

แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกร
ผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอสะพานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

วิทยานิพนธ์

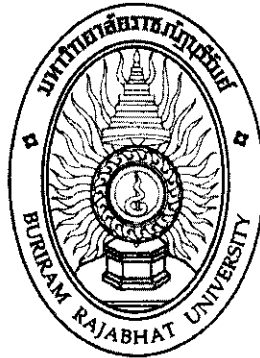
ของ

ศรณกฤต เพชรชนะ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร

สิงหาคม 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



**WAYS TO REDUCE COSTS AND INCREASE PROFITS FOR
NATURAL RUBBER PRODUCERS OF LAHAN SAI
DISTRICT, BURIRAM PROVINCE**

Sordhanagrit Phetchana

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics Program in Political Economics and Governance**

August 2017

Copyright of Buriram Rajabhat University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ นายธนกฤต เพชรชนะ
เรียบร้อยแล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

คณะกรรมการสอบ

.....
(ดร.เกรียงศักดิ์ โชควรกุล) ประธานกรรมการ

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียา รักการศิลป์)
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปาโนรัมย์)
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ จีวัฒนา)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล สมคุณา)

วันที่..... เดือน 17 ค.ศ. 2559 พ.ศ.....

ชื่อเรื่อง	แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์		
ผู้วิจัย	ศรณกฤต เพชรชนะ		
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยา รักการศิลป์	ที่ปรึกษาหลัก	
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปาโนรัมย์	ที่ปรึกษาร่วม	
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร	
สถานศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	ปีที่พิมพ์	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราแผ่นดิบ 2) ศึกษาแนวทางในการลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไรการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ประชากรได้แก่ เกษตรกรที่ผลิตยางพาราแผ่นดิบ จำนวน 249 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิจัย พบว่า 1) ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราแผ่นดิบ เกษตรกรมีรายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดิบอยู่ที่ 50,000.1 - 100,000 บาท มีต้นทุนในการผลิตแยกเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 5,350 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 3,505 บาทต่อไร่ มีค่าใช้จ่ายเป็นค่าปุ๋ยบำรุงดิน ค่าจัดซื้อเครื่องฟั่นสารเคมีพร้อมอุปกรณ์เป็นส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่เกษตรกรกู้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์มาใช้ในการลงทุน 2) แนวทางในการลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไรการผลิตยางพาราแผ่นดิบ เกษตรกรเลือกการเพิ่มช่องทางการตลาดในการเพิ่มผลกำไรการผลิตยางพาราแผ่นดิบ ควรลดต้นทุนการผลิตโดยใช้ทรัพยากรในการผลิตอย่างคุ้มค่ามีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนด้านเครื่องจักร ด้วยการหมั่นทำความสะอาดและดูแลบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ได้อยู่เสมอ และลดต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน โดยใช้แรงงานภายในครัวเรือนเป็นหลัก

TITLE	Ways to Reduce Costs and Increase Profits for Natural Rubber Producers of Lahan Sai District, Buriram Province		
AUTHOR	Sordanagrit Phetchana		
THESIS ADVISERS	Assistant Professor Dr. Suriya Rukkarnsil	Major Advisor	
	Assistant Professor Dr. Preecha Panoram	Co – advisor	
DEGREE	Master of Economics	MAJOR	Political Economics and Governance
SCHOOL	Buriram Rajabhat University	YEAR	2017

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the cost and return of rubber sheet production and 2) to study the approaches for reducing cost and increasing profit of rubber sheet production of farmers in Lahansai District, Buriram Province. The population of the study was 249 farmers producing rubber sheet with simple random sampling. The research instrument was 5- rating scale questionnaire with 95% confidence interval.

The results revealed that, 1) in terms of cost and return of rubber sheet production, farmers earns an income from selling rubber sheet at 50,001 – 100,000 baht. The production cost was divided into variable cost at 5,350 baht per Rai and fixed cost at 3,505 baht per Rai. Most of the production cost was for fertilizer for soil improvement and sprayer and its accessories. Most farmers borrow money from Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives for planting. 2) In terms an approach of reducing cost and increasing profit of rubber sheet production, the farmers have chosen to increase market channel for increasing the profit of the production. On the other hand, they reduce the production cost by using the production resource efficiently and effectively. Also, they reduce the cost of machinery by keeping maintenance regularly. In addition, they reduce the cost of labor expenses by using the household labor mainly.

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือ การให้คำปรึกษาและเปิดโอกาสให้ได้ทำหัวข้อวิจัยที่มีประโยชน์ต่อองค์กร จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยา รักการศิลป์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปาโนรัมย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาตั้งแต่เริ่มต้น ดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อย สมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา ความเอาใจใส่รวมถึงกำลังใจ ที่อาจารย์ได้มอบให้เสมอมาจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินทิพย์ พิมพ์กัลล อธิการบดี ดร.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และ ดร.รัตนฐาภัทร ธนโชติสุขสบาย ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัย ให้ คำปรึกษาและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย เพื่อให้งานวิจัยนี้มีคุณภาพและ ออกมาสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร ทุกท่านที่อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและประสานงานต่างๆ ที่ทำให้งานวิจัยออกมาเสร็จ สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณสหกรณ์กองทุนสวนยางนิคมบ้านกรวดทุกท่าน ที่กรุณาเอื้อเฟื้อสถานที่ ในการเก็บข้อมูลทำการวิจัย และเกษตรกรที่ผลิตยางพาราแผ่นดิบทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาและช่วย ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และพี่ๆ น้องๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจและ คอยช่วยเหลือ รวมถึงการสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาอย่างดีตลอดมา ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่คอยเป็นกำลังใจและคอยสั่งสอนในเรื่องการดำเนินชีวิต ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่าน ในอดีต ที่อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐาน และขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน รวมถึงพี่ๆ น้องๆ ที่ทำงานและผู้ปรารถนาดี ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือก่อให้เกิดผลสำเร็จใน การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สารบัญ

	หน้า
หน้าอำนวยการ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
ประกาศคุณูปการ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพประกอบ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการลดต้นทุน	14
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดยางพารา.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการแปรรูปยางพาราในประเทศไทย.....	44
แนวคิดเกี่ยวกับการปลูกยางพารา.....	51
การผลิตยางพาราแผ่นดิบ	57
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
กรอบแนวคิดในการวิจัย	62

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 63
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 63
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 64
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 66
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 67
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 67
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 69
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 69
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 69
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 91
	สรุปผลของการวิจัย..... 93
	อภิปรายผล..... 95
	ข้อเสนอแนะ..... 101
	บรรณานุกรม..... 102
	ภาคผนวก
	ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์..... 108
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย..... 114
	ประวัติย่อของผู้วิจัย..... 124

สารบัญญัตราง

ตาราง		หน้า
4.1	สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราใน อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์	70
4.2	รายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราใน อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์.....	72
4.3	รายละเอียดค่าใช้จ่ายต้นทุนเพื่อการผลิตยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์.....	75
4.4	รายละเอียดแหล่งเงินกู้ของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราใน อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์.....	82
4.5	รายละเอียดภาระการเป็นหนี้สินอื่นๆ ของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราใน อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์.....	83
4.6	รายละเอียดการเปรียบเทียบหนี้สินของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราใน อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์.....	83
4.7	รายละเอียดแนวทางการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดิน	84
4.8	แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรผู้ปลูก ยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ด้านการลดต้นทุน	85
4.9	แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรผู้ปลูก ยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ด้านช่วงทางการตลาด.....	87
4.10	แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรผู้ปลูก ยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน	88
4.11	แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรผู้ปลูก ยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ด้านกลยุทธ์การตั้งราคา.....	89

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 แนวทางการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปชั้นกลาง	41
2.2 การวางแผนปีกไม้	55
2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	62

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Buriram Rajabhat University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย ผลผลิตของยางถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งใช้ยางถึงร้อยละ 70 ของผลผลิตยางทั้งหมด ในปี 2557 จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางประมาณ 20 ล้านไร่ เปิดกรีดแล้วประมาณ 17.4 ล้านไร่ มีผลผลิต 4 – 4.3 ล้านตัน และมีเกษตรกรชาวสวนยาง 1.6 ล้านครัวเรือน มีรายได้เฉลี่ย 5,128 บาท/ไร่ โดยพื้นที่ปลูกยางมากที่สุดอยู่ที่ภาคใต้เนื้อที่ 11.576 ล้านไร่ มีผลผลิต 3.232 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 75 ของผลผลิตทั้งประเทศ ทั้งนี้ผลผลิตยางที่ใช้ในประเทศ ร้อยละ 70 ใช้ในอุตสาหกรรมทำยางรถยนต์ ร้อยละ 20 ใช้ในอุตสาหกรรมทำถุงมือและคอนดอม และร้อยละ 10 อยู่ในอุตสาหกรรมเชิงวิศวกรรมต่างๆ มูลค่าผลผลิตยางพาราในปี 2556 ซึ่งนำมาแปรรูปมีมูลค่าทั้งสิ้น 727,219.84 ล้านบาท แบ่งเป็นยางแผ่นรมควัน ยางแท่งน้ำยางข้น มูลค่า 249,288.97 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์แปรรูปยางอื่นๆ มูลค่า 477,930.87 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2558 : 1)

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกยางพาราอันดับหนึ่งของโลก ในปี 2556 มีปริมาณการส่งออกยางทั้งสิ้น 3,664,941 ตัน คิดเป็นร้อยละ 37.59 ของปริมาณการส่งออกยางทั้งโลก คิดเป็นมูลค่า 249,296.4 ล้านบาท และส่งออกในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ยางแปรรูป 257,204.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 73 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรและปศุสัตว์รวมกัน โดยส่งออกไปยังประเทศจีนมากที่สุด จำนวน 2,075,776 ตัน คิดเป็นร้อยละ 56.64 ของปริมาณการส่งออกทั้งประเทศ รองลงมา เป็นประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาคิดเป็นร้อยละ 11.50, 7.67, 5.61 และ 3.97 ตามลำดับ (สถงบันวิจัยยาง. 2557 : 26) จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ตลาดส่งออกหลักของไทยยังคงผูกติดกับประเทศคู่ค้าในเอเชีย โดยเฉพาะจีนเป็นสำคัญ ดังนั้นหากจีนหรือประเทศคู่ค้าของจีน เช่น สหรัฐอเมริกาและประเทศในสหภาพยุโรป ประสบปัญหาเกี่ยวกับวิกฤตทางเศรษฐกิจ จะส่งผลกระทบต่อการใช้ยางเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในจีน นั่นหมายถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการส่งออกยางของไทย

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราเป็นอันดับ 9 จากจำนวนพื้นที่ปลูกทั้งหมดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองจากจังหวัดบึงกาฬ เลย ร้อยเอ็ด อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี สกลนคร นครพนมและศรีสะเกษ โดยมีพื้นที่ปลูกยางพาราจำนวน 272,594 ไร่ ของพื้นที่ปลูก

ทั้งหมดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สถาบันวิจัยยาง. 2558 : 1) จากการรายงานผลการดำเนินงาน ข้อมูลเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ ณ วันที่ 29 มกราคม 2557 พบว่า จังหวัดบุรีรัมย์ มีเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราและพื้นที่ที่ครอบคลุมทั้ง 23 อำเภอ จำนวน 17,495 ครัวเรือน จำนวนแปลง 25,976 แปลง เนื้อที่ รวม 272,594 ไร่ เนื้อที่เปิดกรีด 218,864 ไร่ พื้นที่อำเภอที่ปลูกมากที่สุด คือ อำเภอบ้านกรวด พื้นที่ 62,355 ไร่ รองลงไป ได้แก่ อำเภอละหานทราย 42,378 ไร่ อำเภอสตึก 31,999 ไร่และอำเภอคูเมือง 29,734 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์. 2558 : 1)

อำเภอละหานทราย มีพื้นที่ 669 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 72,748 คน ความหนาแน่น 107.62 คนต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 ตำบล 84 หมู่บ้านคือ ตำบลละหานทราย มี 12 หมู่บ้าน ตำบลตาจ่ง มี 22 หมู่บ้าน ตำบลลำโรงใหม่ มี 14 หมู่บ้าน ตำบลหนองแวง มี 13 หมู่บ้าน ตำบลหนองกระครองมี 12 หมู่บ้าน ตำบลโคกม่วง มี 11 หมู่บ้าน มีพื้นที่ปลูกยางพารา 42,378.33 ไร่ (ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์. 2558 : 1) อำเภอละหานทรายเป็นอำเภอที่มีพื้นที่เหมาะสมต่อการปลูกยางพารา และเกษตรกรส่วนใหญ่หันมาประกอบอาชีพปลูกยางพารากันมากขึ้น จากการศึกษารายงานของสถาบันวิจัยยาง (2557 : 29 -- 30) พบว่า การที่ราคายางพาราดกต่ำต่อเนื่องกันเป็นเวลานาน ทำความเดือดร้อนให้แก่เกษตรกรชาวสวนยางเป็นอย่างมาก ชาวสวนยางก็พยายามที่จะหาทางลดต้นทุนการผลิตยางพารา โดยเกษตรกรชาวสวนยางหันมาให้ความสนใจทำยางก้อนด้วยก้นมากขึ้น เนื่องจากการทำยางแผ่นดิบมีต้นทุนการผลิตสูงในส่วนอุปกรณ์ทำแผ่นที่มีราคาแพง เช่น ถังรวบรวมน้ำยาง ตะกวดหรือตะกวดดับ เมโทรแลค เครื่องจักรกรีดยาง บ่อล้างยาง รถตากยางและโรงทำแผ่น เป็นต้น ซึ่งจะต้องลงทุนประมาณ 5 บาท ต่อยางแผ่นดิบ 1 กิโลกรัม

ยางพาราแผ่นดิบหรือยางผึ่งแห้ง คือ ยางที่ได้จากการนำน้ำยางมาจับตัวเป็นแผ่น โดยสารเคมีที่ใช้จะต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ยางพาราแผ่นดิบมักใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมกาวยุทธศาสตร์รองเท้า เป็นต้น มาตรฐานคุณภาพของยางพาราแผ่นดิบมีกำหนดไว้ชัดเจน ซึ่งสามารถแบ่งมาตรฐานคุณภาพยางแผ่นดิบได้ 3 คุณภาพ โดยยางพาราแผ่นดิบคุณภาพ 1 เป็นแผ่นยางมีความสะอาดและปราศจากฟองอากาศตลอดแผ่น มีความชื้นในแผ่นยางไม่เกินร้อยละ 3 มีความยืดหยุ่นดี และมีลายดอกเคนชัดเจนตลอดแผ่น แผ่นยางบาง มีความหนาของแผ่นไม่เกิน 3 มิลลิเมตร เนื้อยางแห้งใส มีสีสวยสม่ำเสมอตลอดแผ่น ลักษณะสีเหลืองทองหรือเหลืองอ่อน ไม่มีสีคล้ำหรือรอยดำดำ มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่น 800 – 1,200 กรัม แผ่นยางบางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 38 – 46 เซนติเมตร ความยาว 80 – 90 เซนติเมตร

ยางพาราแผ่นดิบคุณภาพ 2 เป็นแผ่นยางมีความสะอาดตลอดแผ่น หรืออาจมีสิ่งสกปรก และฟองอากาศอยู่ในแผ่นยางได้บ้างเล็กน้อย มีความชื้นในแผ่นยางไม่เกินร้อยละ 3 มีความยืดหยุ่น

และมีลายดอกเด่นชัด แผ่นยางบางมีความหนาของแผ่นไม่เกิน 4 มิลลิเมตร เนื้อยางแห้ง มีสีสวย สม่ำเสมอตลอดแผ่น ลักษณะสีค่อนข้างคล้ำหรืออาจมีรอยด่างดำได้บ้างเล็กน้อย มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่น 800 – 1,200 กรัม แผ่นยางบางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 38 – 46 เซนติเมตร ความยาว 80 – 90 เซนติเมตร ยางพาราแผ่นดิบคุณภาพ 3 เป็นแผ่นยางที่มีความสะอาดหรืออาจมีสิ่งสกปรกและฟองอากาศ มีความชื้นในแผ่นยางไม่เกินร้อยละ 5 ความยืดหยุ่นดี และมีลายดอกเด่นชัด แผ่นยางบางมีความหนาของแผ่นไม่เกิน 4 มิลลิเมตร เนื้อยางแห้งมีสีคล้ำทึบไม่โปร่งใส มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่นไม่เกิน 1,500 กรัม แผ่นยางบางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 38 – 46 เซนติเมตร ความยาว 80 – 90 เซนติเมตร (ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดหนองคาย, 2558 : 1)

ปัจจุบันราคารับซื้อยางพาราแผ่นดิบคุณภาพ 3 อยู่ที่ 50.48 บาทต่อกิโลกรัม (สำนักงานตลาดกลางยางพาราจังหวัดบุรีรัมย์, 2558) การซื้อขายยางพาราแผ่นดิบเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของตลาด ณ เวลาซื้อขายนั้น แม้การผลิตยางพาราแผ่นดิบจะลงทุนในส่วนของอุปกรณ์ที่มีราคาสูง แต่ราคารับซื้อยางพาราแผ่นดิบก็สูงกว่ายางก้อนถ้วย จากการสำรวจของบริษัทมีเดีย ออฟ กรีน กรุ๊ป จำกัด ได้สำรวจและสอบถามข้อมูลจากเกษตรกรชาวสวนยางในอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น (นิตยสารยางเศรษฐกิจ, 2556 : 4 – 7) ร้อยละ 85 พบว่า เกษตรกรชาวสวนยางนิยมแปรรูปยางพาราในรูปยางพาราแผ่นดิบ โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าการผลิตยางพาราแผ่นดิบได้ราคาดี แม้อัตราต้นทุนอุปกรณ์จะสูงแต่ในระยะยาวให้ผลกำไรดีกว่ายางก้อนถ้วย

