

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

(Executive Summary)

ชื่อโครงการวิจัย การพัฒนาแบบจำลองการตลาดข้อตกลง กรณีศึกษา อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

- ผู้วิจัย 1. ผศ. ปริญญา เฉ็ดโฉม คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โทร 074-286243
 2. อ. ปรีดถ พรหมมี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โทร 074-286246
 3. คุณสุรพล ฝืนเชียร หัวหน้า สกย. อ. นครศรีธรรมราช เขต 1 โทร 01-3977609

1. หลักการและเหตุผล

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ของโลก มีพื้นที่ปลูกยางพารามากกว่า 12 ล้านไร่ กระจายอยู่ใน 37 จังหวัดทั่วประเทศ พื้นที่ปลูกประมาณร้อยละ 87 หรือ 12.1 ล้านไร่ อยู่ใน 14 ภูมิภาคได้ ที่เหลือประมาณ 5 แสนไร่กระจายอยู่ในภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ ร้อยละ 10 และ 3 ตามลำดับ ซึ่งให้ผลผลิตยางธรรมชาติในรูปน้ำยางสด ยางก้อนขาว ยางแผ่นดิบ และ เศษยางเพื่อนำมาแปรรูปขึ้นต้นเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นกลาง เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแผ่นฟุ้งแห้ง ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางเครฟ และอื่นๆ

แต่ปัญหาสำคัญของระบบการผลิตยางพารา คือ ปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากการซื้อขายยาง ภายในประเทศส่วนใหญ่อยู่ในรูปวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ขั้นกลาง ส่งผลให้ลักษณะการซื้อขายยาง ภายในประเทศส่วนใหญ่ผู้ซื้อผู้ขายซื้อขายกันโดยตรง (Direct Trade) ตลาดเป็นของผู้ซื้อ ทำให้ เกษตรกรขาดอำนาจการต่อรองประกอบกับเกษตรกรขาดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการตลาด ส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนยางได้รับราคาที่ไม่เป็นธรรมและน้ำหนักยางที่ได้ไม่ตรงตาม น้ำหนักจริง

ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางอันดับหนึ่งของโลก แต่กลับไม่มี บทบาทในการกำหนดราคาขาย ต้องเผชิญกับภาวะความผันผวนของราคาตลอดเวลา

และถึงแม้ว่าหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ได้แก่ สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการ- เกษตร องค์กรสวนยาง และสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) ได้พยายามหา มาตรการในการแก้ไขปัญหามาตลอด โดยเฉพาะ สกย. ที่มีบทบาทสำคัญทั้งด้านการพัฒนาคุณภาพและ ลดต้นทุนการผลิต โดยให้ทุนสงเคราะห์การปลูกยางพาราพันธุ์ดีแก่เกษตรกร สนับสนุนให้มีการจัดตั้ง กลุ่มพัฒนาชาวสวนยางหรือกลุ่มพัฒนาชาวสวนสงเคราะห์ เพื่อให้เกษตรกรร่วมกันผลิตและร่วมกัน ขายผลผลิต แต่ลักษณะการรวมกลุ่มยังเป็นลักษณะของการจัดการด้านการผลิตมากกว่าการตลาด รวมไปถึงการสนับสนุนพัฒนาระบบตลาดยางภายในประเทศ ด้วยการจัดตั้งตลาดประมูลยาง 200 แห่ง

ทั่วประเทศ และได้ดำเนินการจัดตั้งโรงงานผลิตยางแผ่นผึ่งแห้งและยางแผ่นรมควัน (โรงอบ/รมยาง) กว่า 713 โรง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมผลผลิตยางพาราจากสมาชิกมาแปรรูปและจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการควบคุมคุณภาพผลผลิตยาง

