - การขยายจุดรับซื้อยางพาราให้ถึงพื้นที่การเพาะปลูกยางพารา	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาขยายจุดรับซื้อยางพาราในอนาคต - ควรพัฒนาการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเส้นทางหลัก 2 เส้นทาง คือ ทาง R3A และแม่น้ำโขงเป็นหลัก

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราในตลาดโลก ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของไทยในปัจจุบัน ราคายางพารามีแนวโน้มลดลงจากเดิมเป็นอย่างมาก อันมีสาเหตุหลักมาจากการผันผวนของราคายางพาราในตลาดโลกและปริมาณผลผลิตยางพาราที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราของตลาดผู้ใช้อย่างพาราที่สำคัญ เช่น การลงทุนของนักลงทุนจีนในเขตพื้นที่ทำการผลิตและตัวโรงงานแปรรูปยางพาราในประเทศ สปป.ลาว และ สหภาพเมียนมา เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวถือเป็นโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทยที่มีอาณาเขตเชื่อมต่อไปยังประเทศ สปป.ลาว และจีน (ตอนใต้)

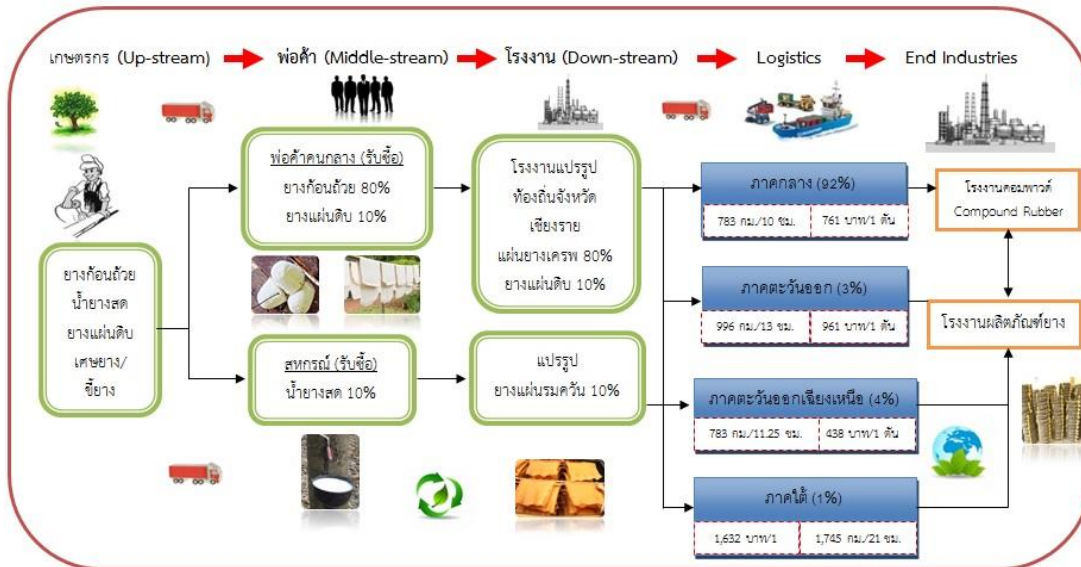
7.1 โซ่อุปทานและความเชื่อมโยงของตลาดยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

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

สหกรณ์การเกษตรเริ่มเข้ามาบทบาทมากขึ้นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน สหกรณ์หลายแห่งมีการส่งเสริมและรับซื้อน้ำยางสดจากเกษตรกรเพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการนำเข้าสู่โรงงานแปรรูปในภูมิภาคอื่นต่อไป

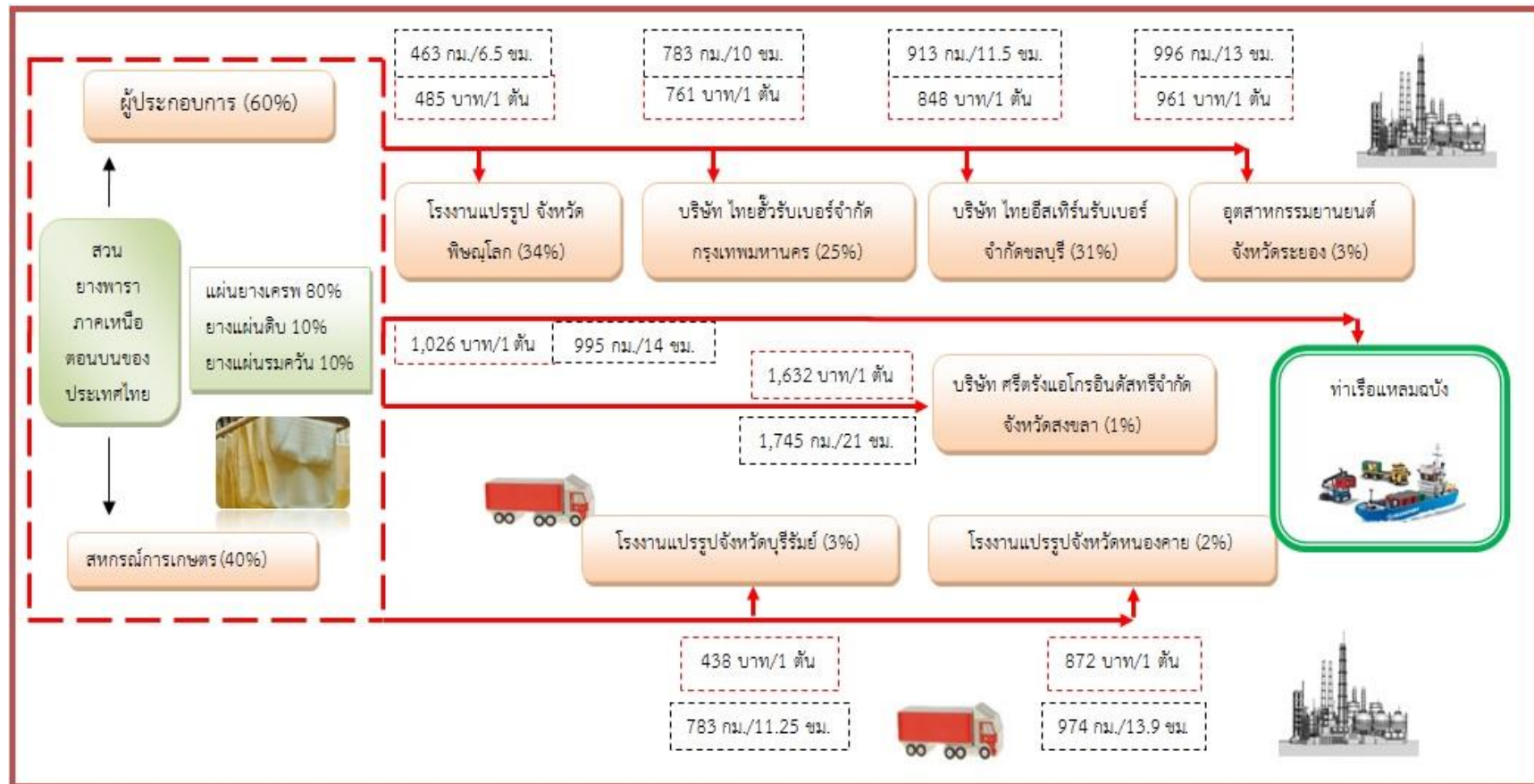
โรงงานแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนยังมีจำนวนไม่มาก และส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กถึงขนาดกลางซึ่งมีการแปรรูปผลผลิตในขั้นต้นเท่านั้น โรงงานแปรรูปท้องถิ่นทำการแปรรูปยางก้อนถ้วย เป็นแผ่นยางเครพประมาณร้อยละ 80 แปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นดิบประมาณร้อยละ 10 และแปรรูปยางแผ่นดิบเป็นยางแผ่นรมควันประมาณร้อยละ 10 แล้วส่งผลผลิตที่ได้ไปยังโรงงานแปรรูปขั้นกลางและขั้นสูงในภูมิภาคอื่น ๆ ต่อไป โดยตลาดที่ผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือตอนบนและสหกรณ์ส่งผลผลิตไปจำหน่ายจะอยู่เป็นโรงงานแปรรูป