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การผลิตยางพาราแผ่นดิบสามารถสร้างผลกำไรให้เกษตรกรชาวสวนยางมากกว่ายางก้อนถ้วย แต่ด้วยสาเหตุที่ว่า การผลิตยางพาราแผ่นดิบมีต้นทุนการผลิตสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการผลิตยางพาราแผ่นดิบ เพื่อศึกษาแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ เพื่อเป็นแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรให้เกษตรกรชาวสวนยางในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อให้เกษตรกรชาวสวนยางในอำเภอละหานทรายหันมาผลิตยางพาราแผ่นดิบให้ได้ผลกำไรที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการจัดการการผลิตและการตลาดของยางพารา อันเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการลดต้นทุนการผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการลดต้นทุนการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อหาแนวทางการลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไร
2. ได้แนวทางในการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลกำไรการผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1.1 ด้านการลดต้นทุนการผลิต
- 1.2 ด้านช่องทางการตลาด
- 1.3 ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน
- 1.4 ด้านกลยุทธ์การตั้งราคา

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่ทำการปลูกยางพาราที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยศึกษาจากหัวหน้าครัวเรือน ซึ่งมีจำนวนเกษตรกรที่ผลิตยางพาราแผ่นดิบโดยการสุ่มหมู่บ้านจาก 6 ตำบล ตำบลละ 3 หมู่บ้าน และสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 18 หมู่บ้าน จำนวน 665 ราย และจำนวนเกษตรกรชาวสวนยางทั้งหมด 2,493 ราย ได้ทำวิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลากและคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 101) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 249 คน เพื่อการเก็บข้อมูลที่คงไว้ซึ่งคุณภาพของผลการวิจัยที่จะได้รับ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากรและทำการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมดเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ถูกต้อง

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ ต้นทุนในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกร

ตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา หมายถึง เกษตรกรผู้ปลูกยางที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ ณ วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2557
2. ยางพารา หมายถึง พืชยืนต้น ใบเลี้ยงคู่ จะมีน้ำยางที่เป็นของเหลวสีขาวถึงขาวปนเหลือง อยู่ในเปลือกของลำต้น จะเอาน้ำยางออกได้โดยการใช้มีดกรีดยาง
3. น้ำยางสด หมายถึง น้ำยางธรรมชาติที่ได้จากต้นยางพารา มีลักษณะเป็นของเหลวสีขาวคล้ายน้ำนม มีสภาพเป็นคอลลอยด์หรือสารแขวนลอย สามารถรวมกันเป็นก้อนเหนียวและแข็งได้
4. ยางก้อนถ้วย หมายถึง ยางที่ทำให้จับตัวกันเป็นก้อนในถ้วยรับน้ำยาง ยางที่ได้จึงเป็นก้อนตามลักษณะถ้วยน้ำยาง
5. ยางพาราแผ่นดิบ หมายถึง ยางแผ่นที่ทำจากน้ำยางสด ที่ทำให้จับตัวเป็นก้อนด้วยกรดน้ำส้มแล้วรีดเป็นแผ่นบาง ๆ เป็นยางที่มีความชื้นอยู่
6. ต้นทุน หมายถึง ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ที่เป็นทั้งเงินสดและไม่ใช้เงินสดที่ใช้ในการทำสวนยางพารา ประกอบด้วยต้นทุนทางบัญชีที่เป็นเงินสดและต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาสและค่าเสื่อมราคา ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบของเกษตรกรที่ระดับสวน ได้แก่ ค่าปรับพื้นที่เตรียมปลูกค่าวางแนวขุดหลุมปลูก ค่าพันธุ์ยาง ค่าปุ๋ย ค่าพันธุ์พืชคลุมดิน ค่าตัดแต่งกิ่ง ค่ายากำจัดวัชพืช ค่ายาป้องกันและกำจัดโรคและแมลง ค่าวัสดุสิ้นเปลืองทางการเกษตร ค่าซ่อมแซม ค่าแรงงาน ค่าทำแนวป้องกันไฟ ค่าภาษีบำรุงท้องที่และค่าเสื่อมราคา เป็นต้น
7. ต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนที่ใช้ในการทำสวนยางพาราที่มีจำนวนคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตที่ได้รับ เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาส ค่าภาษีบำรุงท้องที่และค่าเสื่อมราคา เป็นต้น
8. ต้นทุนผันแปร หมายถึง ต้นทุนที่ใช้ในการทำสวนยางพาราที่มีจำนวนเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตที่ได้รับ ได้แก่ ค่าปรับพื้นที่การปลูก ค่าวางแนวขุดหลุมปลูก ค่าพันธุ์ยาง ค่าปุ๋ย ค่าพันธุ์พืชคลุมดิน ค่าตัดแต่งกิ่ง ค่ายากำจัดวัชพืช ค่ายาป้องกันและกำจัดโรคและแมลง ค่าวัสดุสิ้นเปลืองทางการเกษตร ค่าซ่อมแซม ค่าแรงงาน ค่าทำแนวป้องกันไฟและค่าขนส่ง เป็นต้น
9. ผลตอบแทน หมายถึง รายได้ที่ผู้ประกอบการทำสวนยางได้รับหักด้วยต้นทุน
10. ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง จำนวนปีที่เกษตรกรสามารถคืนทุนได้
11. ค่าปัจจุบันสุทธิ หมายถึง ผลต่างค่าปัจจุบันของผลตอบแทนเงินสดที่ได้รับจากโครงการแต่ละปี กับค่าปัจจุบันของเงินสดที่จ่ายออกไปเป็นเงินลงทุนของโครงการ
12. อัตราผลตอบแทนจากโครงการ หมายถึง อัตราส่วนผลที่ทำให้ค่าปัจจุบันของผลตอบแทน เท่ากับค่าปัจจุบันของเงินลงทุนสุทธิ

13. จุดคุ้มทุน หมายถึง ปริมาณขายแผ่นดินที่เกษตรกรขายแล้วทำให้มีรายได้เท่ากับต้นทุนรวมพอดีหรือมีกำไรเท่ากับศูนย์

14. ราคาคุ้มทุนต่อกิโลกรัม หมายถึง ราคาขายยางแผ่นดินต่อกิโลกรัมที่เกษตรกรผู้ทำสวนยางพาราไม่ได้กำไรและไม่ขาดทุน หรือมีกำไรเท่ากับศูนย์

มหาวิทยาลัยสุโขทัย
Buriram Rajabhat University

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวทางทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพารา แผ่นดินในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบราคายางพาราตกต่ำ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องและตรงกับต้นตอของปัญหา อันจะทำให้การแก้ปัญหาได้อย่างยั่งยืนนั้นมีแนวคิด ทฤษฎีและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน
 - 1.1 ทฤษฎีว่าด้วยต้นทุน
 - 1.2 ทฤษฎีว่าด้วยผลตอบแทน
2. แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการลดต้นทุน
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการลดต้นทุน
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนคงที่
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนผันแปร
 - 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับการปลูกยางพารา
4. การผลิตยางพาราแผ่นดิน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

1. ทฤษฎีว่าด้วยต้นทุน

1.1 ความหมายของต้นทุน

พิบูล กงแก้ว (2555 : 8) ได้ให้คำนิยาม ต้นทุน (Cost) ไว้ว่า ต้นทุน หมายถึง มูลค่าที่วัดได้เป็นต้นทุนของสินทรัพย์ที่กิจการเสียไปในการลงทุน เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ซึ่งในการผลิตสินค้านั้น

ลำไย มากเจริญ (2551 : 11) กล่าวถึงต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่วัดออกมาเป็นหน่วยเงินตราที่ได้สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้า สินทรัพย์หรือบริการต่างๆ

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552 : 11) กล่าวถึงต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากร ที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็น ลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน

นาตยา ตริรัตน์คิลกกุล (2552 : 8) กล่าวถึงต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่ ได้ใช้ไปเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ต้นทุนที่ยังไม่หมดประโยชน์หรือต้นทุนส่วนที่ยังไม่ได้ใช้ ประโยชน์จะถือว่าเป็นสินทรัพย์ (Asset) ของกิจการ และหากต้นทุนใดได้ให้ประโยชน์แก่กิจการแล้ว จะถือว่าเป็นค่าใช้จ่าย

วันชัย ริจิรวนิช และสุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน (ม.ป.ป. : 23) ได้ให้ความหมายของ ต้นทุนว่า คือค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปสำหรับปัจจัยทางการผลิตเพื่อให้เกิดผลผลิต ต้นทุนจึงเป็นส่วนที่ใช้ สำหรับการนิยามอัตราผลิตภาพหรือผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งเท่ากับผลผลิต (Output)หารด้วย ปัจจัยนำเข้า (Input) ต้นทุนจึงเป็นมูลค่าที่วัดได้ในเชิงเศรษฐศาสตร์ของทรัพยากรที่ใช้ และต้นทุนมี ลักษณะที่ใช้ไปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ถือเป็นสินทรัพย์ได้ เช่น กงคั่งของวัสดุ งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูป

ต้นทุนตามแนวคิดของ ชูกียาม่า (ม.ป.ป. : 3 – 10) หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้ รุ่มเทไปเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ก็คือต้นทุนนั่นเอง และได้แบ่งประเภท ของต้นทุนไว้ 4 ประเภท สรุปได้ดังนี้

- 1) ต้นทุนที่แสดงด้วยตัวเงิน เมื่อกล่าวถึงต้นทุน โดยทั่วไปมักจะหมายถึงสิ่งที่ แสดงเป็นตัวเงิน เช่น ราคาสินค้า ต้นทุน และค่าเสียหายในการจัดซื้อสินค้า เป็นต้น ที่สามารถแสดง เป็นหน่วยของเงินได้โดยตรง ซึ่งก็คือจำนวนเงินที่จำเป็นต้องใช้จ่ายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นๆ
- 2) ต้นทุนที่วัดด้วยเวลา เวลาเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตทุก ๆ อย่างของพวกเรา ไม่ว่าเนื้อหาข้อความนี้จะถูกต้องหรือไม่ก็ตาม ทุกสิ่งดำเนินไปภายใต้ขอบเขตจำกัดด้านเวลา แม้ว่า จะไม่สิ้นเปลืองเงินทอง แต่ก็ต้องสิ้นเปลืองเวลาอย่างแน่นอน ดังนั้นจึงพึงตระหนักว่า เวลาเป็น ต้นทุนที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใด
- 3) ต้นทุนวัดด้วยประสิทธิภาพ โดยปกติแล้วการดำเนินการผลิตทุกคนต้องการ ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่แล้วในการที่จะพิจารณาว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่นั้น แทนที่จะ คิดเปรียบเทียบมูลค่าที่เกิดขึ้น ควรจะพิจารณาว่า เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ (Output) ที่เท่ากัน จะสามารถลด ต้นทุนเป็นค่าสัมบูรณ์ได้เพียงใด
- 4) ต้นทุนวัดด้วยความกระตือรือร้น เมื่อกล่าวถึงต้นทุนอาจจะคิดว่าสามารถแสดง เป็นตัวเลข แต่ก็มีต้นทุนที่สำคัญที่แสดงเป็นตัวเลขได้ยากมาก แต่ก็มีผลกระทบต่ออย่างยิ่งกับต้นทุนที่

เป็นตัวเลข สิ่งนั้นคือ “ความกระตือรือร้น” ซึ่งเป็นสิ่งเดียวที่เรียกว่า “มีคุณค่าเพียงพอที่จะทุ่มเท” หรือ “อยากทำ”

จากนิยามข้างต้นสรุปได้ว่า ต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่ต้องเสียไปหรือไปใช้ เพื่อให้ได้มา ซึ่งสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นผลทำให้สินทรัพย์ลดลงหรือหนี้สินเพิ่มขึ้น และต้องวัดได้ เป็นหน่วยเงินตรา

1.2 ประเภทของต้นทุน

วิชา โฆมิสตรังกุล และคณะ (2546 : 34 – 35) จำแนกประเภทของต้นทุน ในการผลิต ออกเป็น 3 ส่วนหลักได้แก่

ส่วนที่ 1 ต้นทุนวัตถุดิบ (Material cost) คือ ค่าวัตถุดิบที่ซื้อมาจากหน่วยงาน ภายนอก เพื่อที่จะนำไปใช้ผลิตเป็นสินค้า หรือบริการ เช่น ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วต้นทุนวัตถุดิบจะมีสัดส่วนสูงที่สุดในบรรดาต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมด ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษในการจัดการต้นทุนประเภทนี้ เพราะการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างต้นทุนวัตถุดิบเพียงเล็กน้อย ก็สามารถส่งผลกระทบต่อต้นทุนโดยรวมได้

ส่วนที่ 2 ต้นทุนการทำงานของเครื่องจักร (Machine Operating Cost) คือค่าใช้จ่าย ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเมื่อเครื่องจักรทำงาน ไม่ว่าจะทำการผลิตอยู่หรือเปิดเครื่องจักรเฉยๆ ได้แก่ ค่าพลังงาน เชื้อเพลิงที่ใช้ในการขับเคลื่อนเครื่องจักร ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงเพื่อให้เครื่องจักรอยู่ในสภาพดี สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี ตลอดจนค่าชิ้นส่วนต่างๆ ของเครื่องจักรที่จะต้องเปลี่ยนเมื่อถึงเวลา อันสมควรหรือหมดสภาพการใช้งาน การลดต้นทุนนี้จะต้องเพิ่มความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจาก มักมีความเข้าใจที่ผิดๆ ในการลดต้นทุนประเภทนี้ โดยมักจะพยายามใช้ชิ้นส่วนที่มีราคาถูกหรือไม่ เปลี่ยนอะไหล่ตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อยืดอายุการใช้งานของชิ้นส่วนนั้นบางกรณียังพบว่า การปรับแต่งเครื่องจักรให้มีความเร็วสูงเกินไป เพื่อให้สามารถผลิตออกมาได้มากขึ้นในเวลาเท่าเดิม โดยไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัยและความสามารถของเครื่องจักรเนื่องจากหากไม่มีการบำรุงรักษา เครื่องจักรอย่างถูกต้องเหมาะสมแล้วก็จะทำให้เครื่องจักรสึกหรอและมีอายุการใช้งานสั้นกว่าที่ควร จะเป็นอีกด้วย

ส่วนที่ 3 ต้นทุนแรงงาน (Labor Cost) คือ ค่าใช้จ่ายในการจ้างงานเพื่อให้มี บุคลากรเข้ามาทำหน้าที่ต่างๆ ในองค์กร เพื่อให้มีกิจกรรมธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ค่าจ้างพนักงานเดินเครื่องจักร เงินเดือนวิศวกร เงินเดือนผู้บริหาร ตลอดจน โบนัสและสวัสดิการ ต่างๆ ที่องค์กรมีให้ต่อพนักงาน เป็นต้น

การลดต้นทุนแรงงานเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและจะต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องใน การลดต้นทุนนี้ มิฉะนั้นนอกจากจะไม่สามารถลดต้นทุนลงได้แล้วก็จะส่งผลกระทบต่อขวัญและ

กำลังใจของพนักงานอีกด้วย ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์เช่นนั้นขึ้นแล้ว ก็เป็นการยากที่องค์กรจะสามารถ ยืนหยัดและแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆ ได้ เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญที่สุดในบรรดา ปัจจัยการผลิตทั้งหมด เพราะเราไม่สามารถที่จะบริหารและปรับปรุงการใช้ทรัพยากรต่างๆ ได้อย่างมี ประสิทธิภาพสูงสุด หากขาดซึ่งมนุษย์ที่จะทำหน้าที่ในการควบคุมและคิดหาหนทางในการปรับปรุง สิ่งต่างๆ

นอกจากนี้ ดวงมณี โกมารทัต (2551) ลำไย มากเจริญ (2551) สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) และนายดา ตรีรัตน์คิลกุล (2552) ยังได้จำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต โดยมีรายละเอียด ต่อไปนี้

1) วัตถุดิบ (Materials) วัตถุดิบนับเป็นส่วนประกอบสำคัญของการผลิตสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปโดยทั่วไป ซึ่งการจำแนกต้นทุนที่เกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบในการผลิตสินค้าจะถูก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1) วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) หมายถึง วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต และสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งมีลักษณะเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่และสำคัญที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้นๆ เช่น ผ้าที่ใช้ใน อุตสาหกรรมทอผ้า เป็นต้น

1.2) วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials) หมายถึง วัตถุดิบหรือวัสดุต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมกับการผลิตสินค้า แต่ไม่ใช่วัตถุดิบหลักหรือวัตถุดิบส่วนใหญ่ เช่น เส้นด้ายที่ใช้ ในการตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น ในบางครั้งวัตถุดิบทางอ้อมอาจจะถูกเรียกว่า วัสดุโรงงาน ซึ่งถือเป็น ค่าใช้จ่ายการผลิตชนิดหนึ่ง

2) ค่าแรงงาน (Materials) หมายถึง ค่าจ้างหรือผลตอบแทนที่จ่ายให้แก่ลูกจ้างหรือ คนงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้า โดยปกติค่าแรงงานจะถูกจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) และค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor)

2.1) ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงงานต่างๆ ที่จ่ายให้แก่ คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง ซึ่งโดยปกติจะมีจำนวน ค่าแรงงานที่มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับค่าแรงงานทางอ้อมในการผลิตสินค้าหน่วยหนึ่งๆ และถือเป็น ค่าแรงงาน ส่วนสำคัญในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ค่าแรงงานของช่างเย็บเสื้อผ้า ค่าแรงงานของพนักงานในสายการประกอบ เป็นต้น