แต่การดำเนินงานดังกล่าวยังอยู่ในลักษณะตั้งรับมากกว่าการดำเนินในเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาการตลาด เพราะยังขาดปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญคือ ความรู้ ความสามารถของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยางในด้านการจัดการการตลาด เนื่องจากโครงสร้างการผลิตยางของประเทศไทยเป็นสวนยางขนาดเล็ก สถาบันเกษตรกรชาวสวนยางยังอยู่ในสภาวะอ่อนแอ ทำให้ผลผลิตยางมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ก่อให้เกิดปัญหาในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชั้นกลาง และส่งผลกระทบต่อการจัดการการตลาดให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้นหากเกษตรกรชาวสวนยางขนาดเล็กรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง ได้รับการสนับสนุนด้านวิชาการผลิต การบริหารจัดการและการตลาดจากหน่วยงานของรัฐบาล จะสามารถแก้ปัญหาผลผลิตยางไม่ได้คุณภาพ และส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนยางขายยางได้ในราคายุติธรรม ดังจะเห็นได้จากชมรมสหกรณ์กองทุนสวนยางควนขนุน ที่มีสมาชิกผลผลิตยางแผ่นผึ่งแห้งทั้งหมดจำนวน 15 โรง ประกอบด้วย กลุ่มพัฒนาเจ้าของสวนสงเคราะห์ 8 โรง สหกรณ์กองทุนสวนยาง 5 โรง และโรงงานเอกชนที่ยังไม่ได้จดทะเบียนอีก 2 โรง ที่มีกิจการโรงอบ/รมยางรวมตัวกันเพื่อนำผลผลิตยางแผ่นผึ่งแห้งอัดก้อน ยางแผ่นรมควันอัดก้อนและยางแผ่นผึ่งแห้ง เข้ามาขายในตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ที่ สกย. อ. ควนขนุน จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกด้านการตลาดให้แก่เกษตรกรชาวสวนยางในการขายผลผลิตให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งปรับปรุงและควบคุมคุณภาพของผลผลิตให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของผู้สั่งซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จะเห็นได้ว่าตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ที่ สกย. อ. ควนขนุน จัดตั้งขึ้นเป็นแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจในการยกระดับคุณภาพยางแผ่นของเกษตรกรให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด และช่วยให้เกษตรกรชาวสวนยางจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ปัญหาราคายางตกต่ำในระยะยาว ดังนั้นการศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงานของตลาดข้อตกลงยางควนขนุน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การกำหนดแบบจำลองการตลาดข้อตกลงที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการตลาดของกลุ่มเกษตรกรอื่นๆ และยังเป็นการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาตลาดยางในประเทศเข้าสู่ตลาดซื้อขายยางล่วงหน้าต่อไปในอนาคต

จากปัญหาข้างต้น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จึงได้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแบบจำลองการตลาดข้อตกลงยาง กรณีศึกษาอำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง” โดยมีระยะเวลาดำเนินการของโครงการ 15 เดือน (ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2546 ถึง 30 กุมภาพันธ์ 2548) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินการด้านการตลาดข้อตกลงยางควนขนุนในปัจจุบัน
2. เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของระบบการตลาดข้อตกลงยางควนขนุนในปัจจุบัน
3. เพื่อกำหนดรูปแบบตลาดข้อตกลงที่เหมาะสมต่อการพัฒนาตลาดยางไปสู่ตลาดที่มีประสิทธิภาพ

3. ผลการศึกษา

3.1 ลักษณะของตลาดข้อตกลงยาง อ. ควนขนุน

ตลาดข้อตกลงยางควนขนุน จังหวัดพัทลุง เกิดขึ้นเนื่องจากการพยายามรวมตัวกันของผู้ผลิต เพื่อแก้ไขปัญหาระดับราคาขายที่ถูกกำหนดจากผู้ประกอบการเพียงรายเดียว ประกอบกับการผลักดันให้เกิดตลาดยางในระดับท้องถิ่นของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางเพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้ผลิตสามารถจำหน่ายผลผลิตต่อผู้ประกอบการที่เป็นผู้ซื้อรายอื่น ทั้งผู้ซื้อที่เป็นผู้ใช้ยางภายในประเทศ และผู้ซื้อที่ส่งออกยาง จึงเกิดเป็นตลาดข้อตกลงยางควนขนุนมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ไว้ดังนี้