รูปขนาดใหญ่ในเขตในภาคกลาง (คิดเป็นร้อยละ 92) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (คิดเป็นร้อยละ 4) ภาคตะวันออก (คิดเป็นร้อยละ 3) และภาคใต้ (คิดเป็นร้อยละ 1) รายละเอียดรูปที่ 7.1



รูปที่ 7.1 โซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน (กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย)

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเส้นทางโลจิสติกส์ และสัดส่วนการขนส่งยางพาราจากจังหวัดเชียงรายไปยังผู้ประกอบการแปรรูปในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย โดยใช้กรณีศึกษาบริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด ซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ในจังหวัดเชียงราย และเขตภาคเหนือตอนบนของไทย เพื่อให้เห็นภาพรวมของโครงสร้างตลาดและต้นทุนการขนส่งยางพาราจากจังหวัดเชียงรายไปยังภูมิภาคต่างๆ ดังรูป 7.2



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ประกอบการยางพาราจังหวัดเชียงราย, 2558

รูปที่ 7.2 โครงสร้างตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย (บริษัทเชียงรายยางพาราเซนเตอร์ จำกัด)

7.2 ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของไทย

อุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนนี้มีศักยภาพการผลิตอยู่ในเกณฑ์ที่สูง แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ปัญหาด้านราคายางซึ่งผันผวนอย่างต่อเนื่อง ปัญหาด้านความไม่เป็นธรรมในระบบการตลาด ปัญหาการขาดแหล่งรับซื้อหรือตลาดกลางในการรับซื้อและรวบรวมผลผลิตยาง ปัญหาการขาดแหล่งผลิตหรือโรงงานพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือแปรรูปยางโดยใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยตามความต้องการของการแข่งขันในตลาดโลก ปัญหาด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นต้น ซึ่งทำให้เกษตรกร รวมถึงผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมในธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนต้องเร่งหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพาราอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปประเด็นปัญหาต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ (ตาราง 7.1)

ตารางที่ 7.1 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน

ประเด็นปัญหา	เกษตรกรชาวสวนยาง
การผลิต	- เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและความชำนาญในการเลือกพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม เกษตรกรมีการปลูกยางทั้งในเขตพื้นที่ราบสูงและพื้นที่นา รวมถึงการขาดความรู้ในการคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา - มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกยางพาราซึ่งพื้นที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เนินเขา และเกษตรกรบางส่วนมีการปลูกยางพาราในพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ - ขาดความรู้และทักษะในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพาราปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการจำกัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และมีความรู้ในการผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิตรวมถึงปัญหาค่าแรงงานต่ำที่สูงขึ้นส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตยางพารา - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพสภาพอากาศ หรือฤดูกาลในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทำให้เก็บผลผลิตได้ไม่สม่ำเสมอ - ประสิทธิภาพผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลผลิตในภาคอื่น รวมถึงผลผลิตในภาพรวมยังมีคุณภาพไม่สูงมากนัก เนื่องจากชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพในการเก็บเกี่ยว ส่งผลทำให้ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำแต่อย่างไรก็ดีผลผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนของเกษตรกรบางส่วนที่มีระบบการผลิตและการจัดการที่ดี ซึ่งสามารถผลิตยางพาราที่มีคุณภาพสูงได้ - ขาดความรู้ด้านการรักษาคุณภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการเก็บเกี่ยว (กรีดยาง) รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาขายยางไม่สูง - การผลิตยางพาราในเขตภาคเหนือมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ประกอบกับราคาสุด เครื่องมืออุปกรณ์การเกษตร มีราคาสูงขึ้น
การตลาด	- การเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง สาเหตุจากการที่เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรอง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ไม่นิยมรวมกลุ่มกัน เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง

	ได้โดยง่ายอีกทั้งจำนวนพ่อค้าหรือผู้ประกอบการที่เข้ามาจับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมีจำนวนไม่มาก หรือกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะตลาดแบบกึ่งผูกขาด - ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างให้แก่เกษตรกร - ขาดระบบการบริหารข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - ปัจจุบันชาวสวนยางพาราจะพึ่งตัวพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก โดยหลังจากที่ชาวสวนยางกรีดยางเสร็จก็จะไปขายให้กับ ตลาดรับซื้อยางท้องถิ่น จากนั้นตลาดในท้องถิ่นก็ส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง เพื่อส่งต่อไปโรงงานเอกชนอีกทอดหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ชัดว่าวงจรการรับซื้อยางพาราจะเป็นไปหลายทอด ส่งผลให้ชาวบ้านเสียผลประโยชน์จากการหักหัวคิวของพ่อค้าคนกลางในแต่ละทอด
พ่อค้าคนกลาง/สหกรณ์	
กลุ่ม/สมาชิก	- สหกรณ์ยังขาดระบบการจัดการเก็บข้อมูลของสมาชิก รวมถึงระบบการจัดตั้งกองทุนยาง เพื่อเป็นกองทุนสำหรับใช้ในการพัฒนาการเพาะปลูกยางพาราในแต่ละพื้นที่ - การแย่งลูกค้าระหว่างพ่อค้าคนกลาง และสหกรณ์ ในเขตพื้นที่เดียวกันทำให้สมาชิกหันไปใช้บริการจากพ่อค้าคนกลางแทนการใช้บริการของสหกรณ์ - สหกรณ์ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรบางส่วนได้จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร
การผลิต/ การแปรรูป	- ถึงแม้ระบบการจัดการในรูปแบบสหกรณ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการผลิตและการตลาด แต่สหกรณ์ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในด้านการจัดการและการแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างให้แก่เกษตรกร เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ยังขาดความชัดเจน รวมถึงนโยบายและระเบียบว่าด้วยการตั้งโรงงานเพื่อแปรรูปผลผลิตยางพาราที่ทำให้สหกรณ์ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ - การรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรบางช่วงยังไม่ได้ปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิต จึงส่งผลให้ชะลอการผลิต และการส่งสินค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย - สหกรณ์เน้นการผลิตยางแผ่นดิบ แล้วนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่เน้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าน้ำยางสด จึงทำให้น้ำยางสดขาดตลาดไม่เพียงการพอต่อการนำมาแปรรูปยางแผ่นดิบ
การตลาด	- ปัญหาการขาดแคลนผู้รับซื้อผลผลิตในพื้นที่ และยังไม่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราขนาดใหญ่ในพื้นที่ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขั้นสูงเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา - ปัญหาการตลาดหรือเครือข่ายที่เชื่อมโยงยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ สหกรณ์ยังไม่สามารถเชื่อมโยงระบบเครือข่ายทางการตลาดได้ดีเท่าที่ควร จึงเกิดการแตกแยกของกลุ่มสมาชิก การแย่งการรับซื้อของพ่อค้าคนกลางจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่เชื่อมโยงกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับสหกรณ์ - ขาดบริหารจัดการด้านข้อมูลทางการค้า อาทิ ข้อมูลด้านราคา และข้อมูลสถานการณ์ซื้อขายที่ถูกต้องและทันสมัย ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น