2.2) ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึง ค่าแรงงานของบุคคลที่ทำ หน้าที่สนับสนุนการผลิต ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าโดยตรง เช่น เงินเดือนผู้ควบคุมโรงงาน

เงินเดือนพนักงานทำความสะอาดเครื่องจักรและโรงงาน พนักงานตรวจสอบคุณภาพ ช่างซ่อมบำรุง ตลอดจนต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่กิจการออกให้แก่คนงาน อาทิ ค่าภาษีที่ออกให้ลูกจ้าง สวัสดิการต่างๆ เป็นต้น ซึ่งค่าแรงงานทางอ้อมเหล่านี้จะถือเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายการผลิต

3) ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายชนิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า เช่น วัตถุดิบทางอ้อม ค่าแรงงานทางอ้อม ค่าใช้จ่ายในการผลิตทางอ้อมอื่นๆ ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา ค่าประกันภัย ค่าภาษี เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายเหล่านี้ก็ต้องเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการดำเนินการผลิตในโรงงานเท่านั้น ไม่รวมถึงเงินเดือน ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าเสื่อมราคา ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานในสำนักงาน

1.3 องค์ประกอบของต้นทุนการผลิต

วันชัย ริจิรวนิช และสุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน (ม.ป.ป. : 30-32) กล่าวถึงองค์ประกอบของต้นทุนการผลิตประกอบด้วยค่าใช้จ่าย 3 ส่วน คือ ค่าวัสดุ (Material Cost) ค่าแรงงาน (Labor Cost) ค่าโสหุ้ย หรือค่าใช้จ่ายโรงงาน (Overhead) มีรายละเอียดดังนี้

1) ค่าวัสดุ ถือเป็นส่วนสำคัญในการผลิตโดยตรง ต้นทุนการผลิตจึงประกอบด้วยส่วนที่เป็นค่าวัตถุดิบที่ใช้ เช่น โรงงานผลิตเบาะรถยนต์ มีผ้า ฟองน้ำ หนังเทียมเป็นวัตถุดิบ นอกจากนี้มีวัตถุดิบเป็นวัสดุทางตรงแล้ว โรงงานยังต้องใช้วัสดุประกอบการผลิตอื่นๆ เช่น ไข่มืด กระดาษรองปูผ้า พลาสติกคลุมผ้าก่อนตัด เป็นต้น วัสดุที่ไม่ได้แปรผันตามปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น เราเรียกว่า วัสดุทางอ้อม โดยจะถูกจัดเป็นต้นทุนของค่าโสหุ้ยการผลิต

2) ค่าแรงงาน คือ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปเพื่อการเปลี่ยนสภาพของวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป มีค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนที่ใช้กับการผลิตโดยตรงเรียกว่า ค่าแรงทางตรง เช่น ค่าจ้างผลิตเงินเดือนของคนงานที่คุมและใช้เครื่องจักร เป็นต้น ค่าแรงนี้จะสามารถคิดเข้าเป็นต้นทุนผลิตได้โดยตรง จึงแปรผันตามปริมาณการผลิต เมื่อผลิตมากต้องทำงานมากค่าแรงงานทางตรงจะสูง ผลิตน้อยทำงานน้อยค่าแรงทางตรงจะต่ำ ค่าแรงส่วนที่จะคิดเป็นค่าใช้จ่ายโรงงาน คือ ค่าแรงทางอ้อม เช่น เงินเดือนหรือค่าจ้างคนทำความสะอาด ยาม คนดูแลคลังสินค้า เป็นต้น ในส่วนของค่าล่วงเวลา ถ้าเป็นการจ่ายเพื่อการผลิตตามใบสั่งผลิตที่ต้องการผลผลิตที่เพิ่มขึ้นจะถือได้ว่าเป็นค่าแรงทางตรง หรือต้นทุนแรงงาน ถ้าเป็นส่วนที่ทำการทำงานที่ยังไม่เสร็จในเวลาตามเป้าหมายที่กำหนด จะถือเป็นค่าแรงทางอ้อม จะถือเป็นค่าแรงทางอ้อม ซึ่งจะเป็นส่วนของต้นทุนค่าใช้จ่ายโรงงาน

3) ค่าใช้จ่ายโรงงานหรือค่าโสหุ้ยการผลิต คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากค่าแรงงานทางตรงและค่าวัสดุทางตรง จะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้

3.1) ค่าวัสดุทางอ้อม

3.2) ค่าแรงงานทางอ้อม

3.3) สาธารณูปโภค

3.4) ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

3.5) ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและทรัพย์สินอื่นๆ

3.6) ค่าซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต

3.7) ค่าเช่า

3.8) ค่าเบี้ยประกันภัยสินทรัพย์

3.9) ค่าภาษี (ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล)

3.10) ค่าสวัสดิการ

ค่าใช้จ่ายโรงงานจะอยู่ในรูปของค่าใช้จ่ายที่คงที่ก็ได้ แต่จะไม่แปรผันโดยตรงตามการผลิตที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ค่าใช้จ่ายโรงงานจึงเป็นส่วนของค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนซึ่งจะสามารถพิจารณาได้ก่อน เพราะหลายๆ ส่วนของต้นทุนที่ลดยังไปอาจจะไม่กระทบต่อผลผลิตเลย

ค่าใช้จ่ายโรงงานหรือค่าเสียหายการผลิต เมื่อรวมกับต้นทุนแรงงานจะเรียกว่า ต้นทุนแปรสภาพ (Conversion Cost) ซึ่งจะเป็นต้นทุนที่ใช้ในการกำหนดค่าจ้างสำหรับงานที่สั่งทำที่มีการนำวัสดุมาให้แปรรูป

นอกจากค่าใช้จ่ายทั้ง 3 ข้อที่กล่าวมาข้างต้นที่ก่อให้เกิดต้นทุนโดยตรงต่อการผลิตแล้วยังมีความสูญเสียอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างกระบวนการผลิตและความสูญเสียนั้นล้วนเป็นต้นทุนของผู้ประกอบการทั้งสิ้น ดังนั้นวิชา โขนิมิตร์กุล และคณะ (2546 : 82 – 86) จึงได้แบ่งความสูญเสียออกเป็น 7 ประการ (7 wastes) ดังนี้

1) ความสูญเสียเนื่องจากการผลิตมากเกินไป (Over Production) การผลิตในปริมาณที่มากเกินไปโดยที่ยังไม่มีความต้องการในขณะนั้น ทำให้เกิดงานระหว่างทำ (Work in Process) รอในกระบวนการขึ้น ยิ่งจำนวนของงานระหว่างทำนี้เพิ่มขึ้นเท่าไรก็จะทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมามากขึ้นเท่านั้น

2) ความสูญเสียเนื่องจากการเก็บสต็อกที่ไม่จำเป็น (Unnecessary Stock) การเก็บวัสดุคงคลังไว้มากเกินความจำเป็น เพื่อเป็นหลักประกันว่าจะมีวัสดุสำหรับการผลิตอยู่ตลอดเวลา นั้นนับว่าเป็นความสูญเสียที่พบได้บ่อย และทำให้เกิดปัญหาขึ้นมากโดยที่มองข้ามไป

3) สูญเสียเนื่องจากการขนส่งที่ไม่จำเป็น (Transportation) การขนส่งภายในเป็นกิจกรรมที่จำเป็นในกระบวนการผลิตเพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตไปได้อย่างต่อเนื่องแต่หากไม่มีการควบคุมให้ดีก็จะเป็นการเพิ่มต้นทุนโดยไม่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่วัสดุ

4) ความสูญเสียจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น (Motion) เช่น เสียเวลาในการเดินส่งงานของพนักงาน ความเหนื่อยล้าในการทำงาน

5) ความสูญเสียเนื่องจากกระบวนการผลิตที่ขาดประสิทธิผล (Non – Effective Process) ในกระบวนการผลิตใดๆ หากพิจารณาให้ดีจะพบว่ายังมีสิ่งที่สามารถทำการปรับปรุงแก้ไขได้อีก แต่บางครั้งความเคยชินกับกระบวนการผลิตที่เป็นอยู่ทำให้มองข้ามความบกพร่องที่แฝงอยู่ไป และทำให้พลาดโอกาสในการปรับปรุงไปอย่างน่าเสียดาย

6) ความสูญเสียเนื่องจากการรอคอย (Delay/Idle time) การรอคอยที่เกิดขึ้นในกระบวนการ ได้แก่ พนักงานรอวัตถุดิบเพื่อทำการผลิต เครื่องจักรหยุดเนื่องจากพนักงานไม่อยู่ ควบคุมการทำงาน พนักงานรอเนื่องจากเครื่องจักรซ่อม เป็นต้น

7) ความสูญเสียเนื่องจากการผลิตของเสีย (Defects/ Rework) โดยทั่วไปมักจะยอมรับว่าต้องมีของเสียเกิดขึ้นในกระบวนการผลิต และเชื่อว่าการตรวจสอบจะช่วยให้ของเสียลดลง ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง เพราะการตรวจสอบเป็นเพียงการตัดใจว่าชิ้นงานนั้นใช้ได้หรือไม่ แต่ไม่สามารถค้นหาสาเหตุและแก้ไขได้

2. ทฤษฎีว่าด้วยผลตอบแทน

นราทิพย์ ชุตินวงศ์ (2548 : 152) ได้กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน ได้มีการจำแนกวิธีการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลประโยชน์ หรือผลตอบแทน (Benefits) ของการลงทุน หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้จากการลงทุน ประกอบด้วย ผลตอบแทนทางตรง ผลตอบแทนทางอ้อม และผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน

1.1 ผลตอบแทนทางตรง (Direct Benefits) คือ ผลผลิตสุทธิของการลงทุน หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้โดยตรงจากการลงทุน นอกจากนี้ยังหมายถึง การประหยัด และการลดค่าใช้จ่าย จากที่เคยมีอยู่เดิม

1.2 ผลตอบแทนทางอ้อม (Indirect Benefits) คือ ผลประโยชน์ตอบแทนอื่นที่นอกเหนือจากผลประโยชน์ตอบแทนทางตรง นอกจากนี้ยังรวมถึงผลประโยชน์ตอบแทนด้าน สังคม และสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น โครงการนั้นอาจกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามก่อให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่โครงการตั้งอยู่ เป็นต้น

1.3 ผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน (Intangible Benefits) คือ ผลตอบแทนที่ไม่สามารถคำนวณประเมินมูลค่าเป็นตัวเงินได้ เช่น การลงทุนนั้นอาจมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต และการกระจายรายได้ ให้มีความยุติธรรมมากขึ้น เป็นต้น

2. ค่าเสียโอกาสของทุน (Opportunity Cost of Capital) คือ ถ้ามีการกำหนดให้ตลาดทุน (Capital Market) ที่มีอยู่สามารถนำเงินตราหรือทรัพยากรไปลงทุนเพื่อสร้างเงินตราให้มีจำนวนมากขึ้นในอนาคตแล้ว สามารถกล่าวได้ว่า ค่าเสียโอกาสของการออมได้เกิดขึ้นแล้วทางเลือกต่อการบริโภค

ในปัจจุบันคือ การใช้เงินทุนหรือทรัพยากรไปในทางที่ก่อให้เกิดรายได้ในอนาคต ซึ่งอย่างน้อยต้องมีมูลค่าเท่ากับเงินตราในปัจจุบันที่เกิดจากการลงทุนในรูปแบบอื่น

แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการลดต้นทุน

1. แนวคิดเกี่ยวกับการลดต้นทุน

การลดต้นทุนสามารถทำได้โดยทุกฝ่ายในองค์กร แต่ที่มักให้ความสำคัญคือ ด้านการผลิต โดยเฉพาะเรื่องของประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลผลิต (Output) กับปัจจัยการผลิต (Input) ทุกองค์กรจะต้องเปรียบเทียบประสิทธิภาพการผลิตของตนเองกับองค์กรอื่น หรือเปรียบเทียบภายในองค์กรเองแต่เปรียบเทียบในช่วงเวลาต่างๆ เช่น ประสิทธิภาพการผลิตของเดือนนี้กับเดือนที่แล้ว หรือ Lot นี้กับ Lot ที่แล้ว เป็นต้น เปรียบเทียบระหว่างเครื่องจักร เปรียบเทียบระหว่างโรงงานหรือระหว่างแผนก เป็นต้น การเปรียบเทียบช่วยให้เห็นถึงประสิทธิภาพที่เปลี่ยนแปลงหรือระดับประสิทธิภาพระหว่างองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพสามารถทำได้ 5 วิธี (ฉันทพล ลีลาวัฒนานันท์. 2558 : 78) ได้แก่

- 1) เพิ่มผลผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตเท่าเดิม
- 2) ผลผลิตเพิ่มและปัจจัยการผลิตลดลง
- 3) ผลผลิตเพิ่มขึ้นมากกว่าปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น
- 4) ผลผลิตเท่าเดิมแต่ปัจจัยการผลิตลดลง
- 5) ผลผลิตลดลงน้อยกว่าปัจจัยการผลิตที่ลดลง

โดยปกติความสูญเปล่า ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต 8 ประการ ได้แก่

- 1) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสีย (Defects)
- 2) ความสูญเปล่าจากการผลิตเกินความต้องการ (Over Production)
- 3) ความสูญเปล่าจากการรอคอย ความล่าช้า (Waiting Time / Delay)
- 4) ความสูญเปล่าจากการเก็บวัสดุคงคลังมากเกินไป (Excessive Inventory)
- 5) ความสูญเปล่าจากการขนย้ายที่ไม่จำเป็น (Unnecessary Transport)
- 6) ความสูญเปล่าจากกระบวนการผลิตที่ไร้ประสิทธิภาพ (Ineffective Process)
- 7) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น (Unnecessary Motion / Action)
- 8) ความสูญเปล่าจากการผลิตและใช้พลังงาน (Energy Wastes)

แนวคิดในการลดและควบคุมต้นทุนการผลิต มีหลักการดังนี้

- 1) ศึกษาวิเคราะห์และสำรวจสถานการณ์ปัจจุบันของต้นทุนการผลิต ต้นทุนหลักๆ

2) คือ แรงงาน วัตถุดิบ โสหุ่ย เมื่อรู้ต้นทุนแล้วทำให้เราสามารถหาข้อบกพร่องแล้วหาวิธีลดต้นทุน

3) วิเคราะห์และชี้วัดหาสาเหตุของต้นทุนสูญเปล่าที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้านั้นๆ ไฟฟ้าใช้มากที่สุดในการบวนการผลิตในส่วนไหนที่ใช้ไฟฟ้าแล้วสูญเปล่าเป็นจำนวนเท่าไร

4) เน้นการลดและควบคุมต้นทุนการผลิตในส่วนของการใช้จ่ายที่ไร้ประสิทธิภาพ มีความสูญเปล่าสูงๆ และดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จ

5) ประยุกต์ใช้เทคนิควิศวกรรมอุตสาหกรรม (IE Techniques)

ความสำคัญของการลดต้นทุน

วัชรพร กิติวรรณ (2557 : 41) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการลดต้นทุนไว้ดังนี้

- 1) ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วเพราะการได้มา ซึ่งข้อมูลเพื่อ
- 2) การบริหารจัดการที่ถูกต้องที่สุด
- 3) สามารถวางแผนการลดต้นทุนและควบคุมต้นทุนในองค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) เพิ่มโอกาสการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น
- 5) สามารถเอาชนะคู่แข่งด้วยการเป็นผู้นำด้านการบริหารจัดการต้นทุน
- 6) ต้นทุนต่ำ ขายราคาต่ำเดิม ขายได้ปริมาณเท่าเดิม เท่ากับกำไรที่สูงขึ้น
- 7) ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทุกคน ต้องมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการลดต้นทุนขององค์กรเพื่อผลประโยชน์ที่ดีขึ้นอย่างมั่นคงและยั่งยืน พนักงานซึ่งเป็นส่วนประกอบขององค์กรย่อมมีความมั่นคงและเติบโตขึ้นตามผลประโยชน์ขององค์กรเช่นเดียวกัน รวมทั้งเพิ่มสวัสดิการให้พนักงานและปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น

วิธีการลดต้นทุน

การลดต้นทุน คือ การลดต้นทุนที่ไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการและจะต้องไม่กระทบต่อองค์ประกอบอื่นๆ มีวิธีการลดต้นทุน (วัชรพร กิติวรรณ. 2557 : 42) ดังนี้

1. ลดต้นทุนด้านวัตถุดิบ ใช้หลักวิศวกรรมคุณค่าในการวิเคราะห์วัตถุดิบว่า มีความเหมาะสมกับการผลิตและการทำงาน ขจัดความสูญเสียของวัตถุดิบ เช่น เปลี่ยนวิธีการผลิตเพื่อให้อายุสั้นลงหรือจัดกระบวนการจัดเก็บ

2. ต้นทุนการทำงานของเครื่องจักร ทำความสะอาดและบำรุงรักษาเครื่องจักรให้ถูกต้องเพื่อให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ซึ่งจะก่อให้เกิดการลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนดและทำให้ของเสียลดลง เรียนรู้การปฏิบัติงานอย่างถูกวิธีเพื่อให้เครื่องจักรมีสภาพดีไม่ต้องซ่อมแซมบ่อยๆ และอย่าปล่อยให้เครื่องจักรทำงานโดยไม่มีการผลิตเพราะจะเป็นการสูญเสียพลังงานโดยไม่เกิดประโยชน์