- 1) ผู้ซื้อและผู้ขายได้รับความพึงพอใจทั้งด้านราคาและคุณภาพของสินค้า
- 2) ผู้ซื้อได้รับการบริการในการส่งมอบที่ได้มาตรฐาน ตรงเวลา
- 3) ให้คำแนะนำแก่ผู้ผลิตในการควบคุมคุณภาพสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ
- 4) บริหารและจัดการโควตาการผลิต (Order) ให้กับผู้ผลิตอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

ทั้งนี้เพื่อให้ทั้งผู้ซื้อและเกษตรกรผู้ผลิตที่ซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลงยางควนขนุนได้รับความพอใจในการซื้อ - ขายด้วยกันทั้งสองฝ่าย โดยมีตลาดข้อตกลงยางเป็นตัวกลางในการใกล้ชิดและประสานผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

3.2 บทบาทหน้าที่ของตลาดข้อตกลงยางควนขนุน

1) เป็นตลาดยางที่เสนอราคาขายโดยผู้ผลิต ที่ประกอบด้วยผู้ผลิตที่เป็นสหกรณ์กองทุนสวนยางจำกัด สหกรณ์ผู้ผลิตยางจำกัด กลุ่มเกษตรกร กลุ่มพัฒนาสวนสงเคราะห์ และผู้ผลิตรายบุคคลที่เป็นเกษตรกรชาวสวนยางในพื้นที่จังหวัดพัทลุง นครศรีธรรมราช กระบี่ และสุราษฎร์ธานี

2) เป็นตลาดที่อาศัยรูปแบบของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า มาดัดแปลงและดำเนินการในรูปแบบง่าย ๆ เน้นการขายยางที่ได้ราคาที่เป็นธรรมและพอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ผลิต รวมถึงการควบคุมคุณภาพของสินค้ายางให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ

3) เป็นตลาดที่อาศัยอาคารสำนักงาน เครื่องมือและอุปกรณ์ของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางเท่าที่มีอยู่มาดำเนินการตลาด รวมถึงบุคลากรของสำนักงานกองทุน

สงเคราะห์การทำสวนยางกับผู้นำเกษตรกรชาวสวนยางในสถาบันเกษตรกรต่างๆ ในการดำเนินการและพัฒนาตลาดให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องถือเป็นการทำตลาดแบบกึ่งรัฐกึ่งราษฎร์

4) เป็นตลาดที่สร้างเครือข่ายได้ทั่วประเทศ ในการดำเนินการตลาดในรูปแบบเดียวกัน (ตกลงราคา) จะสามารถรวมกันขายยางได้ในปริมาณมาก ได้ราคาเป็นที่พอใจของผู้ขายและผู้ซื้อ ตลอดจนมีการขายที่แน่นอน ตลาดยางข้อตกลงอื่นที่เชื่อมโยงเครือข่ายกับตลาดข้อตกลงยางควนขนุน คือ

4.1) ตลาดข้อตกลงยางคลองท่อม จังหวัดกระบี่

4.2) ตลาดข้อตกลงยางอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

5) เป็นตลาดที่เชื่อมโยงกับตลาดยางของภาครัฐได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็ตลาดกลางยางพาราหรือบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศ