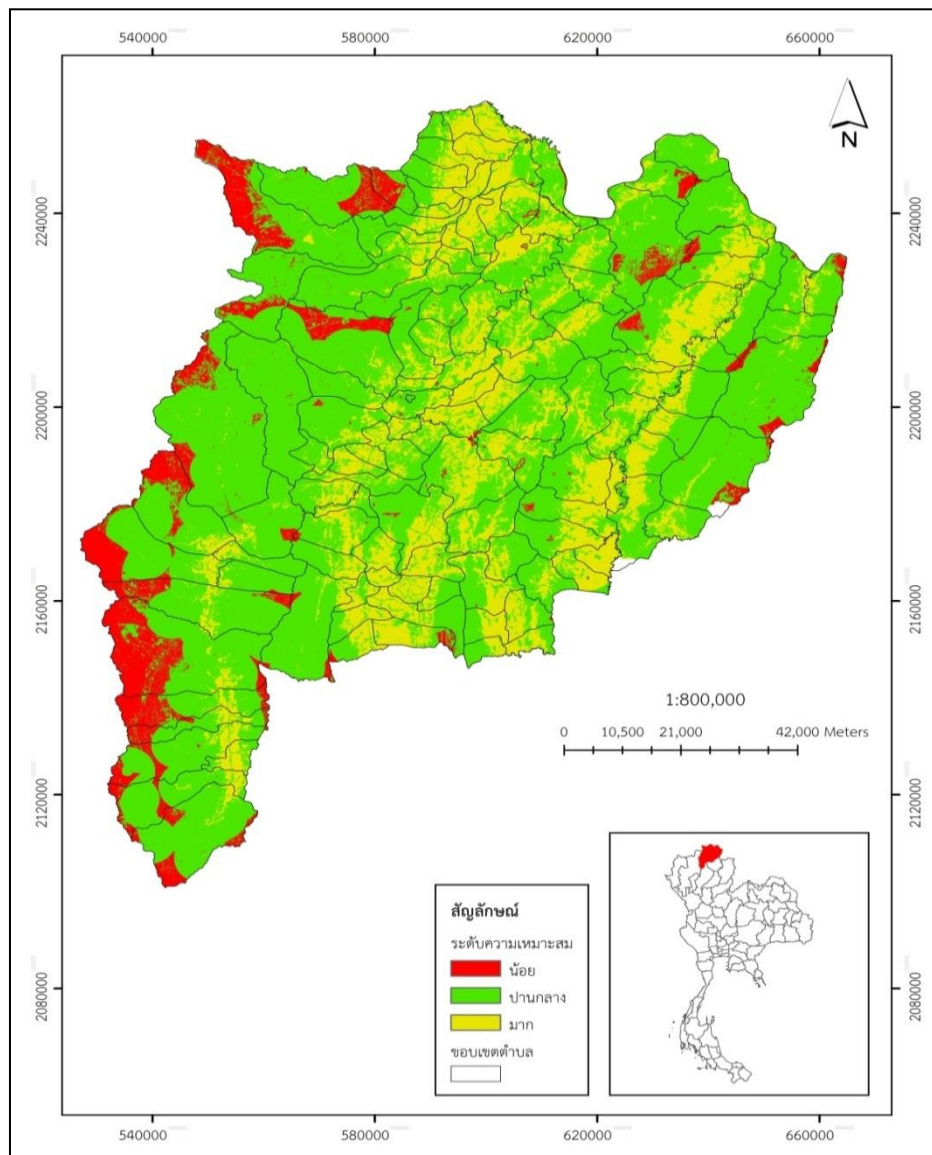
การขนส่ง	- ขาดบุคลากรที่ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านการจัดการระบบโลจิสติกส์ ในการการขนส่งยางพาราไปจำหน่ายยังตลาดเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ เนื่องจากต้นทุนโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน - พื้นที่และเส้นทางในการรวบรวมยางพาราจากเกษตรกรเข้าถึงยาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ราบสูงเนินเขา
ผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน	
การรับซื้อ	- ขาดการวิเคราะห์จุดรับซื้อยางพาราที่เหมาะสม อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราส่วนใหญ่ในปัจจุบันอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางที่รับซื้อส่วนใหญ่ยังมีคุณภาพไม่สูงมาก และมีความผันผวนในด้านคุณภาพอย่างมาก
การตลาด	- ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ขาดทักษะและข้อมูลด้านการจัดการการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย รวมถึงโอกาสในการเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ผู้ประกอบการจีน - มีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การกว้านซื้อยางเคพรของพ่อค้าต่างถิ่นแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)
การแปรรูปยาง	- เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต
การขนส่ง	- จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากเนื่องจากเป็นพื้นที่เนินเขาและอยู่ห่างไกล - โครงสร้างพื้นฐานด้านเส้นทางการขนส่งทางบก ในบางพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่สามารถบรรทุกได้เต็มสัปดาห์บรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการผลิต และโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิตและการจัดการโลจิสติกส์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดสรรพื้นที่ตั้งจุดรับยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนบริหารจัดการเชิงพื้นที่ต่อไป โดยมีรายละเอียดในส่วนถัดไป

7.3 ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการหาจุดที่เหมาะสมสำหรับการตั้งจุดรับซื้อยางพารา