3. ต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน ฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะในการทำงาน ปรับปรุงวิธีการทำงานให้ง่าย มีประสิทธิภาพมากขึ้นและฝึกพนักงานให้มีทักษะการทำงานหลายๆ ด้าน เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ เมื่อพนักงานบางคนขาดงานหรือทำงานไม่ทัน

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิต (Cost of Production) หมายถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต เช่น ค่าปัจจัยต่างๆ ตลอดจนค่าบริการ ต้นทุนการผลิตอาจแบ่งได้หลายประเภท สำหรับในกระบวนการผลิตระยะสั้น ต้นทุนการผลิตแบ่งได้เป็น 2 ประเภท (รวิวรรณ จันทร์แทนบ. 2555 : 18 – 19) ดังนี้

2. แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิต แม้ไม่ทำการผลิตก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้ด้วย ค่าใช้จ่ายในขั้นนี้ ได้แก่ ค่าภาษีที่ดิน ค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและโรงงาน ค่าแรงประจำต้นทุนคงที่ (Total Fixed Cost : TFC) ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยคงที่ (fixed inputs) ดังนั้นต้นทุนคงที่ที่จะคงที่ตายตัวเสมอไม่ว่าผู้ผลิตจะทำการผลิตมากน้อยแค่ไหน ถึงแม้จะไม่ทำการผลิตก็ต้องมีค่าใช้จ่ายคงที่ที่เกิดขึ้น เช่น ค่าเสื่อมราคา (depreciation) ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนระยะยาว (long-term opportunity cost on investment) ค่าภาษี (tax) ค่าประกัน (insurance) ค่าเช่าที่ดินหรือค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน (opportunity cost of land used) ฯลฯ เช่น นายกนก เช่าที่ดิน 10 ไร่ เสียค่าเช่าที่ดินไร่ละ 300 บาท มีค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร 8,000 บาท $TFC = 3,000 + 8,000$ บาท = 11,000 บาท เมื่อคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อหน่วยของผลผลิตเราเรียกว่า ต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average total Fixed Cost : AFC) มีค่าเท่ากับ $AFC = TFC/Y$ นายกนกผลิตข้าวได้ 5,000 กิโลกรัม $AFC = 11,000/5,000 = 2.2$ บาท/กก. ต้นทุนผันแปร (Total Variable Cost : TVC) ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการผลิตที่เกิดการใช้ปัจจัยผันแปร (variable inputs) ค่าใช้จ่ายผันแปรนี้จะขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิต ถ้าหากผู้ผลิตทำการผลิตมากขึ้นก็ต้องใช้ปัจจัยผันแปรมากขึ้น ค่าใช้จ่ายผันแปรเพิ่มขึ้น เช่น นายกนกปลูกข้าว 10 ไร่ ใช้เมล็ดพันธุ์ = 1,500 บาท ใช้ปุ๋ย = 3,200 บาท ใช้ยาฆ่าแมลง = 3,000 บาท จ้างแรงงาน 6 วันทำงาน และใช้แรงงานภายในฟาร์ม 120 วันทำงาน (ค่าจ้างแรงงานวันละ 100 บาท) $TVC = 1,500 + 3,200 + 3,000 + (6 + 120)*100$ บาท = 20,300 บาท เมื่อคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อหน่วยของผลผลิตเราเรียกว่า ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average total Variable Cost : AVC) มีค่าเท่ากับ $AVC = TVC/Y$ $AVC = 20,300/5,000 = 4.06$ บาท/กก. ต้นทุนทั้งหมด (Total Cost : TC) = $TFC + TVC$ $TC = 11,000 + 20,300$ บาท = 31,300 บาท ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย (Average Total Cost : ATC) = $(TFC + TVC)/Y$ $ATC = 31,300/5,000 = 6.26$ บาท/กก.

หรืออาจจะคำนวณได้จาก $ATC = AFC + AVC = 2.2 + 4.06 = 6.26$ บาท/กก. ต้นทุนเพิ่ม (Marginal Cost : MC) ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เพิ่มขึ้นเมื่อผู้ผลิตเพิ่มการผลิตขึ้นอีก 1 หน่วย $= \Delta TC / \Delta Y$ ซึ่ง MC นี้ ผู้ผลิตจะนำมาเปรียบเทียบกับรายได้เพิ่ม (Marginal Revenue : MR) ผู้ผลิตจะขยายการผลิตไปจนกระทั่ง $MC = MR$

3. แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิต หรือเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อปัจจัยแปรผัน ซึ่งต้นทุนแปรผันทั้งหมดคำนวณได้จาก ราคาขายของปัจจัยคูณด้วยจำนวนของปัจจัยแปรผัน ($TVC = P \times Q$)

พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ (2550 : 18) กล่าวว่า ในทางเศรษฐศาสตร์แบ่งต้นทุนออกได้เป็น ต้นทุนชัดเจนและต้นทุนไม่ชัดเจน ดังนี้

1) ต้นทุนชัดเจน (Explicit Cost) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงและมีการจ่ายจริงทั้งเป็นตัวเงินหรือสิ่งของ เช่น ค่าแรง ค่าวัตถุดิบ ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น บางตำราเรียกว่าต้นทุนทางตรง (Direct Cost) ต้นทุนชัดเจนเหล่านี้จะไม่ใช่ต้นทุนการผลิตทั้งหมดในทางเศรษฐศาสตร์

2) ต้นทุนไม่ชัดเจน (Implicit Cost) คือ ต้นทุนไม่ได้จ่ายออกไปจริง ๆ แต่ได้ประเมินขึ้นเป็นต้นทุนซึ่งอยู่ในต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ของปัจจัยการผลิตที่นำมาผลิตสินค้าชนิดนี้ ซึ่งต้นทุนค่าเสียโอกาส หมายถึง มูลค่าของทางเลือกที่ดีที่สุดที่ต้องสละไป (The Best Alternative Forgone) เมื่อมีการตัดสินใจเลือกทางใดทางหนึ่งในการใช้ทรัพยากรนั้น ค่าเสียโอกาสของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดประเมินได้จากผลตอบแทนสูงสุดที่ปัจจัยการผลิตควรได้รับถ้า นำเอาปัจจัยการผลิตไปใช้ในการผลิตสินค้าชนิดอื่น เช่น ค่าเสียโอกาสของเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนชนิดนี้คือ ดอกเบี้ยสูงสุดที่เจ้าของเงินทุนควรได้รับหากนำเงินทุนนี้ไปทำธุรกิจอื่น และค่าเสียโอกาสของแรงงานก็คือค่าจ้างสูงสุดที่แรงงานควรได้รับหากเขาเลือกทำงานในธุรกิจอื่น เป็นต้น ต้นทุนไม่ชัดเจนนี้จะไม่มีการบันทึกไว้ทางด้านบัญชีแต่ผู้ผลิตจะต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน บางตำราเรียกต้นทุนไม่ชัดเจนนี้ว่า ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost)

ต้นทุนทางบัญชีและต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์

ต้นทุนทางบัญชี (Accounting Cost) คือ ต้นทุนที่ผู้ประกอบการได้จ่ายจริงเป็น ตัวเงิน และบันทึกไว้ทางบัญชี ซึ่งต้นทุนทางบัญชีก็คือต้นทุนชัดเจน สำหรับต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (Economics Cost) คือ ต้นทุนที่ผู้ประกอบการได้จ่ายจริงเป็นตัวเงินและไม่จ่ายเป็นตัวเงิน (แต่ได้ประเมินเป็นต้นทุน ซึ่งอยู่ในรูปของค่าเสียโอกาส) ซึ่งต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ก็คือ ต้นทุนชัดเจนรวมกับต้นทุนไม่ชัดเจนนั่นเอง ดังนั้น ต้นทุน ทางเศรษฐศาสตร์จะมีค่าสูงกว่าต้นทุนทางบัญชี จึงทำให้กำไรทางเศรษฐศาสตร์มีค่าต่ำกว่ากำไรทางบัญชี

ต้นทุนของเอกชนและต้นทุนของสังคม

1) ต้นทุนของเอกชน (Private Cost) คือ ต้นทุนทุกชนิดที่ผู้ผลิตใช้จ่ายในการผลิตสินค้าและบริการทั้งที่จ่ายจริงและไม่ได้จ่ายจริง ซึ่งก็คือต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์นั่นเอง

2) ต้นทุนของสังคม (Social Cost) คือ ต้นทุนทุกชนิดที่เกิดจากการผลิตสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่สังคมต้องรับภาระต้นทุนของสังคม ประกอบด้วยต้นทุนของเอกชนและต้นทุนภายนอก (External Cost) ซึ่งต้นทุนภายนอกคือต้นทุนที่บุคคลอื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการชนิดนั้นต้องรับภาระ เช่น ค่าใช้จ่ายของรัฐบาลที่จ่ายเป็นค่ากำจัดน้ำเสียและมลพิษที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรม ค่าใช้จ่ายของรัฐในการแก้ปัญหาอากาศเสีย ถนนหลวงเสียหาย น้ำท่วมพื้นที่บางแห่ง เป็นต้น ในปัจจุบันผู้ผลิตมักนิยมลดต้นทุนของตัวเองโดยวิธีทำให้ต้นทุนภายนอกสูงขึ้น รัฐบาลจึงต้องนำรายได้จากการเก็บภาษีอากรจากประชาชนมาใช้จ่ายในการแก้ปัญหาดังกล่าวข้างต้น

3) ต้นทุนและผลประโยชน์ของหน่วยธุรกิจเอกชนและสังคมมีความแตกต่างกับเอกชนคำนวณต้นทุนจากค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต้องใช้สำหรับปัจจัยการผลิตและคำนวณผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับจากการใช้ปัจจัยการผลิตนั้น โดยอาศัยราคาตลาดเป็นตัววัด แต่สำหรับรัฐนั้นการคำนวณต้นทุนและผลประโยชน์อาศัยจุดยืนของสังคมไม่ใช่จากจุดยืนของเอกชนหรือหน่วยธุรกิจใดหน่วยธุรกิจหนึ่ง ดังนั้นต้นทุนและผลประโยชน์อาจไม่ได้สะท้อนในราคาตลาด หรือ ไม่สามารถซื้อขายในตลาดได้ เช่น ในการคำนวณโครงการที่มีผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ทรายที่ใช้ในการพิมพ์บัตรเลือกตั้ง จำเป็นต้องคำนวณต้นทุนทางสังคมโดยรวมผลกระทบภายนอก (Externality) เข้าไปในการคำนวณต้นทุนด้วย หรือการคำนวณโครงการปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อม ผลผลิตที่ได้คือคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีการซื้อขายในตลาด เป็นต้น

4) ความแตกต่างที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการคำนวณต้นทุนของเอกชนกับต้นทุนของสังคมก็คือ เอกชนจะคิดรวมภาษีที่ตนต้องจ่ายให้รัฐเข้ามาเป็นต้นทุนด้วย แต่สำหรับภาครัฐแล้วภาษีต่างๆ ที่เก็บจากโครงการ (หรือเก็บจากปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในโครงการ) ก็กลายมาเป็นรายรับของรัฐบาลอยู่ดี จึงไม่ถือว่าเป็นต้นทุนของโครงการเมื่อมองจากมุมมองของสังคม และไม่นำมาคิดรวมเป็นต้นทุนของโครงการ

5) ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost)

ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์เป็นต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงที่สุดของผลประโยชน์จากทางเลือกอื่นๆ ของการใช้ทรัพยากรที่ไม่มีโอกาสได้ใช้เนื่องจากได้นำทรัพยากรนั้นมาใช้ในโครงการนี้แล้ว (Maximum Alternative Benefit Forgone) ดังนั้นเมื่อตัดสินใจเลือกโครงการ ก. แล้ว ก็จะเสียโอกาสที่จะเลือกโครงการ ข. โครงการ ค. หรือ โครงการ ง.

ผลประโยชน์ที่สูงที่สุดของโครงการทั้งสามนี้คือ ต้นทุนของการเลือกใช้ทรัพยากรใน โครงการ ก. เนื่องจาก ถ้าไม่เลือกโครงการ ก. ก็มีโอกาที่จะเลือก โครงการ ข. โครงการ ค. หรือ โครงการ ง. ที่ให้ประโยชน์สูงสุด ดังนั้น ต้นทุนของการเลือกโครงการ ก. จึงเป็นโอกาสที่เสียไปจาก ประโยชน์ที่สูงที่สุด ที่จะได้รับจากการเลือกโครงการที่เหลือ

ความหมายของกำไร

กำไร หมายถึง ส่วนต่างของรายรับรวมและต้นทุนรวม ต้นทุนในทางเศรษฐศาสตร์ จะหมายถึงโอกาสที่สูญเสียไปจากการทำปัจจัยการผลิตมาใช้ในกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ไม่ทำให้เกิดกิจกรรมอีกอย่างหนึ่ง ดังนั้นจึงรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสเข้าไว้ในการคำนวณกำไรด้วย (บริษัท วี อินเทอร์เน็ต. 2558 : 1)

สมพล พัทจารี (2553 : 4-5) ให้ความหมายของกำไรว่า กำไร ในเชิงเศรษฐศาสตร์ คือ กำไรสุทธิที่หักค่าใช้จ่ายทุกอย่าง รวมทั้งการหักต้นทุน ค่าเสียโอกาสของผู้ถือหุ้น กำไรส่วนที่เหลือนี้คือกำไรส่วนที่แท้จริงขององค์กร การวัดกำไรเชิงเศรษฐศาสตร์สามารถทำได้โดยนำกำไรจากการดำเนินการหลังจากหักภาษี ลบด้วยต้นทุนเงินเพื่อใช้ทำกำไรนั้นๆ บางครั้งอาจเรียกต้นทุนว่า กำไรขั้นต่ำได้ การพิจารณาโดยใช้กำไรสุทธิเป็นหลักนั้นมีข้อจำกัดทางเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญ คือ ในการคำนวณกำไรสุทธินั้น องค์กร ไม่ได้คำนวณต้นทุนค่าเสียโอกาสของผู้ถือหุ้นหรือต้นทุนของเจ้าของ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2558 : 2) ได้กล่าวถึงประเภทของกำไร ดังนี้

1. กำไรปกติ (Normal Profit) กำไรเกินปกติ (Excess Profit) และขาดทุน (Loss)

ในทางเศรษฐศาสตร์กำไรปกติ (Normal profit) จะหมายถึงผลตอบแทนของผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจที่ควรจะได้จากการนำปัจจัยการผลิตของตนเองมาใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการซึ่งประเมินออกมาในรูปของต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ซึ่งกำไรปกตินี้จะถูกรวมอยู่ในต้นทุนการผลิตด้วย ดังนั้นถ้ารายรับทั้งหมด (TR) เท่ากับต้นทุนการผลิตทั้งหมด (TC) ก็หมายความว่าผู้ผลิตจะได้รับเพียงกำไรปกติหรือคุ้มทุน และถ้ารายรับทั้งหมดมากกว่าต้นทุนการผลิตทั้งหมด ผู้ผลิตก็จะได้รับกำไรเกินปกติ (Excess profit) แต่ถ้ารายรับทั้งหมดน้อยกว่าต้นทุนการผลิตทั้งหมด ผู้ผลิตก็จะขาดทุน (Loss) จากการผลิต

$TR - TC = 0$ \longrightarrow กำไรปกติ

$TR - TC > 0$ \longrightarrow กำไรเกินปกติ

$TR - TC < 0$ \longrightarrow ขาดทุน

2. กำไรสูงสุด (Profit Maximization) และขาดทุนน้อยที่สุด (Loss Minimization)

ในการประกอบธุรกิจเป้าหมายของผู้ผลิตก็คือ กำไรสูงสุด (Profit Maximization)

จากการดำเนินกิจการ ซึ่งกำไรสูงสุดนี้อาจเป็นกำไรเกินปกติหรือกำไรปกติก็ได้หรือขาดทุนน้อยที่สุด (Loss Minimization) หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของ TR และ TC

ทฤษฎีกำไร

จอห์น สจิวตมิลล์ (John Stuart Mill. 2558) ได้ให้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกำไรไว้ว่า กำไรเกิดจากการที่แรงงานผลิตมากกว่าส่วนที่จะนำมาใช้ในการเลี้ยงดูแรงงานผลกำไร คือ ส่วนของผลิตผลคงเหลือซึ่งตกอยู่กับนายทุนหลังจากที่ได้จ่ายค่าตอบแทนแก่แรงงานแล้ว อย่างไรก็ตาม นายทุนจำเป็นต้องจ่ายค่าตอบแทนให้แก่แรงงาน รวมทั้งค่าวัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต ซึ่งเป็นทุนที่จะนำมาใช้จ่ายและเพื่อหาผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต

โดยสรุปกำไรจะเป็นผลตอบแทนต่อผู้ประกอบการซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

1. อัตราดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทนต่อการใช้จ่ายเงินของผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึงผลตอบแทนต่อความเสียหายของผู้ประกอบการ

2. ค่าตอบแทนต่อการจัดการ ในฐานะที่ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจ (Wage of Management)

3. ผลตอบแทนต่อการเสี่ยง

ปัจจัยกำหนดกำไรที่สำคัญมี 3 ประการ คือ

1. ประสิทธิภาพในการผลิตของแรงงาน ซึ่งก็คือ จำนวนผลิตผลที่ผลิตได้
2. สัดส่วนของผลิตผลที่เป็นค่าจ้าง
3. ต้นทุนของแรงงาน (Cost of Labor)