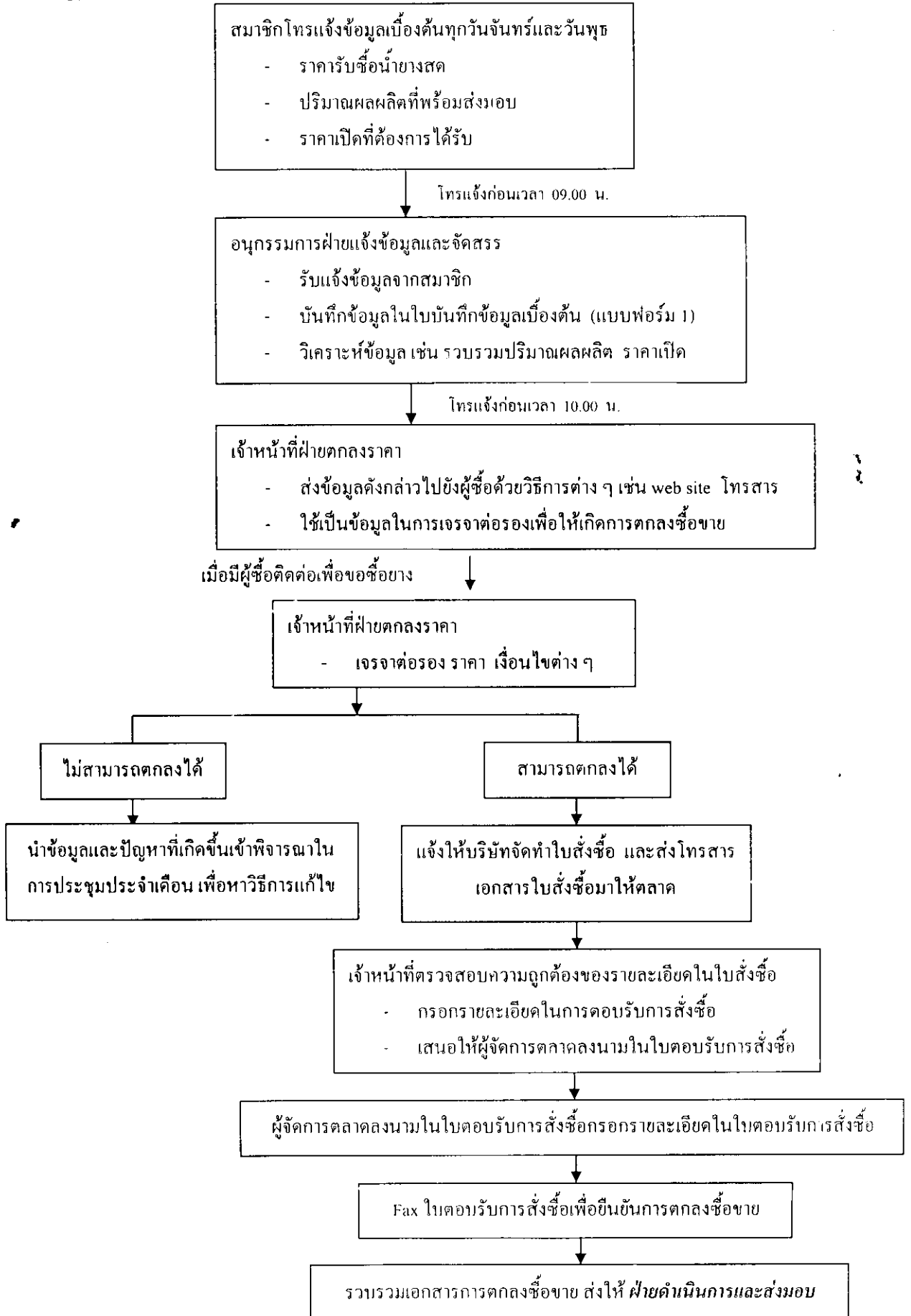
3.3 ข้อมูลเบื้องต้น ของตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ปี พ.ศ. 2547