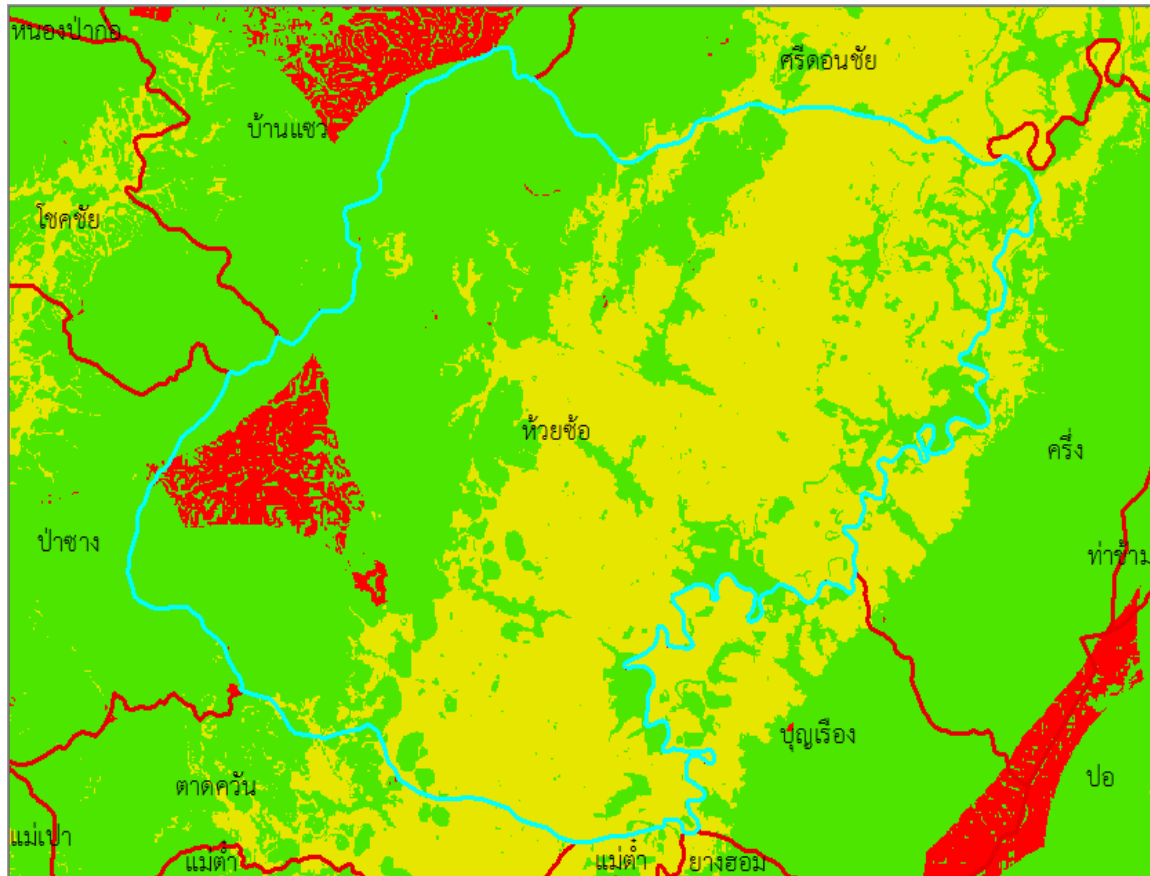
ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งจุดรับซื้อยางพารา โดยใช้กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย เพื่อใช้ต้นแบบของการวิเคราะห์และนำข้อมูลไปช่วยในการวางแผนพัฒนาตลาดและจุดรับซื้อยางพาราในอนาคต โดยใช้เทคนิคด้านระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการใช้ตัดสินใจตั้งจุดรับซื้อยางพารา จากการวิเคราะห์โดยใช้ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยจากการประเมิน

ของผู้เชี่ยวชาญในโซ่ปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน โดยทำการประเมินแบบ Pairwise Comparison และวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักโดยกระบวนการการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) โดยแบ่งสีตามพื้นที่ 3 ระดับ ได้แก่ เหมาะสมน้อย (สีแดง) เหมาะสมปานกลาง (สีเขียว) และเหมาะสมมาก (สีเหลือง) ซึ่งจากการวิเคราะห์สามารถกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในจังหวัดเชียงรายได้ ดังรูป 7.3



รูปที่ 7.3 พื้นที่เหมาะสมในการจัดตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในจังหวัดเชียงราย

และการข้อมูลวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ในการตั้งจุดรับซื้อยางพาราในจังหวัดเชียงราย เห็นได้ว่า ตำบล ห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จ.เชียงราย เป็นเป็นบริเวณที่มีความเหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราในระดับมากที่สุด (รูปที่ 7.4) ของพื้นที่จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีลักษณะที่เหมาะสมและสอดคล้องกับปัจจัยทั้งในด้านภูมิศาสตร์ และด้านการจัดการโลจิสติกส์ อาทิ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของตำบลห้วยซ้อส่วนใหญ่เป็นที่ราบ และมีความลาดชัน น้อย มีถนนตัดผ่านพื้นที่ทั่วทั้งตำบล และมีแหล่งชุมชนกระจายอยู่ทั่วไป เป็นต้น

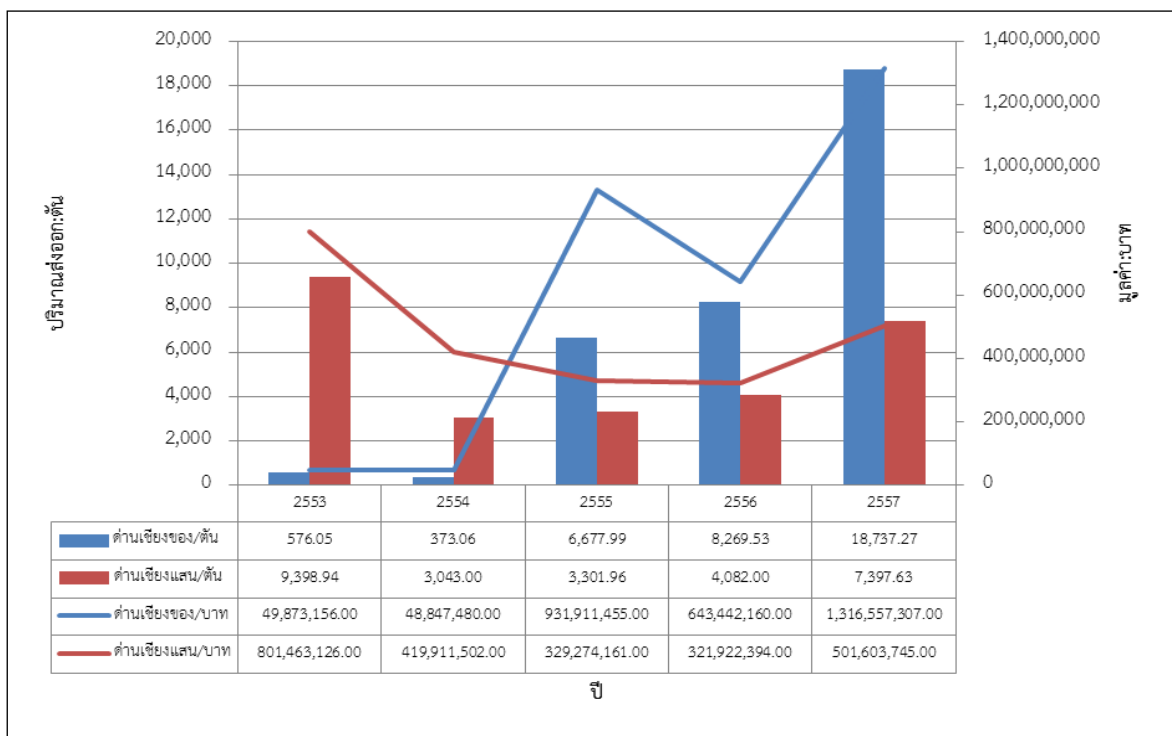


รูปที่ 7.4 พื้นที่เหมาะสมในการตั้งจุดรับซื้อน้ำยางพาราของตำบลห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เหมาะสมน้อย (สีแดง) เหมาะสมปานกลาง (สีเขียว) และเหมาะสมมาก (สีเขียว)

7.4 โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยาพาราของไทยในตลาดอาเซียน-จีน (ตอนใต้)