อัตรากำไรมีแนวโน้มที่จะลดลงและจะลดลงจนถึงระดับต่ำสุด ซึ่งอัตรากำไรต่ำสุดนี้จะชดเชยกับความเสียหาย และค่าเสี่ยง เหตุที่ทำให้อัตรากำไรลดลงก็คือ ช่องทางที่จะใช้เงินนันั้นค่อยๆ หดหายไป ช่องทางที่จะลงทุนถูกจำกัดโดยที่ดินในประเทศและตลาดต่างประเทศที่รับซื้อสินค้าหัตถกรรม ดังนั้นถ้าที่ดินถูกใช้ประโยชน์และตลาดต่างประเทศไม่สามารถขยายออกไปพอที่จะใช้เงินที่ตนมีอยู่ได้เพียงพอก็จะทำให้อัตรากำไรลดลง

วิธีการที่จะแก้ไขไม่ให้อัตรากำไรลดลงมีหลายวิธีการ ดังนี้

1. การทำลาย เช่น สงครามจะทำให้อัตรากำไรค่อยๆ ทรุดต่ำลง
2. การปรับปรุงเทคนิคในการผลิตให้ดีขึ้น โดยเฉพาะเทคนิคในการผลิตสินค้าประเภท

อาหาร

3. การขยายการค้ากับต่างประเทศเพื่อจะได้สินค้าประเภทอาหารราคาถูกจากต่างประเทศ
4. การลงทุนออกไปนอกประเทศ

มิลล์ได้กล่าวถึงดอกเบี้ยว่าเป็นส่วนหนึ่งของกำไรและเป็นผลตอบแทนโดยตรงต่อการเสียสละหรือการละเว้น (Abstain) เพื่อที่จะสร้างทุนขึ้นมา การเสียสละหรือการละเว้นมองได้ 2 ทาง คือ

1. การละเว้นการบริโภคในปัจจุบันเพื่อให้มีรายได้เหลือเพื่อการสะสมทุน
2. การสละสิทธิ์ที่จะใช้เงินทุนดังกล่าวแล้วไปให้คนอื่นใช้แทน

มิลล์ได้อธิบายว่าอัตราดอกเบี้ยถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของเงินที่จะให้กู้ยืม กล่าวคือ อัตราดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจะเป็นอัตราดอกเบี้ยที่จะทำให้อุปสงค์ของเงินที่กู้ยืมเท่ากับอุปทานของเงินที่จะให้กู้ยืม เมื่อใดก็ตามที่เงินทุนมีมากกว่าความต้องการอัตราดอกเบี้ยจะลดลง และหากความต้องการเงินทุนมีมากกว่าปริมาณเงินให้กู้ยืมอัตราดอกเบี้ยจะสูงขึ้น

อุปสงค์ต่อเงินทุนประกอบด้วยอุปสงค์เพื่อการลงทุน อุปสงค์ต่อเงินทุนของรัฐบาล และเจ้าของที่ดินเพื่อการบริโภคที่ไม่ก่อให้เกิดการผลิต หรือการบริโภคที่ไม่มีประสิทธิภาพ และอุปทานของเงินทุนประกอบไปด้วยเงินออมเงินฝากในธนาคาร และธนบัตรที่ใช้หมุนเวียน

กล่าวโดยสรุปกำไร หมายถึง ส่วนต่างของรายรับรวมและต้นทุนรวม ต้นทุนในทางเศรษฐศาสตร์ จะหมายถึง โอกาสที่สูญเสียไปจากการทำปัจจัยการผลิตมาใช้ในกิจกรรมอย่างหนึ่งทีไปทำให้ไม่เกิดกิจกรรมอีกอย่างหนึ่ง

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

4.1 ช่องทางการตลาด (Marketing Channels)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้มีผู้ให้ความหมายช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไปตามแนวความคิดของแต่ละท่าน ไว้ดังนี้

ช่องทางการตลาด หมายถึง ระบบหรือเครือข่ายของตัวแทนและสถาบันที่ทำการรวบรวม และปฏิบัติกิจกรรมทุกอย่างในการเชื่อมงานทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตกับผู้ซื้อ ให้บรรลุผลสำเร็จ (Berman, 1996 : 5)

ช่องทางการตลาด หมายถึง เส้นทางการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (Ultimate Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2540 : 472)

ช่องทางการตลาด (Marketing Channels) เป็นกลุ่มขององค์กรอิสระที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการที่จะทำให้สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม การตัดสินใจเลือกช่องทางการตลาด เป็นการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของบริษัท ทั้งนี้เพราะจะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ เช่น การกำหนดราคาสินค้า ขึ้นอยู่กับบริษัทจะตัดสินใจเลือกวางจำหน่ายตามร้านค้าระดับมวลชน หรือร้านค้าระดับหรู การตัดสินใจเลือกพนักงานขาย และ

การโฆษณา ยิ่งไปกว่านั้น การตัดสินใจเลือกช่องทางการตลาดเป็นภาระผูกพันบริษัทในระยะยาว (Kotler. 2004 : 654)

ฉะนั้นควรสรุปว่าช่องทางการตลาดควรจะรวมความหมายถึง ผู้บริโภคสุดท้ายด้วย เพราะเหตุผลสำคัญที่ว่าในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้ามีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ผู้บริโภคสุดท้ายนั่นเอง ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มระหว่างคนกลาง ได้แก่ ผู้ผลิต ตัวแทนผู้จำหน่าย ผู้แทนขาย นายหน้าค้าส่ง ผู้ค้าคนกลาง ผู้ซึ่งประกอบกิจกรรม การสร้างสรรค์ การกระจายสินค้าและบริการ ไปยังตลาดเฉพาะหรือตลาดที่ได้แบ่งส่วนแล้ว เหล่านี้ จะไม่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า

4.2 วัตถุประสงค์ของช่องทางการตลาด

วัตถุประสงค์ของบริษัท หรือทางการตลาดที่สัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางด้านช่องทางการตลาดข้างล่างนี้เป็นตัวอย่างที่มักจะพบเห็นกันตามบริษัทต่างๆ ได้มีนักการตลาดหลายท่านได้ให้ วัตถุประสงค์ของช่องทางการตลาดแตกต่างกันออกไปของแต่ละท่าน (กรกนก เจริญสาร. 2549 : 26 – 27) ดังนี้

4.2.1 ความเจริญเติบโตของยอดขายโดยจัดตลาดใหม่ ตลาดใหม่ๆ ในประเทศ หรือในโลกยังมีอยู่อีกมากมายที่ผลิตภัณฑ์ได้มีการจัดจำหน่ายไปสู่วัตถุประสงค์อาจจะเป็นเพียงเพื่อจัดจำหน่ายไปสู่ผู้บริโภครายใหม่ซึ่งอยู่ในตลาดที่ยังมิได้เคยทำการเสนอขายเลย

4.2.2 บำรุงรักษาหรือปรับปรุงส่วนถือครองตลาด (Marketing Share) โดยใช้ช่องทางการตลาดที่มีอยู่ การบำรุงรักษาหรือ “ตริ้ง” ฐานะทางการแข่งขันอาจจะทำให้ต้องมีการเพิ่ม การเคลื่อนย้ายไม่ว่าจะบำรุงรักษาหรือปรับปรุงส่วนถือครองตลาดก็ตามเป็นเรื่องยาก สถาบันต่างๆ ภายในช่องทางการตลาดโดยปกติมีการกีดกันมือโดยปฏิบัติใกล้เคียงกับขีดความสามารถอยู่แล้ว ถ้าจำเป็นจะต้องเพิ่มก็จำเป็นจะต้องมีการช่วยเหลือ นอกจากนั้นบางครั้งก็อาจจะมีสิ่งจูงใจไม่เพียงพอที่จะทำให้เขาเพิ่มความพยายามต่างๆ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมได้ ดังนั้นจำเป็นจะต้องมีการช่วยเหลือและให้การศึกษอบรมเพื่อขจัดอุปสรรคที่มีต่อการเพิ่มของยอดขาย

4.2.3 เพื่อให้บรรลุถึงแบบแผนของการจัดจำหน่ายที่วางไว้ แบบแผนของการจัดจำหน่ายเฉพาะอย่างมีประโยชน์มากโดยเฉพาะสำหรับบริษัทใหม่หรือบริษัทที่จะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ดังนั้นบริษัทอาจจำเป็นต้องทบทวนและดัดแปลงองค์ประกอบต่างๆ ภายในช่องทางการจัดจำหน่ายเสียใหม่ ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจจะกลายเป็นวัตถุประสงค์ของช่องทางการตลาดก็ได้

4.2.4 การสร้างระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ระบบช่องทางการตลาด ประกอบด้วยองค์ประกอบทางการตลาดที่มีการจัดการอย่างสลับซับซ้อน เงิน บุคคล วัสดุและข่าวสาร มีการเคลื่อนตัวไปมาภายในช่องทางการตลาด โดยผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของระบบนี้การเคลื่อนตัวดังกล่าวจะเชื่อมองค์ประกอบต่างๆ เข้าเป็นระบบช่องทางการตลาด ประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดอยู่ที่การเปรียบเทียบจำนวนความพยายามที่มีจำเป็นต้องใช้เพื่อให้การเคลื่อนตัวมีอยู่ตลอดเวลา กับผลทางการตลาดที่ได้รับวัตถุประสงค์ทางการจัดจำหน่ายอาจจะเกี่ยวพันกับการเคลื่อนตัวดังกล่าวด้วย โดยการปรับปรุงการเคลื่อนตัวของสินค้าและข่าวสารและ โดยการปรับปรุงข่าวสาร

ในการพัฒนาช่องทางการตลาดนั้นจำเป็นต้องทำการพิจารณาถึงความต้องการและความชอบของตลาดส่วนที่คาดว่าจะเป็เป้าหมาย ถ้าบุคคลที่อยู่ในเป้าหมายทางการตลาด มีทัศนคติคล้ายคลึงกันก็ควรที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยช่องทางการตลาดเดียวกัน ทัศนคติของพวกเขาเกี่ยวกับความเร่งด่วนที่จะหาสิ่งต่าง ๆ มาตอบสนองความต้องการและความเต็มใจ

นอกจากนี้การวางระบบการจัดจำหน่ายที่ดีจะช่วยให้ยอดขายเพิ่ม เช่น ลดสินค้าขาดมือให้น้อยลง สร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าลดภาวะความต้องการสำหรับสินค้าคงคลังของลูกค้า เพิ่มส่วนลดในการจัดส่งสินค้า ช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น สร้างความสนใจในการสร้างลูกค้าให้มากขึ้น

ผลทางอ้อมในการจัดช่องทางการตลาดและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพย่อมทำให้เกิดประสิทธิผลในการประหยัดหรือลดค่าใช้จ่ายของบริษัททำให้บริษัทสามารถนำเงินนั้นมาพัฒนากิจกรรมทางการตลาดด้านอื่นๆ ได้แก่ การพัฒนาสินค้าใหม่ การลดราคาสินค้า การเพิ่มการส่งเสริมการจัดจำหน่าย เป็นต้น

4.3 ระดับของช่องทางการตลาด (Channel Levels)

คนกลางแต่ละรายที่ทำหน้าที่นำสินค้าและกรรมสิทธิ์ของมันไปเข้าไปถึงผู้ซื้อคนสุดท้ายจะประกอบกันเป็น ระดับในช่องทางการจำหน่าย (Channel Levels) เมื่อผู้ผลิตและลูกค้าคนสุดท้ายต่างก็ทำหน้าที่ด้วยทั้ง 2 ฝ่าย จึงถือเป็นส่วนของช่องทางทุกช่องทางด้วย จำนวนระดับของคนกลางชี้ให้เห็นถึงความยาวของช่องทางการจัดจำหน่าย (ปริณู ถักมิตานนท์, 2545 : 11)

4.3.1 ช่องทางตรง เป็นช่องทางการตลาดโดยตรง ผู้ผลิตขายโดยตรงสู่ลูกค้าคนสุดท้ายเช่น การขายถึงบ้าน จัดปาร์ตี้ที่บ้าน ขยทางไปรษณีย์ การตลาดผ่านทางโทรศัพท์ การขายทางทีวี

4.3.2 ช่องทางระดับเดียว เป็นการขายผ่านคนกลางรายหนึ่ง คือ พ่อค้าปลีก

4.3.3 ช่องทางสองระดับ มีคนกลาง 2 ราย คือ พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก

4.3.4 ช่องทางสามระดับ มีคนกลาง 3 ราย เช่น ผู้ผลิตขายให้พ่อค้าส่งซึ่งขายให้พ่อค้าส่งรายย่อยที่จะขายให้พ่อค้าปลีกรายย่อย จัดว่าเป็นช่องทางที่ยาวที่สุด

ถ้าเรามองในแง่ผู้ผลิต ปัญหาอาจเกิดขึ้นได้กับความสั้นหรือความยาวของช่องทางการจำหน่ายปัญหาในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผู้ใช้คนสุดท้ายและปัญหาในการทำการควบคุมช่องทางการจัดจำหน่ายจะเพิ่มมากขึ้น ถ้ายังมีจำนวนระดับของช่องทางเพิ่มมากขึ้น

4.4 หน้าที่ของช่องทางการตลาด (Channel Functions)

หน้าที่หลักของช่องทางการตลาด คือ “การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค” นอกจากหน้าที่หลักดังกล่าวแล้ว ช่องทางการตลาดยังทำหน้าที่อื่นๆ โดย (Kotler et al. 1999 : 558) ได้แบ่งหน้าที่ของช่องทางการตลาด ออกเป็น 9 หน้าที่ ดังนี้

4.4.1 หน้าที่ในการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการวิจัยทางการตลาด (Marketing Research Information) เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่มีโอกาสเป็นลูกค้าในอนาคต ข้อมูลสินค้าใหม่ หรือข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด เป็นต้น

4.4.2 หน้าที่ในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยทำหน้าที่ในการพัฒนาและออกแบบวิธีการติดต่อสื่อสารที่ดึงดูดใจ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไปยังลูกค้า

4.4.3 หน้าที่ในการเจรจาต่อรอง (Negotiation) เพื่อให้มีการซื้อ (Buying) และการขาย (Selling) สินค้าเกิดขึ้น เป็นความพยายามให้เกิดการตกลงขั้นสุดท้าย และการโอนกรรมสิทธิ์จากผู้ผลิตเป็นของผู้บริโภค

4.4.4 หน้าที่ในการสั่งซื้อสินค้า (Ordering) ซึ่งเป็นการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตของสมาชิกในช่องทางการตลาด

4.4.5 หน้าที่ทางด้านการเงิน (Financing) เป็นการแสวงหาและจัดสรรเงินเพื่อมารองรับสินค้าคงเหลือที่ต้องมีระหว่างสินค้าอยู่ในช่องทางการตลาด

4.4.6 หน้าที่ในการรับภาระการเสี่ยงภัย (Risking) ขณะดำเนินการภายในช่องทางการตลาด

4.4.7 หน้าที่ในการครอบครองผลิตภัณฑ์ (Physical Possession) ซึ่งเริ่มตั้งแต่วัตถุดิบจนกระทั่งเป็นสินค้าสำเร็จรูป

4.4.8 หน้าที่ในการชำระเงิน (Payment) เมื่อผู้ซื้อคนสุดท้ายชำระค่าสินค้ามาแล้ว ส่วนหนึ่งของเงินจะถูกหักเป็นรายได้ของสมาชิกในช่องทางการตลาด เงินส่วนที่เหลือจะถูกส่งย้อนกลับไปให้ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ โดยอาจจะผ่านทางธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่นๆ ก็ได้

4.4.9 หน้าที่ในการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของ (Title) เมื่อมีการซื้อขายสินค้าเกิดขึ้นจะทำให้ความเป็นเจ้าของเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าเปลี่ยนเป็นผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าแทน

สรุปได้ว่า จากหน้าที่ต่างๆ ของช่องทางการตลาดดังกล่าว ทำให้มีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 อย่าง คือ (1) มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (2) สมาชิกรายใดมีความชำนาญจะทำได้ดีกว่า และ (3) สามารถมอบหมายให้สมาชิกปฏิบัติได้ทุกราย (สุปัญญา ไชยชาญ. 2538 : 249)

ดังนั้นการพิจารณาตัดสินใจว่า ผู้ผลิตหรือสมาชิกในช่องทางการตลาดควรจะทำหน้าที่ใด หรือจะมอบหมายให้ใครเป็นผู้ทำหน้าที่นั้น จะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละคนด้วย

4.5 การจัดการช่องทางการตลาด (Channel – Management Decisions)

หลังจากได้ตัดสินใจเลือกช่องทางการตลาดแล้วบริษัทต้องทำการคัดเลือกฝึกอบรมจูงใจ และประเมินผลผู้จัดจำหน่าย พร้อมทั้งปรับปรุงให้เหมาะสม

4.5.1 การคัดเลือกผู้จัดจำหน่าย (Selecting Channel Members) บริษัทต้องคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายด้วยความละเอียดรอบคอบ เนื่องจากในความรู้สึกของลูกค้าเข้าใจว่าผู้จัดจำหน่ายและบริษัทเปรียบเสมือนบุคคลเดียวกัน หากผู้จัดจำหน่ายดำเนินการบกพร่อง เช่น ร้านสกปรก ไร้ประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ลูกค้าหงุดหงิด และตำหนิบริษัททันที ไม่ว่าจะการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายจะยากหรือง่าย อย่างน้อยผู้ผลิตจะต้องมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้จัดจำหน่ายที่ดีไว้ในใจเพื่อเป็นเกณฑ์การประเมิน เช่น ระยะเวลาที่อยู่ในธุรกิจสารผลิตภัณฑ์ที่มีความชำนาญ อัตราการเจริญเติบโต และกำไร ความมั่นคงทางการเงิน ความร่วมมือ และชื่อเสียงในการให้บริการ ถ้าเป็นตัวแทนขาย ควรต้องประเมินปริมาณและลักษณะสินค้าที่ขายอยู่ก่อนจำนวนและคุณภาพของพนักงานขาย ถ้าเป็นผู้จัดจำหน่ายที่เป็นห้างสรรพสินค้าควรพิจารณาทำเลที่ตั้งศักยภาพการเจริญเติบโต รวมถึงประเภทของลูกค้า