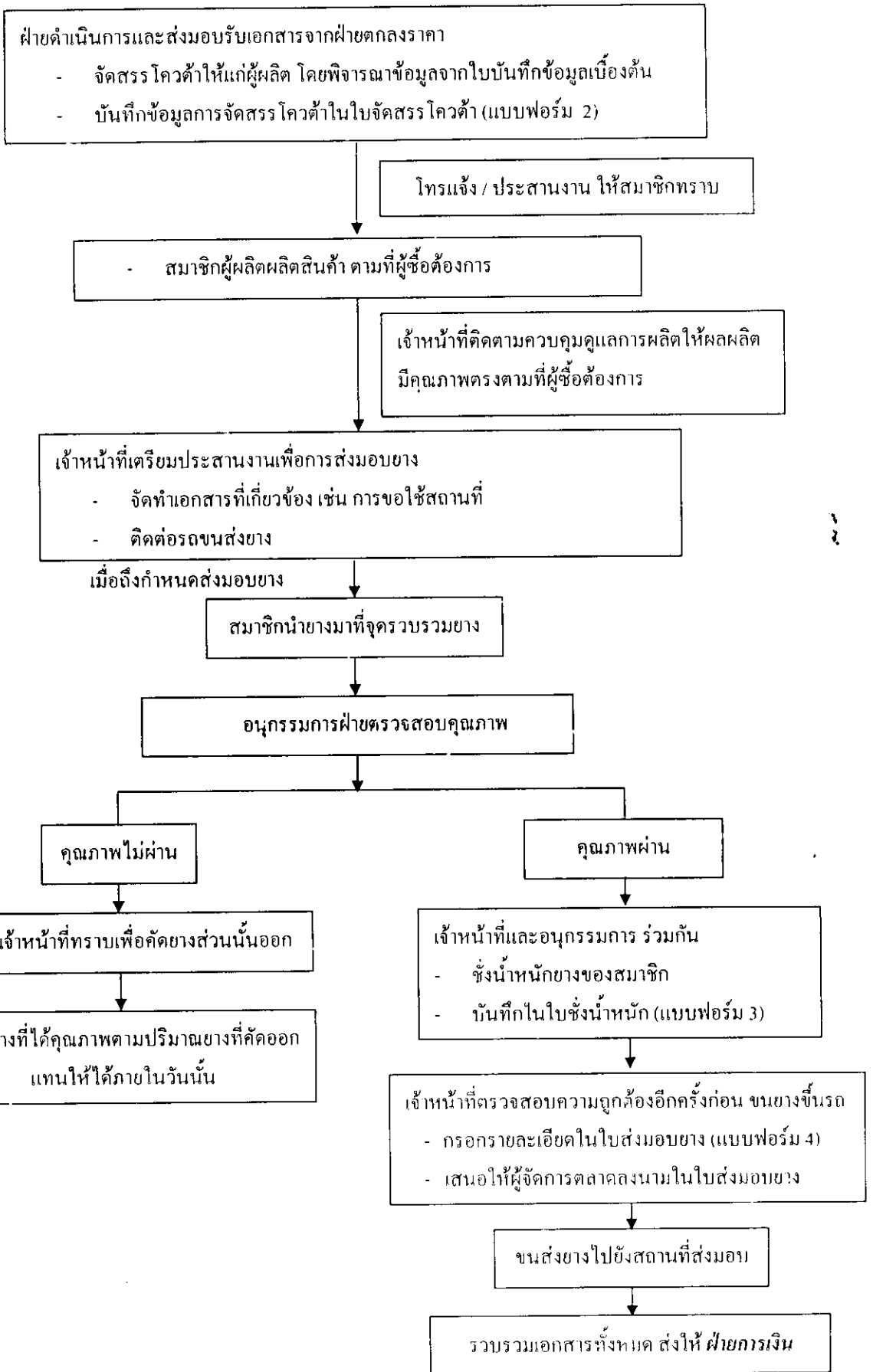
รายการ	
1. จำนวนสมาชิก	15 กลุ่ม
2. ประสบการณ์ในการผลิตและการตลาด	2-5 ปี
3. กำลังการผลิตเฉลี่ยต่อกลุ่ม	33 ตันต่อเดือน
4. ต้นทุนการผลิต เฉลี่ย	40.90 บาทต่อกิโลกรัม ณ ราคารับซื้อน้ำยางสด 38.67 บาทต่อกิโลกรัม
5. ต้นทุนการตลาด เฉลี่ย	0.57 บาทต่อกิโลกรัม