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

จากการวิเคราะห์สถิติการส่งออกยาพาราของไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้านผ่านด่านชายแดนในเขตภาคเหนือตอนบนพบว่า มีการส่งออกยาพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงใหม่และด่านศุลกากรเชียงของ จังหวัดเชียงรายเพื่อส่งออกไปยังประเทศสปป.ลาว และจีน (ตอนใต้) ซึ่งแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเทียบสัดส่วนการขนส่งยาพาราผ่านเส้นทางศุลกากรเชียงใหม่และด่านศุลกากรเชียงของในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันเส้นทางส่งออกของยาพาราผ่านเส้นทางด่านศุลกากรเชียงของเป็นที่นิยมมากกว่า ด่านศุลกากรเชียงใหม่เมื่อเทียบเป็นมูลค่าแล้ว ในปี 2557 มีอัตราการขนส่งยาพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของมากกว่าด่านศุลกากรเชียงใหม่สูงถึง ร้อยละ 65 และในอนาคตคาดว่าจะมีการขนส่งยาพาราผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะเพิ่มมากขึ้น โดยเส้นทางขนส่งผ่านด่านศุลกากรเชียงของจะขนส่งสินค้าไปยังประเทศหลัก 2 ประเทศ ได้แก่ สปป.ลาว และประเทศจีน (ตอนใต้) ซึ่งสัดส่วนการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (รูปที่ 7.5)



ที่มา รวบรวมโดยผู้วิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากกรมศุลกากรเชียงรายและเชียงราย จ.เชียงราย, 2557

รูปที่ 7.5 สถิติการส่งออกยางพาราผ่านด่านศุลกากร อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ จ.เชียงราย

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

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีโอกาสนในการส่งออกยางพาราไปยังตลาดจีนตอนใต้ แต่ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐควรต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเชิงยุทธศาสตร์มาใช้ในการเสริมสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปประเทศจีน (ตอนใต้) จากการศึกษาพบว่าผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยตั้งเกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูปยางพารา และผู้ส่งออก รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ต้องเผชิญกับโอกาสและความท้าทายหลายประการทั้งในด้าน การผลิต การตลาด และการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถสรุปได้ดัง ตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.2 โอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราของไทยไปยังตลาดอาเซียน-จีน
(ตอนใต้)

ศักยภาพและความสามารถ	โอกาส		อุปสรรค	
	ปัจจัยทางการผลิต			
	การผลิต	- เกษตรกรมีศักยภาพและความสามารถในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพดีได้ - มีการพัฒนาการแปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง - มีวัตถุดิบมีความหลากหลายสามารถแปรรูปยางส่งเข้าตลาดได้หลายพื้นที่ เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางเครพ เป็นต้น - มีกลุ่มส่งเสริมการพัฒนาการผลิตยางเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกร หรือสหกรณ์ผู้ผลิตยางที่มีศักยภาพ และเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรรายย่อยได้		- เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในรูปแบบการกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูก รวมถึงความต้องการของตลาด (ความต้องการในประเทศและตลาดส่งออก) - ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและใช้ระยะเวลานานในการปลูกจนเก็บเกี่ยวผลผลิต ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่หันไปทำอาชีพอื่นหรือปลูกพืชชนิดอื่นเพื่อสร้างรายได้เพิ่มอาจส่งผลให้อนาคตพื้นที่ปลูกยางจะลดลง - ต้นทุนการปลูกยางของเกษตรกรค่อนข้างสูง
	นโยบายและการส่งเสริม	- ภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตยางพารา เพื่อป้อนตลาดเพื่อบริโภคในประเทศและส่งออกไปยังเพื่อนบ้านทั้งในส่วนของ การแปรรูปยางพาราอย่างต่อเนื่อง - หน่วยงานรัฐและเอกชนบางแห่งมีความเข้มแข็ง และสามารถสร้างเครือข่ายในการเพิ่มศักยภาพการผลิต และการตลาดได้ดี		- นโยบายการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐยังขาดกลยุทธ์ในเชิงรุกแบบบูรณาการตลอดโซ่อุปทาน นโยบายส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมการปลูกยาง และการพัฒนาพันธุ์ - ขาดนโยบายที่ชัดเจนในการวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด - ขาดนโยบายในการจัดสรรพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม (Zoning) เพื่อรักษาระดับผลผลิต (Supply) ที่จะออกสู่ตลาดอย่างเหมาะสม - นโยบายส่วนใหญ่ขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือแม้หน่วยงานรัฐด้วยกัน

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

ปัจจัยดึงดูด/ผลักดัน	โอกาส		อุปสรรค
	ปัจจัยด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศและโลจิสติกส์		
	ระบบโลจิสติกส์ (การค้าชายแดน)	- ประเทศไทยมีจุดเคลื่อนย้ายหรือการขนส่งทางพาราที่มีศักยภาพหลายจุด รวมถึงมีด่านชายแดนในการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้หลายประเทศ ประกอบกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ของไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดี สามารถส่งออกได้ครั้งละจำนวนมาก - โอกาสทางการค้าในเส้นทาง R3A และแม่น้ำโขงซึ่งถือเป็นเส้นทางสายเศรษฐกิจที่สำคัญ และเป็นเส้นทางการขนส่งที่มีศักยภาพในการส่งออกยางพาราของไทยไปตลาดจีนตอนใต้ในอนาคต	- การค้าส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการค้าชายแดน ซึ่งเป็นการค้าแบบไม่เป็นทางการ จึงทำให้มีข้อจำกัดค่อนข้างมากและมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าไปยังตลาดจีน (ตอนใต้) - ประเทศเพื่อนบ้านมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการค้าชายแดนและโลจิสติกส์ ส่งผลต่อระบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการส่งออกยางพาราของไทย

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

7.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

จากข้อมูลโอกาสและอุปสรรคของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน รวมถึงศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียน-จีน ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีโอกาสทางการตลาดที่ดี แต่ยังคงมีความท้าทายในหลายมิติ ดังนั้นผู้เล่นในโซ่อุปทานตั้งแต่เกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการแปรรูป/ผู้ส่งออก จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนและหาแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยแนวทางการปรับตัวดังกล่าวควรเป็นการบริหารจัดการเชิงระบบที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต การตลาดและการค้าระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานแต่ละส่วนจากปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดการโซ่อุปทาน

ยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรมยางพารา
ในเขตภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 7.3

ตารางที่ 7.3 แนวทางการปรับตัวของผู้เล่นในโซ่อุปทานยางพาราของไทยในเขตภาคเหนือตอนบน