4.5.2 การฝึกอบรมผู้จัดจำหน่าย (Training Channel Members) ตามที่กล่าวมาแล้วว่า ในความรู้สึกของลูกค้าภาพพจน์ของผู้จัดจำหน่ายก็คือภาพพจน์ของบริษัท จึงต้องวางแผนปฏิบัติการฝึกอบรมเป็นอย่างดี

4.5.3 การจูงใจผู้จัดจำหน่าย (Motivating Channel Members) บริษัทต้องดูแลผู้จัดจำหน่ายเช่นเดียวกับผู้บริโภคนั่นคือต้องเข้าใจความต้องการของผู้จัดจำหน่ายและสร้างจุดขึ้นของระบบช่องทางการตลาด เพื่อให้ข้อเสนอต่างๆ ก่อให้เกิดคุณค่าอย่างแท้จริงต่อผู้จัดจำหน่าย บริษัทต้องสนับสนุนโปรแกรมการฝึกอบรม โปรแกรมวิจัยตลาด โปรแกรมพัฒนาขีดความสามารถอื่นๆ

เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพแก่ผู้จัดจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอให้ผู้จัดจำหน่ายรู้สึกว่าเขาเป็นเสมือนหุ้นส่วนซึ่งต้องร่วมมือกันสร้างความพอใจแก่ผู้ใช้สินค้า

การจัดการเกี่ยวกับผู้ผลิต – ผู้จัดจำหน่ายที่ทันสมัยที่สุด คือ การจัดทำแผนการจัดจำหน่าย (Distribution Programming) ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การบริหารแบบมืออาชีพ สร้างระบบการตลาดแนวตั้ง (Vertical Marketing System) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตต้องจัดตั้งหน่วยงานที่เรียกว่า ฝ่ายวางแผน ร้านค้าสัมพันธ์ (Distribution – Relation Planning) มีหน้าที่ค้นหาความต้องการของผู้จัดจำหน่าย พัฒนาระบบจัดจำหน่ายที่จะช่วยให้ผู้จัดจำหน่ายปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมกันวางแผน โดยยึดเป้าหมายการขายสินค้า ระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสมแผนการจัดวาง โชว์สินค้า แผนฝึกอบรมพนักงาน แผนการโฆษณา และส่งเสริมการตลาดเป้าหมายของแผนการจัดจำหน่ายก็เพื่อเปลี่ยนแนวความคิดของผู้จัดจำหน่ายจากเดิมซึ่งคิดว่าเขาจะสามารถทำกำไรได้โดยพยายามต่อรองเงื่อน ไชจากผู้ผลิตให้ดีที่สุดเป็นแนวความคิดที่ว่าเขาจะสามารถทำกำไรในระยะยาวได้โดยให้ความร่วมมือเป็นส่วนหนึ่งของผู้ผลิต

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดยางพารา

1. ลักษณะตลาดยางพาราไทย

ตลาดยางพาราของประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ตลาดท้องถิ่น ตลาดกลางยางพารา และตลาดซื้อขายล่วงหน้า (สถาบันวิจัยยาง. 2555 : 22) ดังนี้

1.1 ตลาดยางท้องถิ่น

ในประเทศไทยตลาดท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญมาก โดยตลาดท้องถิ่นนั้นเป็นตลาดที่ซื้อขายและมีการส่งมอบอย่างจริงภายในประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้และภาคตะวันออก ซึ่งเป็นแหล่งปลูกยางเดิม เป็นตลาดที่ไม่มีกฎระเบียบซื้อขายแน่นอน มีการซื้อขายตามชนิดและคุณภาพของยาง ชาวสวนยางส่วนใหญ่นิยมขายยางผ่านตลาดท้องถิ่น โดยจะเห็นได้จากประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณยางทั้งประเทศซื้อขายผ่านตลาดท้องถิ่น ผ่านร้านค้าซึ่งมีกระจายอยู่ใน 55 จังหวัดทั่วประเทศโดยจำนวนพ่อค้ารับซื้อยางในระดับท้องถิ่นจะมีจำนวนมากในพื้นที่ภาคใต้ ส่วนภาคเหนือยังมีจำนวนไม่มากนักเพราะเป็นพื้นที่ใหม่

ตลาดยางท้องถิ่นจะประกอบด้วยพ่อค้ารับซื้อยางหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัดและโรงงานแปรรูปยาง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกยางด้วย โดยพ่อค้ารับซื้อยางระดับหมู่บ้านจะเป็นผู้เข้าไปรวบรวมยางจากเกษตรกรถึงในหมู่บ้านเพื่อนำมาจำหน่ายให้แก่พ่อค้ารับซื้อยางในระดับตำบลอำเภอหรือจังหวัดต่อไป ส่วนโรงงานแปรรูปนั้นจะรับซื้อยางจากพ่อค้ารายใหญ่ระดับอำเภอหรือจังหวัดเท่านั้น ไม่นิยมที่จะรับซื้อยางจากเกษตรกรรายย่อยทั่วไป

เนื่องจากยุ่งยากในการจัดการ นอกจากนี้แล้วในตลาดท้องถิ่นยังมีตลาดประมูลยางท้องถิ่น ซึ่งเป็นตลาดที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สทย.) เป็นผู้สนับสนุนตั้งแต่ปี 2543 จนถึงปัจจุบัน เพื่อให้เป็นสถานที่ให้เกษตรกรรวบรวมยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยเพื่อเปิดให้มีผู้เข้ามาประมูลซื้อขาย มักจะทำการประมูลเดือนละ 2 ครั้ง

ตลาดยาง สทย. มีรูปแบบตลาดแตกต่างตามการซื้อขายชนิดของผลผลิตยาง สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. 2554 : 7)

1. ตลาดประมูลทั่วไปเป็นตลาดประมูลยางที่ให้เกษตรกรนำผลผลิตยางที่ส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นดิบและยางก้อนถ้วยมารวบรวมในตลาดเพื่อคัดแยกชั้นและชั่งน้ำหนักก่อนผู้ซื้อมาตรวจสอบคุณภาพและประมูลราคาซื้อแข่งขันกัน ในกรณีนี้ผู้ซื้อยังเป็นผู้กำหนดราคาซื้อผลผลิต

2. ตลาดประมูลแบบ Paper Rubber Market (Spot Market) เป็นรูปแบบตลาดยาง สทย. ที่ได้จากการพัฒนาระบบการประมูลทั่วไปให้ทันสมัยขึ้นง่ายต่อการเข้าถึงและใช้บริการของตลาดจากทั้งผู้ผลิตยางที่เป็นสถาบันเกษตรกรและผู้ซื้อ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ในตลาดนี้ผลผลิตยางที่เข้าสู่การซื้อขายของตลาดยางรูปแบบ PRM จะต้องได้รับการรับประกันคุณภาพผลผลิตยางในระดับหนึ่งจนสามารถให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ซื้อที่ไม่ต้องเห็นคุณภาพของยางก่อนถึงทำการประมูลผู้ซื้อจึงสามารถให้ราคาประมูลของผ่านทางโทรศัพท์หรือโทรสารเข้าสู่ศูนย์กลางของตลาดได้

ในกระบวนการประมูลผู้ซื้อจะใช้ระบบการให้ราคาประมูลยางผ่านระบบการสื่อสารแทนการยื่นซองประมูล เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ซื้อที่ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาตรวจสอบคุณภาพยางและยื่นซองประมูลราคาอีกทั้งการรวบรวมผลผลิตยางจากจุดรวมยางของแต่ละสถาบันเกษตรกรเข้าด้วยกันจะทำให้มีปริมาณยางมากขึ้นจนเป็นที่สนใจของผู้ซื้อที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่มากมายขึ้นราคาประมูลยางจึงดีขึ้นและได้ผู้ซื้อที่มีฐานะทางการเงินมั่นคงสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อการนำผลผลิตเข้าสู่ตลาดของเกษตรกรชาวสวนยางได้มากขึ้น

3. ตลาดตกลงราคาเป็นรูปแบบตลาดยาง สทย. เป็นตลาดสำหรับการซื้อขายผลผลิตยางที่เป็นน้ำยางสดโดยจะทำการตกลงราคาซื้อขายยางไว้ก่อนอย่างน้อยหนึ่งวัน เพื่อ ณ วันที่รวบรวมผลผลิตยางจะสามารถบอกราคาแก่เกษตรกรชาวสวนยางและจ่ายเงินค่ายางได้ จึงนิยมใช้เป็นตลาดยาง สทย. รองรับการขายน้ำยางสดของเกษตรกร และสถาบันเกษตรกรตลาดยาง สทย. ในรูปแบบนี้จึงตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เกษตรกรชาวสวนยางนิยมขายผลผลิตเป็นน้ำยางสด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดสตูล และจังหวัดสงขลา เช่น ตลาดยาง สทย. ละงู (สทย.จ.สตูล) เป็นต้น

4. ตลาดซื้อตกลงยาง (Forward Market) เป็นพัฒนาการของตลาดยาง สกย. ในรูปแบบการซื้อขายล่วงหน้าที่สอดคล้องกับผลผลิตยางซื้อขายในตลาดที่ได้รับการพัฒนาจนบรรลุที่บหือได้แล้ว

โดยรูปแบบของตลาดในลำดับที่ 1 – 3 เป็นลักษณะตลาดที่มีการซื้อขายแบบประมูลที่ได้ราคาขายผลผลิตยางจากผู้ซื้อจึงถือเป็นรูปแบบตลาดประมูลหรือตลาดสดทั่วไป (Spot Market) แตกต่างจากลำดับที่ 4 ที่มีรูปแบบตลาดแบบซื้อขายล่วงหน้าและได้ราคาขายผลผลิตยางจากผู้ผลิตที่เป็นฝ่ายเสนอราคาให้ผู้ซื้อต่อรอง

1.2 ตลาดกลางยางพารา

ตลาดที่ซื้อขายโดยมีการส่งมอบยางจริงเช่นเดียวกับตลาดท้องถิ่นทั่วไปโดยมีสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตรเป็นผู้ดูแลในการดำเนินงาน มีกฎระเบียบตลาด ควบคุมและมีกิจกรรมของกระบวนการตามธุรกิจที่ทุกฝ่ายยอมรับ ช่วยลดปัญหาการตลาดและอำนาจการต่อรองในการขายยางของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ยางที่มีการซื้อขายผ่านตลาดกลาง ได้แก่ ยางแผ่นดิบยาง แผ่นรมควันยาง แผ่นผึ่งแห้ง ยางก้อนถ้วย และน้ำยางสด รวมถึงให้บริการเก็บฝากยางแก่เกษตรกร เอกชน และการเก็บฝากยางตามโครงการแทรกแซงตลาดยางพาราของรัฐบาล รวมถึงการให้บริการสนเทศข้อมูลด้านยาง

บทบาทของตลาดกลางยางพารามีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ เห็นได้จากการอ้างอิงราคาตลาดกลางในการซื้อขาย มีความต้องการให้รัฐขยายพื้นที่ให้บริการครอบคลุมแหล่งผลิตยางเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีเฉพาะภาคใต้ จังหวัดสงขลา (เปิดดำเนินการปี 2534) สุราษฎร์ธานี (เปิดดำเนินการในปี 2542) และนครศรีธรรมราช (เปิดดำเนินการในปี 2544) ซึ่งในปี 2551 รัฐบาลได้จัดตั้งตลาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพิ่มขึ้นอีก 2 แห่งคือ นุรีรัมย์และหนองคาย ซึ่งเปิดดำเนินการในวันที่ 28 ตุลาคมและ 17 ธันวาคม 2551 ตามลำดับ ผลการดำเนินกิจกรรมของตลาดกลางพบว่า เกษตรกรที่นำยางมาขายได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับการนำไปขายที่ตลาดท้องถิ่น ขณะที่ผู้ซื้อยางในตลาดกลางยางพาราก็ได้รับความสะดวกในการไม่ต้องจัดหาวัตถุดิบเอง สามารถประมูลวัตถุดิบในปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ ผลจากการดำเนินการของตลาดกลางพบว่า เกษตรกรสามารถจำหน่ายยางพาราได้สูงกว่าราคาในตลาดท้องถิ่น โดยมีราคาแตกต่างกันระหว่างราคาตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นกิโลกรัมละ 3.31 บาท นอกจากนี้ทางตลาดกลางได้ร่วมกับสถาบันเกษตรกรจัดตั้งเครือข่ายตลาดกลางขึ้นอีก 11 แห่ง เพื่อเปิดโอกาสให้แก่เกษตรกรที่อยู่ห่างไกลจากตลาดกลาง

จากข้อมูลของสำนักงานตลาดกลางยางพารา (สำนักงานตลาดกลางยางพารา นุรีรัมย์, 2558 : 1) พบว่า ปริมาณยางเข้าจำหน่ายในตลาดกลางในจังหวัดต่างๆ พบว่า มีแนวโน้มที่

ยางจะนำเข้ามาจำหน่ายในตลาดกลางลดลง ส่วนหนึ่งมาจากการที่ราคายางในตลาดกลางถูกใช้อ้างอิงเป็นราคาซื้อขายในตลาดท้องถิ่น จึงทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะนำผลผลิตมาจำหน่ายในตลาดกลาง

1.3 ตลาดซื้อขายล่วงหน้าตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย (The Agricultural Future Exchange of Thailand : AFET หรือ ต.ส.ล.) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 ได้เปิดดำเนินการซื้อขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS 3) ครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2547 ซื้อขายสัญญาล่วงหน้าระยะเวลา 1 – 7 เดือน ในระยะแรกที่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเปิดดำเนินการ ปริมาณสัญญาซื้อขายยางยังมีจำนวนไม่มากนักแต่ปัจจุบันปริมาณการซื้อขายยางได้เพิ่มมากขึ้นในอนาคตบทบาทของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าต่อการค้ายางและราคายางจะเพิ่มมากยิ่งขึ้น สำหรับตลาดต่างประเทศนั้นยางที่ผลิตได้สามารถจำหน่ายไปต่างประเทศได้ 2 วิธี คือ โดยการจำหน่ายให้ผู้ใช้โดยตรงหรือจำหน่ายผ่านตลาดยางของโลก ซึ่งตลาดยางโลกมีทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดล่วงหน้าโดยตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดญี่ปุ่นและสิงคโปร์ การซื้อขายยางโดยไม่ผ่านตลาดยางเป็นการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรง ซึ่งถ้าปริมาณซื้อขายไม่มากนักก็จะมีผลกระทบต่อราคาในตลาดยาง แต่ถ้าเป็นการซื้อขายจำนวนมากก็จะมีผลกระทบต่อราคาประมูลซื้อขายในตลาดยางได้ การซื้อขายโดยตรงนี้มักเป็นการซื้อขายระหว่างผู้ผลิตหรือพ่อค้ารายใหญ่กับโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ยางในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญในสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป จีน และญี่ปุ่นยางที่ซื้อขายกันเป็นยางจริง (Physical rubber) โดยปกติการซื้อขายที่ไม่ผ่านตลาดจะมีการทำสัญญาซื้อขายโดยกำหนดราคาและปริมาณสำหรับสินค้าที่จะส่งมอบในแต่ละงวดไว้อย่างชัดเจนมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอย่างเข้มงวด

2. ระบบตลาดยางพารา

ระบบตลาดยางพาราโดยภาพรวม ประกอบด้วย ผู้เกี่ยวข้องหลัก (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. 2555 : 28 – 36) ดังนี้ เกษตรกรชาวสวนยาง กลุ่ม/สถาบันเกษตรกรเครือข่ายตลาดประมูลยางระดับท้องถิ่น (สกย.) ตลาดกลางยางพารา พ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่น โรงงาน/บริษัทแปรรูป/ผู้ส่งออก และบริษัทแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นปลาย

2.1 เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตร

2.1.1 เกษตรกร

เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราซึ่งกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ต่างๆ คือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ เกษตรกรเหล่านี้มักเป็นเกษตรกรรายเล็ก มีพื้นที่เพาะปลูกโดยเฉลี่ย 10 ไร่ เกษตรกรจะทำการกรีดยางเพื่อนำไปจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ ได้แก่

- น้ำยางสด เกษตรกรจะทำการรวบรวมน้ำยางสดและนำไปจำหน่ายแก่พ่อค้า กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรทุกวัน โดยต้องมีการใส่สารเคมีเพื่อป้องกันน้ำยางจับตัว

เป็นก้อน ด้วยข้อจำกัดของน้ำยางเกษตรกรต้องรีบจำหน่ายน้ำยางภายในเวลา 4 ชั่วโมง ปัจจุบันพบว่าเกษตรกร โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้มีแนวโน้มจำหน่ายเป็นน้ำยางสดมากขึ้น เนื่องจากสามารถลดความเสี่ยงของราคา และสะดวกมากขึ้น

- ยางแผ่นดิบ เกษตรกรซึ่งทำการผลิตยางแผ่นดิบจะทำการรวบรวม น้ำยางมาทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบทุกวัน โดยปริมาณน้ำยาง 3 ลิตรสามารถแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบ 1 แผ่นมีน้ำหนักประมาณ 1.2 กิโลกรัม และนำไปตากให้แห้ง ดังนั้นเกษตรกรอาจจะจำหน่ายทันทีหรือเก็บไว้เพื่อจำหน่ายในช่วงเวลาที่ราคาขายสูง ปัจจุบันพบว่าแนวโน้มการทำยางแผ่นดิบของเกษตรกรรายบุคคลลดลงโดยเกษตรกรในภาคใต้นิยมทำเป็นยางแผ่นดิบมากกว่าในพื้นที่อื่นๆ