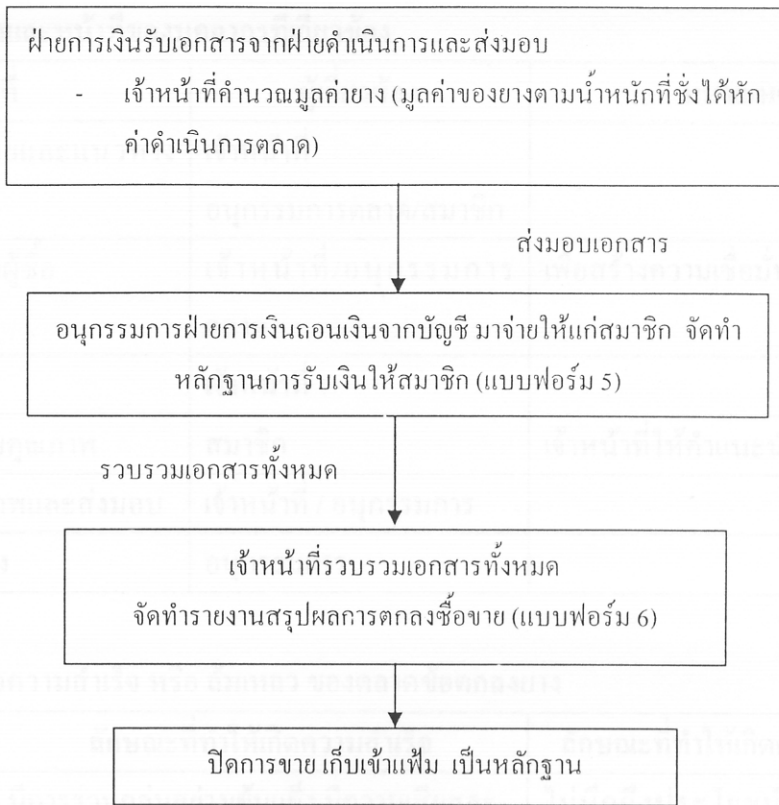
ปริมาณและมูลค่าการซื้อขายยางผ่านตลาดข้อตกลงยาง

ปี	ปริมาณ (กก.)	มูลค่า (บาท)	ราคาขายเฉลี่ย (บาท/กก.)
2543 (ม.ย. - ธ.ค.)	434,600.00	10,943,950.00	24.95
2544	1,106,247.44	29,457,601.00	26.32
2545	1,248,929.23	38,652,015.80	30.92
2546	1,076,955.00	43,264,015.15	40.59
2547 (ม.ค. - เม.ย.)	373,400.00	18,095,100.00	48.45

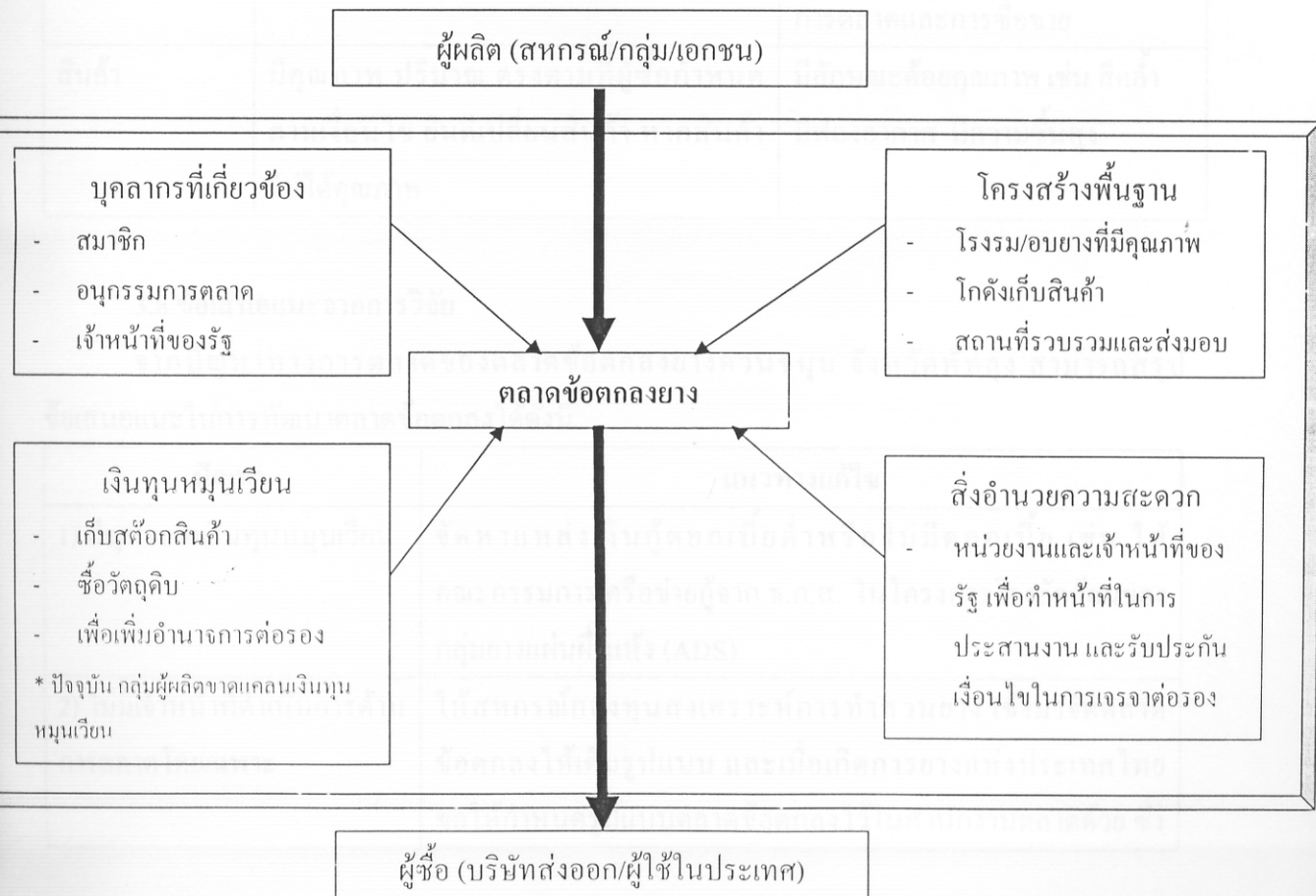
3.4 กระบวนการในการตกลงซื้อขายในตลาดข้อตกลงยาง