	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
เกษตรกรสวนยางพารา	ด้านการผลิต - ภาคเหนือเป็นเขตพื้นที่เริ่มทำการปลูกยางพาราซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการปลูกยางพารา อาทิ โรคระบาดในยางพารา การคัดเลือกกล้าพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกยางพารา ปุ๋ยที่เหมาะสมสำหรับยางพารา และการกำจัดวัชพืช เป็นต้น เป็นผลทำให้มาตรฐานคุณภาพการผลิตที่ไม่คงที่ - ปัญหาความเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศหรือฤดูกาลทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตอย่างไม่สม่ำเสมอ - ชาวสวนยางเป็นเกษตรกรรายย่อยทำให้ขาดการบริหารจัดการ และอุปกรณ์การผลิตยังไม่มีคุณภาพทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตยังมีคุณภาพต่ำ - ขาดความรู้การรักษาสภาพของผลผลิตยางพาราหลังจากการกรีดยาง รวมถึงการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของยางพารา จึงเป็นเหตุทำให้ราคาขายยางได้น้อย	- จัดตั้งกลุ่มหรือการรวมตัวของเกษตรกรในพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาความรู้และเสริมสร้างทักษะในกลุ่มด้วยตนเอง ทำให้กลุ่มเกษตรกรเกิดความเข้มแข็ง - ฤดูกาลขึ้นอยู่กับสภาพอากาศของแต่ละพื้นที่ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ แต่เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ - เสริมสร้างความเข้าใจให้กับเกษตรกร และเตรียมความพร้อมในด้านพัฒนาผลผลิตยางพาราให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดและมีมาตรฐานมากขึ้น รวมถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่ายางพาราเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนยางจะช่วยให้มีการ พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น	- นโยบายการสร้างเครือข่ายเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกำหนด Zoning พื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่เหมาะสม - นโยบายส่งเสริมการผลิตที่สอดคล้องกับรูปแบบการเพิ่มมูลค่าของยางพาราให้เป็นที่ต้องการของตลาด - การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาด - นโยบายผลักดันการจัด Cluster ของเกษตรกร เช่น กลุ่มที่เน้นการผลิตน้ำยาง และกลุ่มที่เน้นผลผลิตยางก้อนถ้วย เป็นต้น
	ด้านการตลาด - ขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างตลาดกลาง และตลาดทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคา และสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง - เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาขายผลผลิตยางพาราได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่นิยมทำสวนยางแบบเกษตรกรเชิงเดี่ยว (ไม่นิยมรวมกลุ่มกันเพื่อการตั้งอำนาจต่อรอง) เป็นผลให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้ง่าย	- ปัจจุบันราคายางมีความผันผวนจึงไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรรวมกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคา อีกทั้งควรตั้งศูนย์กระจายข่าวประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่สำคัญให้กับเกษตรกร เพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเกษตรกรกับภาครัฐและเอกชน ซึ่งถือเป็นการพัฒนาด้าน Information Flow ของเกษตรกรและภาคี - นโยบายการสร้างข้อตกลง หรือมาตรฐานทางการค้าร่วมกันในพื้นที่ เพื่อเป็นการป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบทางการค้า

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

ผู้ประกอบการ/โรงงานแปรรูปการเกษตร	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางการปรับตัว/แก้ไขปัญหา	นโยบาย/แนวทางการส่งเสริม
	การผลิต - ขาดจุดรับซื้อยางพารา อีกทั้งเขตจุดรับซื้อยางพาราอยู่ไกลจากพื้นที่การเพาะปลูกของเกษตรกร - คุณภาพของยางพาราที่รับซื้อยังด้อยคุณภาพ	- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเก็บเกี่ยวผลผลิต - จัดตั้งศูนย์รวบรวมผลผลิตและการคัดเลือกยาง - จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมแรงงานที่ขาดทักษะหรือตั้งศูนย์อบรมเทคโนโลยีอย่างครบวงจร ของผู้ประกอบการ - มีการวางแผนการผลิตทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงคัดเลือกและการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหลัก - ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าอย่างต่อเนื่อง	- นโยบายพัฒนาคุณภาพการผลิตและนวัตกรรมในการคัดเลือกผลผลิตยางพารา - นโยบายการตั้งจุดรับซื้อยางพาราที่ได้มาตรฐาน และการฝึกอบรมทางด้านเทคโนโลยีการผลิตยางพารา - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางของไทย - นโยบายการสร้างมาตรฐานหรือข้อ ต ก ล ง ร วม กั น ใน ก ลุ่ ม ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการร่วมสร้างอัตลักษณ์และมาตรฐานยางพาราไทย
	ด้านการตลาด - ปัญหาด้านราคายางที่มีความผันผวน คุณภาพยางไม่เหมาะสมกับราคายาง - ยังขาดระบบการตลาดที่ดีในการติดต่อค้าขาย การเจรจาในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีน - มีการแข่งขันสูงระหว่างผู้ประกอบการในภาคเหนือ เช่น การกว้านซื้อยาง แครฟแล้วทำการส่งขายให้พ่อค้าคนจีน เพื่อส่งต่อไปยังโรงงานที่ประเทศจีน (ตอนใต้)	- การจัดตั้งตลาดกลางยางพาราขึ้นภาคเหนือตอนบน - การพัฒนาเชื่อมโยงตลาด สร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการเพื่อการรวมตัวค้าขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- นโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าของไทยและของต่างประเทศ - นโยบายส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งพัฒนาการผลิต การแปรรูปและการตลาด ในอนาคต - เรื่องการตลาดของไทยทางภาคเหนือตอนบน น่าจะส่งออกในรูปแบบยางพร้อมนำไปทำผลิตภัณฑ์ เช่น ยางแท่ง Compound หรือยางแผ่นรมควัน (R85)
	ด้านการแปรรูปยางพารา - เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง - ขาดเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา - ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดการส่งออก (STR) - ปริมาณผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรไม่ต่อเนื่องจึงทำให้มีการชะลอการผลิต	- ศึกษาแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตยางพาราให้ได้มาตรฐานการส่งออก STR ไปยังประเทศเพื่อนบ้านจีน (ตอนใต้) - ถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยีด้านการแปรรูปผลผลิต - จัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านยางพาราทำหน้าที่ฝึกอบรมบุคลากรให้กับภาคอุตสาหกรรมแปรรูป	- นโยบายผลักดันและพัฒนา Thai Brand/Standard - นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่ายางพาราของไทย
	ด้านการขนส่ง - จุดรับซื้อยางของผู้ประกอบการบางจุดการขนส่งเข้าถึงยากในแต่ละพื้นที่ยังขาดการพัฒนา - สัดส่วนสินค้าไม่เต็มถ้ำรถบรรทุก เมื่อขนส่งยางเข้าโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง	- สร้างความเข้าใจด้านการจัดการโลจิสติกส์ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำจะสามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้ - การขยายจุดรับซื้อยางพาราให้ถ่วงถึงพื้นที่การเพาะปลูกยางพารา	- นโยบายส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาขยายจุดรับซื้อยางพาราในอนาคต - ควรพัฒนาการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเส้นทางหลัก 2 เส้นทาง คือ ทาง R3A และแม่น้ำโขงเป็นหลัก

7.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ในเขตภาคเหนือตอนบน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราเชิงระบบของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะหรือนโยบายสำหรับการจัดการเชิงพื้นที่ (ภาคเหนือตอนบน)

1. เกษตรกร ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการผลิตของเกษตรกรภาคเหนือตอนบน

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

อาทิ ในจังหวัดเชียงราย อาจจะสามารถจัดกลุ่ม Cluster ได้ 2 กลุ่มหลักคือ

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

- สร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกรเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตและการตลาดเป็นไปตามความต้องการของตลาด
- เพิ่มความเข้มแข็งและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรโดยการร่วมมือกันในของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

2. สหกรณ์

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

3. ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูป

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

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

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของภาครัฐในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมยางพาราเชิงระบบ (ประเทศไทย)