- ยางก้อนถ้วย เกษตรกรซึ่งทำการผลิตยางก้อนถ้วยจะจำหน่ายยางก้อนถ้วยในลักษณะที่เป็นยางก้อนถ้วยแบบเปียก ยางก้อนถ้วยแบบหมาด และยางก้อนถ้วยแบบแห้ง โดยยางก้อนถ้วยแบบเปียกคือยางก้อนถ้วยที่มีเกษตรกรเก็บจากสวนมาเพียง 1 วันจึงมีสัดส่วนน้ำมาก ยางก้อนถ้วยแบบหมาดคือยางที่มีระยะเวลาเก็บจากสวนประมาณ 2 – 3 วัน และยางก้อนถ้วยแบบแห้งคือ ยางที่มีระยะเวลาเก็บจากสวนประมาณ 3 – 5 วัน จะเป็นยางที่มีน้ำน้อย โดยทั่วไปเกษตรกรมักจำหน่ายในรูปยางเปียกหรือยางหมาด ดังนั้นจะทำการจำหน่ายภายหลังจากเก็บยางจากสวนภายใน 2 – 5 วัน เพื่อป้องกันการสูญเสียน้ำหนัก ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่เกษตรกรจะทำการผลิตยางก้อนถ้วยมากขึ้นในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำหรับรูปแบบการจำหน่ายของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรอาจจะจำหน่ายเอง โดยลำพังหรืออาจจะรวบรวมผลผลิตภายในกลุ่มเกษตรกรเพื่อจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางในระดับหมู่บ้าน/อำเภอซึ่งกระจายตัวอยู่ตามหมู่บ้าน กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตรต่อไปการจำหน่ายโดยลำพังมีข้อดีที่เกษตรกรสามารถจำหน่ายได้ทันทีที่ที่ต้องการ แต่ข้อเสียคือการขาดอำนาจการต่อรอง ส่วนการจำหน่ายแบบรวมกลุ่มมีข้อดีคือเกษตรกรมีอำนาจการต่อรองมากขึ้น แต่ข้อเสียคือการขาดความคล่องตัว

2.2 กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตร

การรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อรวบรวมผลผลิต แปรรูป และขายผลผลิต นับว่าเป็นกลไกสำคัญในสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบยางและสร้างอำนาจต่อรองในการขายผลผลิต เพื่อให้ผลประโยชน์ตกอยู่กับสมาชิกมากที่สุดก่อนที่จะหลุดจากเกษตรกรเข้าสู่ตลาดขั้นต่อไป ความเข้มแข็งของกลุ่มจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญของอยู่รอดของเกษตรกร โดยเฉพาะรายเล็ก การรวมกลุ่มของเกษตรกรชาวสวนยางมีหลายลักษณะ ดังนี้

1) การรวมกลุ่มตามธรรมชาติที่ไม่เป็นทางการ เกิดในละแวกหมู่บ้าน โดยมี สกย. คอยเป็นที่เล็ง พบในภาคเหนือเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นพื้นที่ยางใหม่แม้เกษตรกรในกลุ่มบางส่วนยัง

ไม่ได้เริ่มกริดยาง แต่ก็มีความสนใจเข้ากลุ่มไปแลกเปลี่ยนประสบการณ์และรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มกริด

2) สหกรณ์กองทุนสวนยาง สกย. จัดสรรงบประมาณสร้างโรงผลิตยางแผ่น ผึ่งแห้งและโรงรมควันให้ หรือให้โรงเรือนเพื่อผลิตยางแผ่นคุณภาพดี กิจกรรมสหกรณ์ฯ ส่วนใหญ่จึงเป็นการรวบรวมน้ำยางสดหรือยางแผ่นดิบมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน แล้วขายให้บริษัทแปรรูป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นยางอัดก้อน ส่วนสหกรณ์ฯ ที่รับซื้อยางก้อนด้วย สหกรณ์มักไม่นำไปแปรรูปต่อ แต่มักทำหน้าที่แค่รวบรวมผลผลิตขายต่อให้บริษัทแปรรูปเป็นยางแท่ง เช่นเดียวกัน กรณีน้ำยางสด สหกรณ์จะทำหน้าที่รวบรวม (มีบ่อเทและรถบรรทุก) แล้วส่งขายบริษัทแปรรูปน้ำยางข้น อย่างไรก็ตามการพัฒนาสหกรณ์มีเงื่อนไขความสำเร็จหลายประการ จากงานศึกษาของ พูลศักดิ์ อินทร โยธา และภักดี บุญเจริญ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ประเมินให้เห็นว่า ความไม่ได้มาตรฐานของสหกรณ์มีสาเหตุภายในหลายประการ อาทิ มีการแบ่งพรรคแบ่งพวกขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการนำผลผลิตมาส่งขายให้สหกรณ์ไม่เข้าร่วมประชุมเครือข่ายไม่ให้ความสนใจในงานสหกรณ์ มีเหตุให้สมาชิกเกิดความไม่ไว้วางใจ เป็นต้น ตรงกันข้ามสหกรณ์ที่ได้มาตรฐานมักพบว่าการคณะกรรมการและสมาชิกมีความสามัคคี การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ การเข้าประชุมอย่างพร้อมเพรียงและมีการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

3) กลุ่มเกษตรกร สกย. กลุ่มนี้ยังไม่พร้อมจะจดทะเบียนเป็นสหกรณ์กองทุนสวนยาง จึงจดทะเบียนเป็นกลุ่มทำให้ได้รับสิทธิช่วยเหลือในลักษณะเดียวกับสหกรณ์ฯ แตกต่างที่ไม่ต้องยึดระเบียบสหกรณ์ ในหลายกลุ่มเกษตรกรที่ไปสัมภาษณ์ ไม่สนใจจะยกระดับขึ้นเป็นสหกรณ์ฯ ด้วยเหตุผลว่า ต้องการความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการกลุ่ม โดยเฉพาะเรื่องการหาตำแหน่งผู้นำกลุ่มที่ไม่ต้องการสับเปลี่ยนตัวความวาระบ่อยครั้ง เพราะเกรงว่าอาจเป็นผลให้ธุรกิจขาดความต่อเนื่อง

4) วิสาหกิจชุมชน เป็นการรวมกลุ่มคล้ายกลุ่มเกษตรกร สกย. แต่จดทะเบียนและได้รับการช่วยเหลือด้านต่างๆ รวมทั้งเงินทุนจากกรมส่งเสริมการเกษตร มีความยืดหยุ่นการตั้งประธานและกรรมการมากกว่าระบบสหกรณ์ ทำให้การทำงานพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจลงทุนสามารถทำได้รวดเร็วและมีความต่อเนื่อง ถือเป็นข้อได้เปรียบในการทำธุรกิจยาง

แม้การขายผลผลิตของเกษตรกรรายย่อยจะมีความแตกต่างหลากหลายในแต่ละพื้นที่ แต่โดยส่วนใหญ่พบว่า เกษตรกรรายเล็กที่ขายผลผลิตในรูปแบบน้ำยางสดหรือยางก้อนด้วยมักจะขายให้กับพ่อค้าที่รวบรวมผลผลิตตามหมู่บ้าน รูปแบบนี้มีอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแถบภาคเหนือ พ่อค้าขาประจำจะนำผลผลิตไปส่งให้บริษัท/โรงงานแปรรูป สำหรับพ่อค้ารายใหญ่อาจมีบ่อน้ำยาง โดยรับซื้อยางนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นก่อนนำไปขายเข้าตลาดกลาง ส่วนการขายยางก้อนด้วยของเกษตรกรรายย่อยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีทางเลือกมากขึ้น โดยขายผ่านระบบเครือข่ายประมวล

ในตลาดท้องถิ่น กรณีที่เกษตรกรขายเป็นยางแผ่นดิบมักจะขายให้กับสหกรณ์กองทุนสวนยาง หรือนำไปขายในตลาดประมูลท้องถิ่น

กรณีเป็นกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์ฯ จะมีรูปแบบการขายผลผลิต ดังนี้ ส่วนใหญ่นำไปประมูลในตลาดท้องถิ่น บางส่วนเข้าตลาดกลางยางพารา ขายเข้าโรงงาน หรือไปส่งให้ชุมชนสหกรณ์ บางกลุ่มสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานและเกิดความเชื่อมั่น จนสามารถหาตลาดที่เป็นลูกค้าเอกชนในหรือต่างประเทศได้เอง เช่น กลุ่มเกษตรกรควนเมา จังหวัดตรัง (ยางอัดก้อน) กลุ่มเกษตรกรทำสวนยางธารน้ำทิพย์ จังหวัดยะลา (ยางคอมปาวด์) เป็นต้น

สหกรณ์กองทุนสวนยางมีบทบาทสำคัญในระบบธุรกิจยาง โดยทำหน้าที่รวบรวมผลผลิต/แปรรูป และขายผลผลิตให้สมาชิก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายเล็ก รวมทั้งการจัดการจัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการให้สมาชิกตามหลักสหกรณ์ การจัดตั้งสหกรณ์ฯ กระจายไปทั่วประเทศ ปัจจุบันมีมากกว่า 600 แห่ง จากรายงานทำเนียบสหกรณ์กองทุนสวนยาง ปี 2553 (สำนักงานตลาดกลางยางพาราสงขลา. 2553 : 31) พบว่า มีสหกรณ์ฯ ประมาณร้อยละ 60 ที่ยังดำเนินธุรกิจนอกนั้นอยู่ในช่วงชำระบัญชีหรือเปลี่ยนแปลงกิจการไปแล้ว จังหวัดที่มีสหกรณ์ฯ มากในอันดับแรกๆ ได้แก่ นครศรีธรรมราช สงขลา พัทลุง หนองคาย สุราษฎร์ธานี ตรัง กระบี่ และจันทบุรี สหกรณ์ฯ แต่ละแห่งมีรูปแบบผลผลิตที่ขายออก เจ้าประจำที่ขายและวิธีการกำหนดราคาแตกต่างกันไป

2.3 สหกรณ์กองทุนสวนยางโนนสุวรรณ จำกัด อำเภอโนนสุวรรณ จังหวัดบุรีรัมย์ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

สหกรณ์กองทุนสวนยางโนนสุวรรณ จำกัด สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 1 หมู่ 5 ตำบลคงฮีจาน อำเภอโนนสุวรรณ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นสหกรณ์ในภาคการเกษตรที่จัดตั้งขึ้นตามโครงการพัฒนาการผลิตยางแผ่นผึ่งแห้ง/รมควัน และโครงการส่งเสริมการจัดตั้งสหกรณ์ในกลุ่มผู้ผลิตยางพารา จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 และเปิดดำเนินงานเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 600 ราย เคยได้รับรางวัลสหกรณ์ดีเด่นหลายรางวัล และได้รับรางวัลสหกรณ์กองทุนสวนยางดีเด่นประจำปี 2550 จากสทช. (สหกรณ์กองทุนสวนยางโนนสุวรรณ จำกัด. 2554 : 4)

การดำเนินธุรกิจหลักของสหกรณ์ฯ คือ การรับซื้อน้ำยางสดจากสมาชิก เพื่อนามาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันแล้วจำหน่าย แต่ปัจจุบันรับซื้อน้ำยางสดได้มากขึ้น ช่วงแรงงานมีไม่พอไม่สามารถแปรรูปไม่ทัน เลยต้องทำธุรกิจขายน้ำยางสดและรับซื้อยางแผ่นด้วย พยายามหาทางเลือกเพิ่มขึ้น สนใจจะแปรรูปเป็นน้ำยางชั้น เพื่อตัดปัญหาขาดแคลนแรงงาน หรือทำยางคอมปาวด์ หากได้วัตถุดิบ ไม่มีคุณภาพเพียงพอ แต่ยังอยู่ในช่วงหาความรู้ นอกจากนี้ สหกรณ์ฯ ยังทำธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายให้กับสมาชิก เช่น นู๋ย สารเคมี อุปกรณ์กรีดยาง เป็นต้น รวมทั้งการรับฝากเงิน

สมาชิกจำนวนมากขายยางให้กับสหกรณ์ฯ เป็นประจำสม่ำเสมอ แม้เราได้รับซื้อยางของสหกรณ์ต่ำกว่าราคาของตลาดกลางยางพาราสงขลา และบางครั้งจะได้รับเงินล่าช้า 7 – 10 วัน (สมจิตต์ ศิขรินมาศ และมณิสร์ อนันต์๊ะ. 2554 : 52) อย่างไรก็ตาม ปริมาณน้ำยางที่รวบรวมได้จากสมาชิกไม่แน่นอน มีการแข่งขันในการรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่นั้น สมาชิกส่วนใหญ่มีส่วนร่วมโดยการเข้าประชุมและแสดงความคิดเห็น

สหกรณ์ฯ ประกอบด้วย สมาชิกที่หลากหลายในความเป็นอยู่ และระดับการศึกษา ทำให้เกิดความแตกต่างของการรับรู้ และเข้าใจถึงข้อปฏิบัติและระเบียบของสหกรณ์ฯ ทำให้ขาดความสะดวกและคล่องตัวในทางปฏิบัติ อย่างไรก็ตามสหกรณ์ฯ สามารถบังคับใช้ระเบียบได้ค่อนข้างดี เช่น บังคับให้สมาชิกต้องซื้อหุ้นเพิ่มร้อยละ 1 ของยอดขาย การจ่ายค่าบริหารจัดการอัตราร้อยละ 1 ปัจจุบันมีทุนสะสมเกือบ 200 ล้านบาท เป็นทุนเรือนหุ้นราว 8 ล้านบาท บางปีสหกรณ์มีความจำเป็นต้องนำเงินไปลงทุนในสินทรัพย์ทำให้ไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ มีความพยายามที่จะไปดูงานขอความรู้จากแหล่งอื่น รวมทั้งพยายามมองหาช่องทางตลาด เช่น อสย.หรือบริษัทรับซื้อน้ำยางข้น เป็นต้น

ปัญหาที่พบในการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ (สหกรณ์กองทุนสวนยางโนนสุวรรณ จำกัด. 2554 : 86) สรุปได้ดังนี้ 1) การแปรรูปร่างแผ่นรวมก้อนไม่สม่ำเสมอ และคุณภาพยังต่ำ 2) ขาดความรู้ในการผลิตให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน 3) ต้นทุนทำยางแผ่นสูงขึ้น ขณะที่ขายได้ราคาไม่สูง ขายเจ้าประจำ 4 – 5 บริษัทในลักษณะประมูล แต่ก็ยังเป็นจำนวนผู้ซื้อน้อยราย ขาดอำนาจต่อรอง 4) คณะกรรมการดำเนินงานที่สมาชิกคัดเลือกมักเป็นคนในท้องถิ่น การบริหารจัดการยังไม่ค่อยมีความเป็นมืออาชีพ 5) เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ส่งผลให้มีการจ่ายเงินค่ายางล่าช้าในบางครั้ง 6) ปัญหาด้านสาธารณสุขโรคต่างๆ เช่น การคมนาคมลำบาก ขาดอุปกรณ์สำนักงาน เครื่องชั่งชั่ง เป็นต้น 7) ขาดแคลนแรงงาน และ 8) การใช้ที่ดิน สปก. จึงไม่มีเอกสารสิทธิ์ถือครอง ไม่สามารถนำไปทำธุรกรรมใดๆ และอาจเป็นอุปสรรคหากคิดจะลงทุนที่มีมูลค่าการลงทุนสูงขึ้น

2.4 พ่อค้าคนกลางในแต่ละระดับ

ในวิถีการตลาดยางพาราในประเทศไทยพบว่าพ่อค้าคนกลางในหลายระดับ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการรวบรวมผลผลิตยางพาราดังต่อไปนี้

2.4.1 พ่อค้าระดับหมู่บ้าน/อำเภอ สามารถแบ่งเป็นพ่อค้าระดับหมู่บ้าน ซึ่งเป็นพ่อค้ารายเล็ก มีจำนวนมาก กระจายตัวตามหมู่บ้าน และพ่อค้าระดับอำเภอซึ่งจะเป็นผู้รับซื้อจากพ่อค้าระดับหมู่บ้านอีกต่อหนึ่ง พ่อค้าระดับหมู่บ้านจะเข้าไปรับซื้อผลผลิตยางจากเกษตรกรถึงที่บ้านหรือที่รวบรวม หรือมีการเปิดร้านรับซื้อในพื้นที่ ในการซื้อผลผลิตพ่อค้าฯ จะมีการเสนอราคาซื้อแก่เกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกร เมื่อตกลงราคาได้แล้วจะเป็นผู้นำรถไปบรรทุกผลผลิตยางจากที่บ้าน

เกษตรกรด้วยตนเอง เป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งจากเกษตรกร ไปยังพ่อค้าคนกลางระดับอำเภอ ซึ่งจะทำการรวบรวมผลผลิตเพื่อส่งไปจำหน่ายต่อยังพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดหรืออาจจะนำไปจำหน่ายผ่านตลาดกลางต่อไป

การกำหนดราคาพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอ จะอาศัยประสบการณ์ในการประเมินคุณภาพยาง มักจะไม่มีเครื่องมือในการตรวจวัด ราคาที่อ้างอิงเป็นราคาน้ำยางดิบในแต่ละวันซึ่งอ้างอิงจากผู้รับซื้อรายใหญ่ ในการรับซื้อแม้ว่าจะซื้อจากเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรก็ตาม การรับซื้อจะมี 2 รูปแบบคือการรับซื้อแบบกะ คือ ไม่มีการแยกคุณภาพยางเป็นการประเมินราคาโดยรวมทั้งหมดหรือการรับซื้อแบ่งแยกตามคุณภาพยาง