3.5 องค์ประกอบของตลาดข้อตกลงยาง



3.6 บทบาทและหน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

หน้าที่	ผู้เกี่ยวข้อง	หมายเหตุ
1. กำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงาน	เจ้าหน้าที่ อนุกรรมการตลาด/สมาชิก	
2. ประสานงานกับผู้ซื้อ	เจ้าหน้าที่/อนุกรรมการ ตลาด	เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อ
3. จัดสรรโควตา	เจ้าหน้าที่	
3. ผลิตและควบคุมคุณภาพ	สมาชิก	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ
4. ตรวจสอบคุณภาพและส่งมอบ	เจ้าหน้าที่ / อนุกรรมการ	
5. จัดสรรเงินค่าขาย	อนุกรรมการ	

3.7 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ หรือ ล้มเหลว ของตลาดข้อตกลงยาง

ประเด็น	ลักษณะที่ทำให้เกิดความสำเร็จ	ลักษณะที่ทำให้เกิดความล้มเหลว
สมาชิก /การรวมกลุ่ม	มีการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง มีความเสียสละ เข้าใจระบบการตลาด ยอมรับความเสี่ยง	ไม่นึกถึงประโยชน์ของกลุ่ม ขาด ความรู้ ความเข้าใจ ในลักษณะ การตลาดและการซื้อขาย
สินค้า	มีคุณภาพ ปริมาณ ตรงตามที่ผู้ซื้อกำหนด ตามเงื่อนไข ยินดีเปลี่ยนสินค้า หากสินค้า ไม่ได้คุณภาพ	มีลักษณะด้อยคุณภาพ เช่น สีคล้ำ มีฟองอากาศ มีความชื้นสูง

3.8 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากปัญหาทางการตลาดของตลาดข้อตกลงยางขอนแก่น จังหวัดพัทลุง สามารถสรุป
ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดข้อตกลงได้ดังนี้

ปัญหา	แนวทางแก้ไข
1) ปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียน	จัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำหรือไม่มีดอกเบี้ย เช่น ให้ คณะกรรมการเครือข่ายผู้จาก ธ.ก.ส. ในโครงการโรงอัดก้อนของ กลุ่มยางแผ่นฝั่งแห้ง (ADS)
2) ไม่มีเจ้าหน้าที่ดำเนินการด้าน การตลาดโดยเฉพาะ	ให้สหกรณ์กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เข้ามาจัดตลาด ข้อตกลงให้เต็มรูปแบบ และเมื่อเกิดการยางแห่งประเทศไทย ขอให้กำหนดรูปแบบตลาดข้อตกลงไว้ในสำนักงานตลาดด้วย ซึ่ง