ด้านการผลิต

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

การแปรรูป

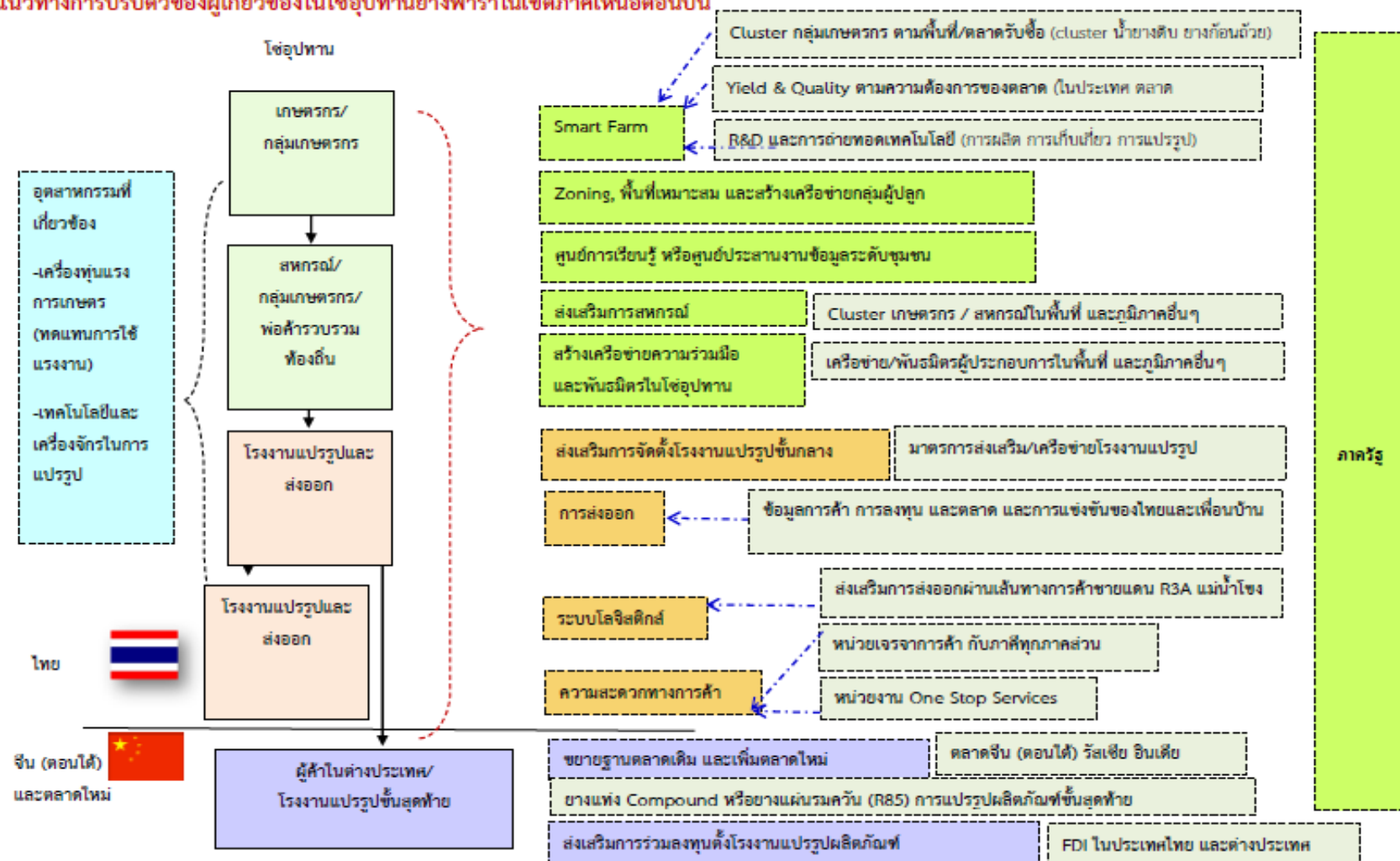
- นโยบายสร้างเครือข่ายสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ และทำการวางแผนร่วมกันในการพัฒนาการผลิตและการตลาดแบบ Cluster อาทิ เครือข่ายสหกรณ์ผู้แปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไปยังตลาดจีนตอนใต้
- ส่งเสริมการไปลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การซื้อ/ขายกระจายสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ ในประเทศจีน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

การตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

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

ทั้งนี้การกำหนดนโยบายต่างๆ ควรจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงศักยภาพและเป้าหมายของการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ว่าต้องการวางตำแหน่งอุตสาหกรรมและการพัฒนาไปในทิศทางใด เช่นในเขตภาคเหนือตอนบนอาจจะตั้งเป้าหมายและวางตำแหน่งของอุตสาหกรรมไว้ในลักษณะอุตสาหกรรมการแปรรูปขั้นต้น-ขั้นกลาง เป็นต้น เพื่อเป็นการให้เกิดการพัฒนาโซ่คุณค่าอย่างพาราในพื้นที่จากศักยภาพและความสามารถของภาคในโซ่อุปทานดังกล่าว อย่างไรก็ตามการพัฒนานโยบายเชิงระบบจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเชื่อมโยงสายโซ่อุปทานและโซ่คุณค่าอย่างพาราในแต่ละพื้นที่ของไทยให้เกิดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

แนวทางการปรับตัวของผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานยางพาราในเขตภาคเหนือตอนบน



เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎณี พิสิษฐกุล. (2558). สถานการณ์ยางพาราปี 2557 และแนวโน้มปี 2558. ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้. จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Rubber2014_andTrend2015.Pdf
- การยางแห่งประเทศไทย. (2558). ปลูกรยางจากพื้นที่ราบ...สู่ภูเขา. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2558. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://www.rubberthai.com/news/newsinfo/2550/news_Nov50/news_2901.htm
- คลองเคลือบ วจนะวิชากร และ ปานจิต ศรีสวัสดิ์. (2557). การศึกษาระบบโลจิสติกส์ยางพาราและการพัฒนาคุณภาพยางแผ่นดิบ กรณีศึกษาอำเภอเบญจพรภิ จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารวิชาการ วิศวกรรมศาสตร์, 7(2), 1-13.
- จักรี เลื่อนราม สุรศักดิ์ สุทธิสงค์ กฤษณา คงศิลป์ พรธาดุลยธรรมและพรธาดอนกชัย. (2537). การศึกษาสำรวจศักยภาพการผลิตน้ำยางชั้นของประเทศ (รายงานผลการวิจัยยางพารา). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตร.
- ชานนท์ ตระกูลเลิศยศ. (2552). การเพิ่มขีดความสามารถการจัดการสินค้าคงคลัง กรณีศึกษา บริษัท สิบเบไฟเวอเร็จ จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดวงพรรณ ศฤงคารินทร์ และเตือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์. 2552. การประเมินศักยภาพเชิงบูรณาการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมในประเทศไทย กรณีศึกษา อุตสาหกรรมยางพารา. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์ และ เตือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์. (2552). การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานยางพาราไทย. สำนักกองทุนสนับสนุนงานวิจัย, กรุงเทพมหานคร 2552: 29-31.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2552). การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ธนิดา โขนงนุช, ทัศนวรรณ สมานวงศ์, ไกรสิทธิ์ บุญดวง, ณัฐพล ปิ่นแก้ว. (2556). การศึกษาระบบการจัดการโซ่อุปทานยางพาราของอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก. การประชุมสัมมนาเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 13, 2556: 57-62
- นภนต์ สุรงค์รัตน์ และตุลวิทย์ สถาปนจารุ. (2556). การหาพื้นที่เหมาะสมสำหรับโรงไฟฟ้าชีวมวลจากไม้ยางพาราในจังหวัดระยอง. Graduate Research Conference Khon Kaen University จาก <http://gsbooks.gs.kku.ac.th/56/grc14/files/pmp13.pdf>

ประชาชาติธุรกิจ. (2558). ฝ่าวิกฤตยางพารา ฤดูเปิดกรีดยางใหม่ “เหนือ-อีสาน” แปรรูปล่ม ยางก้อนถ้วย 3 โล
ต่ำ 100. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2558. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก
http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1432117152

วิรัชญา จันทพายุเพ็ชร และดวงพรรณ กริชชาญชัย. (2552). การออกแบบระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการเลือก
เส้นทางสำหรับการส่งออกยางพาราของประเทศไทย. การประชุมสัมมนาวิชาการด้านการจัดการ
โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 9 (Thai VCML 2009), 19-21 พฤศจิกายน 2552.

วิทยา สุฤทธดำรง. (2545). การจัดการโซ่อุปทาน. สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. กรุงเทพฯ.

วิฑูรย์ ตันศิริคงคล. (2542). AHP : กระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก. กรุงเทพมหานคร :
กราฟฟิค แอนด์ ปริ้นติ้ง เซ็นเตอร์. วสันต์ กาญจนมฤดา. (2549). สายโซ่คุณค่ากับความอยู่รอดของธุรกิจ.
วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ก.ค.-ธ.ค. 49) หน้า 23-29,
สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2558, จาก
<http://kb.tsu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/941/1/Article%201.pdf>

ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย. (2558). Learning GIS. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2558. [ออนไลน์]
<http://www.gisthai.org/about-gis/gis.html>

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2555). แนวทางเบื้องต้นในการ
เพิ่มบทบาทและศักยภาพการแปรรูปและเกษตรกร. สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง.

สมจิตต์ ศิขรินมาศ, สุขุม แก้วกลับ, สุชาติ ช่วยชูกุล และสมศักดิ์ คงสุข. (2552). การพัฒนาตลาดกลางยางพารา
และเครือข่าย. รายงานผลการวิจัยเรื่องเดิม ในการประชุมวิชาการยางพาราแห่งชาติ 5-6 มิถุนายน 2552
ณ เมืองทองธานี.

สุธี อินทรสกุล, เพ็ญ รุ่งชีว, สมเกียรติ ทองรักษ, เสมอ สมานาค, สมบัติ พิงกุล และอรรณู แจ้งชัด. (2536).
ความสัมพันธ์ของต้นทุนการผลิตและการกำหนดราคายางแผ่นรมควันชั้นต่างๆของโรงงานภาคตะวันออก
(รายงานผลการวิจัยยางพารา, ศูนย์วิจัยยางฉะเชิงเทรา). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.

สยามธุรกิจ. (2558). “ลาว-พม่า” คู่แข่งใหม่ตลาดยางพารา. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2558. [ออนไลน์] เข้าถึงได้
จาก http://www.siamturakij.com/main/news_content.php?nt=4&nid=4387

สมพร อิศวิลานนท์. (2553). โครงการศึกษาวิจัยระบบ Logistics และ Supply Chain ผลไม้ และผลิตภัณฑ์เพื่อ
ขยายตลาดส่งออกไปประเทศในเอเชีย ปี 2552. สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

- สุริรัตน์ แก้วงาม, คานิต แก้วเอียน และวิสาข์ สุชาโต. (2554). โซ่อุปทานการขนส่งยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน. การประชุมวิชาการ “ศรินครินทร์วิโรฒวิชาการ” ครั้งที่ 5, จาก http://research.swu.ac.th/booksfile/Proceedings%20SWU5_54.pdf
- สรศรีโน กลิ่นดาว. (2542). ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ : หลักการเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชารีย์ ท้าววัช และ อรประภา ภูมิภานุจนะ โรแบร์. (2554). การประเมินหาพื้นที่ตั้งของโรงงานผลิตแก๊สชีวภาพส่วนกลางจากมูลสัตว์เพื่อใช้ประโยชน์ในชุมชน. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมมาต แสงประดับ, สุธี อินทรสกุล, อนุสรณ์ แรมลี, มาตุวรรณ บุญยัษฐีร์ และวชรวงศ์ ชูแสง. (2554). ห่วงโซ่อุปทานยางพาราภาคเหนือ. รายงานผลการวิจัยเรือเต็ม ประจำปี 2554 สถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตร
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เขต 3 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2550). โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานยางพารามันสำปะหลัง อ้อยโรงงานในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. กรุงเทพมหานคร.
- สุภาภรณ์ จันทวานิช. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยยาง. (2553). ข้อมูลวิชาการยางพารา. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร. (2550). ข้อมูลวิชาการยางพารา 2550. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2558.
[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก
<http://ag-ebook.lib.ku.ac.th/ebooks/2011/2011-000018/index.html#/1/zoomed>
- อนันดา ไชยชมพู. (2549). การศึกษากระบวนการจัดการโลจิสติกส์ของยางพาราเพื่อการส่งออกปจีน. วิศวกรรมศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมระบบการผลิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- อนุชิต อังศิริ, ขาดิชาญ ไวยสุระสิงห์, ชัยภัทร เครือหงส์ และบุญทรัพย์ วิชญากร. (2558). การใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ในการคัดเลือกจุดรับซื้อปาล์มน้ำมันน้อยในพื้นที่อำเภอเซกา จังหวัดบึงกาฬ. The National Graduate Research Conference 34th, จาก
<http://gsbooks.gs.kku.ac.th/58/the34th/pdf/PMP13.pdf>
- อักษรศรี พานิชสาส์น. (2552). แนววิเคราะห์โซ่คุณค่า: กรณีศึกษายางแปรรูปไปตลาดจีนและประเทศเพื่อนบ้าน. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.
- Council of Supply Chain Management Professional. (2006). Supply Chain Management Essentials. Retrieved May 15, 2014, from <http://cscmp.org/onlinecourses/scmessentials>

Diamond are forever. (2554). Diamond Model เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ ปี 2552.

สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2556, จาก

<http://diamondmodel.blogspot.com/2011/04/diamond-model.html>

Hsu-Hsi Chang and Wen-Chih Huang. (2006). Application of a quantification SWOT analytical method. Mathematical and Computer Modelling. Volume 43, Issues 1–2, Pages 158-169

Krippendorff, Klaus. (2007). Content analysis. An Introduction to its Methodology. Thousand Oaks, Calif. : Sage,c.

Kaplinsky, R. & Morris, M. (2001). A handbook for value chain research. Working Paper Prepared for the IDRC, Brighton, UK, Institute for Development Studies.

Lambert, D., Cooper, M., & Pagh, J. (1998). Supply chain management: implementation issues and research opportunities. International Journal of Logistics Management, 9(2), 1-19.

Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. Forum Qualitative Social Research, 1(2, June). Retrieved August 23, 2015 from <http://217.160.35.246/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.pdf>

McDonell, R. and Kemp, K. (1995). International GIS Dictionary. Cambridge: GeoInformation International.

Neundorf K. (2002) The Content Analysis Guidebook. Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA.

Steinberg, Steven J. and Steinberg, Sheila L. (2006). Geographic Information Systems For The Social Sciences: Investigating Space and Place. California: Sage.

Williamson, T., & Long, A. F. (2005). Qualitative data analysis using data display. Nurse Researcher, 12(3), 7-19.