ปัญหา	แนวทางแก้ไข
	จะทำให้เจ้าหน้าที่ของตลาดข้อตกลงสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
3) การเปิดราคาซ้ำ	กำหนดให้กรรมการตลาดแจ้งราคาน้ำยางสดและปริมาณยางที่พร้อมจะขายผ่านตลาดข้อตกลง เพื่อแก้ปัญหาความล่าช้าในการเปิดราคา
4) ขาดการเจาะตลาดใหม่	<p>การทำตลาดเชิงรุก เพื่อขยายตลาดยางแผ่นผึ่งแห้งให้กว้างขึ้น โดยมีมาตรการดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - สมาชิกชมรมฯ ตกลงที่จะสำรองยางไว้ 50% ของยางที่ผลิตได้ทั้งหมด (ประมาณ 350 ตัน/เดือน) เพื่อขายผ่านตลาดข้อตกลง ซึ่งจะช่วยให้มีการซื้อขายยางผ่านตลาดฯ มากขึ้น - ดำเนินการจัดหาผู้ซื้อรายใหม่เข้าสู่ตลาดฯ โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น จัดโครงการผู้ผลิตเยี่ยมผู้ซื้อ สมาชิกแนะนำผู้ซื้อที่ไม่ซื้อผ่านตลาดฯ ให้เข้ามาซื้อผ่านตลาดฯ การใช้กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดฯ ในเชิงรุก เช่น การออกบูทในงานแสดงสินค้า การพิมพ์นามบัตรของสมาชิกตลาดฯ ตลอดจนการทำตลาดฯ ในรูปแบบ E-Market เป็นต้น

สำหรับผลการศึกษาที่ผ่านมา ยังคงมีประเด็นที่น่าค้นหาต่อว่า จำเป็นหรือไม่ที่ภาครัฐจะต้องเข้ามาดูแลระบบการตลาดข้อตกลง หรือเป็นเพียงแค่พี่เลี้ยงสอนการตลาดให้แก่เกษตรกรเท่านั้น เพื่อลดภาระของภาครัฐ และส่งเสริมให้เกษตรกรมีความเข้มแข็ง หรือว่าภาครัฐจะต้องเข้ามาส่งเสริมการรวมกลุ่ม เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้ซื้อที่มีโอกาสมากกว่า

แต่ไม่ว่าจะเป็นแนวปฏิบัติแบบใดก็ตาม การให้ความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดแก่เกษตรกรย่อมจะช่วยพัฒนาศักยภาพการตลาดยางได้บ้างไม่มากนักน้อย

คำนำ

รายงานผลการวิจัยโครงการ “การพัฒนาแบบจำลองการตลาดข้อตกลงยาง กรณีศึกษาอำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง” ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ข้อมูลของสมาชิกตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด ผลการวิเคราะห์ศักยภาพตลาดข้อตกลงยางแบบจำลองการตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดข้อตกลงยางควนขนุน และข้อเสนอแนะ ซึ่งคณะผู้วิจัยคาดว่าจะประโยชน์และเป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนารูปแบบการซื้อขายยางพาราของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และผู้สนใจทั่วไป

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ได้สนับสนุนงบประมาณในการวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางอำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ตลอดจนเจ้าหน้าที่ สกย. ทุกท่าน เกษตรกรสมาชิกชมรมสหกรณ์กองทุนสวนยางอำเภอควนขนุน และบริษัทผู้ซื้อยางผ่านตลาดข้อตกลง และผู้ที่ได้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่ได้สนับสนุนข้อมูลในการทำวิจัยตลอดจนความเสียสละเวลาในการร่วมกระบวนการวิจัยด้วยดีตลอดมา

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานตลาดข้อตกลงทุกท่าน หากมีข้อผิดพลาดประการใดทางคณะผู้วิจัยก็ต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2548