2.4.2 พ่อค้าคนกลางระดับจังหวัด จะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอ โดยพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัด อาจจะเป็นตัวแทน (Agent) ของโรงงานผู้ผลิตยางแท่งหรือยางแผ่นรมควัน หรือเป็นผู้รวบรวมที่ไม่ได้เป็นตัวแทนของโรงงานผลิตแต่ก็มีความสัมพันธ์อันดีกับโรงงานแปรรูปขั้นต้น

ตัวแทนโรงงานแปรรูปนั้นจะทำหน้าที่จัดหาสินค้าให้กับโรงงานที่เฉพาะของคน โดยตัวแทนของโรงงานจะเป็นส่วนหนึ่งหรือแผนกหนึ่งของบริษัท ส่วนผู้รวบรวมที่ไม่ได้เป็นตัวแทนจะทำหน้าที่รวบรวมหาสินค้าให้แก่โรงงานแปรรูป โดยโรงงานอาจจะเสนอโควตาและประกันราคารับซื้อในช่วงเวลากำหนด และสามารถส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าหลายๆ รายพร้อมกัน

พ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดจะรับซื้อยางพาราในรูปแบบต่างๆ จากพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอที่โรงงาน นอกจากการรับซื้อจากพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอ และเกษตรกรแล้วยังมีการไปประมูลซื้อยางพาราแผ่นดิบจากตลาดกลางยางพารา หรือตลาดประมูลยางท้องถิ่น พ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดในบางรายจะมีการนำผลิตภัณฑ์ยางขั้นต้นมาแปรรูปในรูปแบบที่ไม่ยุ่งยาก อาทิเช่น การแปรรูปน้ำยางเป็นยางแผ่นดิบรมควัน หรือการแปรรูปยางก้อนด้วยเป็นยางเครฟ แต่ในบางรายจะ ไม่มีการแปรรูป จะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รวบรวมขั้นปลายเท่านั้น โดยจะรวบรวมจนได้จำนวนมากพอที่จะขนส่งไปจำหน่ายต่อไป

ในการกำหนดราคาซื้อ พ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดจะกำหนดราคาตามราคาในตลาดกลางในแต่ละวัน หรือราคาที่ได้ตกลงซื้อขายจากโรงงานแปรรูปล่วงหน้า ราคาซื้อขายจะกำหนดจากปริมาณเนื้อยาง โดยการรับซื้อจากพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอนั้นพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดจะมีการให้ส่วนต่างเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้รวบรวมนำสินค้ามาจำหน่ายให้ พ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดจะเป็นผู้ขนส่งผลผลิตยางไปจำหน่ายที่โรงงานแปรรูป โดยจะส่งไปจำหน่ายโดยบรรทุกรถขนส่งแบบรถพ่วงหรือรถสิบล้อ ซึ่งพ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่ง

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดกับพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอ นั้นเป็นแบบอุปถัมภ์ โดยพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดจะไม่เข้าไปรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรงแต่จะปล่อยให้ทำหน้าที่ของพ่อค้าคนกลางระดับหมู่บ้าน/อำเภอ และจะให้ผลตอบแทนแก่ผู้รวบรวมในแง่ที่การเพิ่มน้ำหนักให้ หรือให้ราคาสูงขึ้นเล็กน้อย มีการให้เงินทุนแก่ผู้รวบรวมไปใช้ในการรับซื้อจากเกษตรกร โดยทั่วไปพ่อค้าระดับหมู่บ้าน/อำเภอ มักจะนำไปจำหน่ายให้พ่อค้าระดับจังหวัดที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

2.5 ตลาดกลางยางพารา/ตลาดประมูลยางท้องถิ่น

ตลาดกลางยางพาราในประเทศไทย เป็นตลาดกลางที่ได้รับการสนับสนุนจากกรมวิชาการเกษตร เพื่อเป็นจุดศูนย์กลางในการซื้อขายยางพาราลักษณะเป็นตลาดที่มีการซื้อขายจริง ในปัจจุบันตลาดกลางยางพารามีทั้งสิ้น 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดกลางยางพาราสงขลา ตลาดกลางยางพารา นครศรีธรรมราช ตลาดกลางยางพาราสุราษฎร์ธานี ตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ และตลาดกลางยางพาราหนองคาย นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้เกิดตลาดประมูลยาง โดยสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สทย.) เพื่อให้เป็นที่พบปะกันระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อ

ตลาดกลางฯ จะทำหน้าที่เป็นที่ให้กลุ่มเกษตรกร หรือพ่อค้าคนกลางนำสินค้ามาจำหน่ายโดยการประมูลผ่านตลาด ผู้ที่เข้ามาประมูลมักจะเป็นพ่อค้าขนาดใหญ่ ผู้ส่งออก หรือ โรงงานแปรรูปชั้นกลางในปัจจุบันพบว่าตลาดกลางมีบทบาทสำคัญอีกประการหนึ่งคือราคาในตลาดกลางถือเป็นราคาอ้างอิงในการซื้อขายยางพาราในประเทศ

2.6 โรงงานแปรรูปยางขั้นต้น

ผู้แปรรูปจะรับซื้อผลผลิตเพื่อนำไปแปรรูปในรูปแบบต่างๆ ต่อไป กลุ่มผู้แปรรูปนี้ มักจะรับซื้อจากพ่อค้าหรือกลุ่มเกษตรกรรายใหญ่ และการเข้าไปประมูลในตลาดกลางเท่านั้น เนื่องจากต้องการซื้อสินค้าที่มีปริมาณมากเพื่อลดความยุ่งยากในการซื้อสินค้าและต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ

โรงงานแปรรูปชั้นกลางในประเทศไทย ได้แก่

2.6.1 โรงงานผลิดยางแท่ง จะรับซื้อน้ำยางสด ยางก้อนถ้วยหรือยางเครฟจากพ่อค้าคนกลาง สหกรณ์การเกษตร ในปัจจุบันพบว่าแนวโน้มการผลิตยางแท่งในประเทศไทยมีมากขึ้น ในประเทศไทยพบว่ามีโรงงานยางแท่งจำนวน 62 แห่ง (สถาบันวิจัยยาง. 2558 :1) โดยโรงงานผลิดยางแท่งมักตั้งกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ที่มีการปลูกยางมาก อาทิเช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก ผู้ผลิดยางแท่งจะจำหน่ายผลผลิตให้แก่ผู้ใช้ในประเทศหรือส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศต่อไป

2.6.2 โรงงานผลิตยางแผ่นรมควัน จะรับซื้อยางแผ่นดิบ หรือน้ำยางสดจากพ่อค้าคนกลาง เพื่อนำไปผลิตเป็นยางแผ่นรมควัน หากผู้ผลิตยางแผ่นรมควันเป็นผู้ผลิตรายเล็ก เช่น กลุ่มเกษตรกรจะทำการผลิตเพียงแค่ง่ายแผ่นรมควัน และจะนำไปจำหน่ายผ่านตลาดกลาง หรือโรงงานแปรรูปยางแผ่นรมควันต่อไป ส่วนผู้ผลิตรายใหญ่ซึ่งเป็นโรงงานของเอกชนจะทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน และนำไปอัดก้อนเป็นยางอัดก้อน มีการตีตราเพื่อแสดงมาตรฐานของสินค้า โดยจะจำหน่ายในรูปแบบยางแผ่นรมควัน และยางอัดก้อนซึ่งมี 2 ขนาดคือ ยางอัดก้อนขนาด 111.11 กิโลกรัม และขนาด 33.33 กิโลกรัม การจำหน่ายในลักษณะใดนั้นขึ้นกับคำสั่งซื้อของลูกค้าในการจำหน่ายจะให้แก่ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป โรงงานผลิตยางแผ่นรมควันมักตั้งอยู่ในพื้นที่อาทิเช่น ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก ในประเทศไทยพบว่ามีโรงงานผลิตยางแผ่นรมควันของเอกชนจำนวน 117 แห่ง

2.6.3 น้ำยางข้น / สกิมเครป โรงงานผลิตน้ำยางข้นจะรับซื้อน้ำยางดิบจากพ่อค้าคนกลาง สหกรณ์การเกษตร หรือกลุ่มเกษตรกรเพื่อนำมาผลิตเป็นน้ำยางข้น โดยจะผลิตเป็นน้ำยางข้น 60% และหางน้ำยาง และมักจะทำการผลิตยางสกิมเครปด้วย โรงงานผลิตน้ำยางข้นมักตั้งอยู่ในภาคใต้ ในประเทศไทยมีจำนวนโรงงานน้ำยางข้นจำนวน 96 แห่ง น้ำยางข้นจะถูกส่งไปจำหน่ายให้แก่โรงงานผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น ถูมมือยาง ทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

2.6.4 ยางคอมปาวน์ ผู้ผลิตยางคอมปาวน์จะรับซื้อยางแผ่นรมควัน ยางแผ่นดิบ และยางแท่งเพื่อนำมาผลิตเป็นยางคอมปาวน์ต่อไป โดยยางคอมปาวน์สามารถแบ่งได้เป็นยางคอมปาวน์คาร์บอนแบล็ค ซึ่งผลิตจากยางแผ่นรมควัน และยางคอมปาวน์ STR 20 ซึ่งผลิตจากยางแท่ง ปัจจุบันยางคอมปาวน์มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน แต่ปัจจุบันในประเทศไทยยังมีผู้ผลิตจำนวนไม่มาก ผู้ผลิตยางคอมปาวน์จะส่งไปจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตในชั้นปลายต่อไป พบว่าโดยส่วนมากจะเป็นผู้ผลิตยางล้อรถยนต์

2.7 โรงงานแปรรูปชั้นปลาย ได้แก่ โรงงานที่นำเอาผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปชั้นกลางอาทิเช่นยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นมาแปรรูปในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ยางล้อรถยนต์ อุปกรณ์การแพทย์ ยางยืด เป็นต้น ปัจจุบันพบว่ามีโรงงานนำผลิตภัณฑ์ยางชั้นกลางไปใช้ในอุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 13 ของปริมาณผลผลิตในประเทศ

2.8 ผู้ส่งออก ผู้ส่งออกจะรับซื้อผลผลิตเพื่อส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในรูปแบบของยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ไปยังประเทศต่างๆ อาทิเช่น ประเทศจีนในปัจจุบันประเทศไทยส่งผลิตภัณฑ์ยางในรูปแบบสินค้าชั้นกลางประมาณร้อยละ 87 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด

3. ประสิทธิภาพตลาดยางพาราในประเทศ

หากพิจารณาถึงประสิทธิภาพระบบตลาดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ในภาพรวมพบข้อสังเกต (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. 2555 : 51 – 52) ดังนี้

3.1 การที่เกษตรกรขายผลผลิตผ่านกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์ฯ จะช่วยให้ระบบตลาดยางมีประสิทธิภาพดีขึ้นได้ โดยกลไกการซื้อขายรวบรวมได้ปริมาณมากๆ จะสร้างพลังในการประมูลและการต่อรองกับผู้ซื้อ จะช่วยเหลือให้สมาชิกให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดอย่างเป็นธรรมโดยผ่านระบบซื้อขายดังกล่าว นอกจากนี้กลไกของกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์ฯ ยังช่วยกำกับในเรื่องมาตรฐานวัตถุดิบยาง เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้ซื้อได้ สร้างพลังต่อรองได้อีกต่อหนึ่ง

3.2 ระบบตลาดประมูลท้องถิ่นหรือตลาดกลางของ สกย. และระบบตลาดกลางยางพาราของกรมวิชาการเกษตร นับว่าเป็นกลไกตลาดทางเลือกที่สำคัญในการขายผลผลิต และสร้างราคาอ้างอิงให้กับตลาดอื่น อย่างไรก็ตามความมีประสิทธิภาพด้านราคาในตลาดดังกล่าวขึ้นอยู่กับจำนวนเข้ามาประมูลซื้อ และปริมาณผลผลิตในตลาดเป็นสำคัญ ทั้งนี้พบว่าในบางตลาดประมูลยังไม่ค่อยมีกิจกรรมมากนัก เป็นผลต่อประสิทธิภาพด้านตลาด ทำให้ไม่สามารถใช้เป็นราคาอ้างอิงที่เหมาะสม ส่วนใหญ่จึงยังคงอ้างอิงราคาตลาดกลางสงขลาเป็นหลัก เปิดช่องให้บางตลาดในภาคพื้นที่อื่นๆ ซึ่งมีต้นทุนดำเนินงานด้านตลาดแตกต่างกันมีการบวก/ลบราคาซื้อจากราคาอ้างอิงโดยขาดเกณฑ์หรือข้อมูลต้นทุนตลาดที่แน่ชัด

3.3 ปัจจุบันเห็นภาพความเป็นไปได้ของการเชื่อมต่อกลุ่ม/สหกรณ์ฯ เป็นเครือข่ายที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องตลาดและการจัดหาวัตถุดิบ พบตัวอย่างในกลุ่มทางภาคใต้ เช่น ที่ย่านตาขาว จังหวัดตรัง เชื่อมกับอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ระบบนี้สะท้อนถึงพัฒนาการที่ดีในการทำธุรกิจที่เกิดความแข็งแกร่งและการเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกันของสถาบันเกษตรกร

3.4 สำหรับในภาคตะวันออก ด้วยตำแหน่งที่ตั้งค่อนข้างได้เปรียบกว่าทางใต้ในการรวบรวมวัตถุดิบ ทำให้ได้วัตถุดิบจากทางเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือเข้าโรงงานด้วย และมีท่าเรือขนส่งสินค้าทางออกต่างประเทศ ระบบตลาดมีประสิทธิภาพ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่สาขาโรงงานมาจากภาคใต้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่เนื่องด้วยเป็นแหล่งป้อนวัตถุดิบหลัก จำนวนโรงงานมีมาก เกิดภาวะแข่งขันในการรับซื้อวัตถุดิบและมีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ที่รับซื้อและการแปรรูป

3.5 เครือข่ายระบบตลาดที่เป็นทางการในภาคเหนือยังมีอยู่น้อย ส่วนใหญ่เกษตรกรต้องขายผลผลิตผ่านพ่อค้าท้องถิ่น สุ่มเสี่ยงต่อการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นย่างก้อนด้วยเป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นวัตถุดิบที่พ่อค้าสนใจรับซื้อไปส่งโรงงานในพื้นที่ ดังนั้นโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลผลิตและโอกาสทางเลือกในการขายผลผลิตของเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรจึงมีน้อย ระบบเช่นนี้

จึงมีผู้เล่นไม่หลากหลายพอที่จะคานอำนาจกันเองระหว่างผู้รับซื้อผลผลิตด้วยกัน ทำให้เกษตรกร
 จำนวนต่อภาวะราคาไม่เป็นธรรมอย่างวงจรการขายผลผลิต ประสิทธิภาพระบบตลาดภาคเหนือยัง
 ห่างไกลกับระบบตลาดทางภาคใต้ที่มีความแข็งแกร่งกว่า ทั้งในแง่จำนวนผู้ซื้อและความหลากหลาย
 ของผลิตภัณฑ์ที่รับซื้อ

3.6 ระบบตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แม้จะมีการขยายตัวของระบบทางการ
 เช่น เครือข่ายรับซื้อของตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ เครือข่ายตลาดประมูลท้องถิ่น เป็นต้น แต่เนื่อง
 กับการขยายตัวของโรงงานรับซื้อยางก้อนถ้วยไปทำยางแท่งตั้งฐานรองรับไว้แล้วในพื้นที่จำนวน
 หนึ่ง ทำให้เกษตรกรสนใจขายเป็นยางก้อนถ้วยมากกว่าจะทำแผ่นดิบส่งให้สหกรณ์ฯ ไม่เหมือนทาง
 ภาคใต้ ซึ่งเกษตรกรยังสนใจทำแผ่นรมควันอยู่อีกจำนวนมาก ทำให้มูลค่าเพิ่มยังคงอยู่ในมือเกษตรกร
 และสามารถเก็บไว้รอขายได้ ทำให้เกิดอำนาจต่อรองในการขายมากกว่าการขายยางก้อนถ้วย

3.7 ตลาดซื้อขายยางก้อนถ้วยยังขาดประสิทธิภาพ ตลาดกลางยางพาราฯ ไม่มีการรับ
 ซื้อยางก้อนถ้วย จึงยังไม่มียระบบมาตรฐานและราคาอ้างอิง ปัจจุบันการซื้อยางอ้างอิงจากราคาแผ่นดิบ
 และมีการบวกลบราคา ซึ่งขาดความชัดเจนแล้วแต่การต่อรองกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย รวมไปถึง
 ขาดความชัดเจนในมาตรฐานการตีคุณภาพเนื้อยาง ซึ่งแบ่งเป็น 3 เกรด คือ ยางเปียก ยางหมาด และ
 ยางแห้ง ไม่มีเครื่องวัดและอาศัยประสบการณ์เท่านั้น ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ขายเป็นยางเปียก ซึ่งมี
 ราคาต่ำสุด นอกจากนี้ยังมีปัญหาการดูสิ่งปลอมปน เช่น เศษไม้ เศษดิน เป็นต้น อาจถูกใช้เป็นข้ออ้าง
 ในการตัดราคา

4. บริบทการผลิต การแปรรูปและการตลาดยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีข้อได้เปรียบในการปลูกยางมากกว่าภาคอื่น คือ มีพื้นที่
 เหมาะสมแก่การปลูกยางมากถึง 19 ล้านไร่ (ระดับ L2 ผลผลิตต่อไร่ 250 – 400 กิโลกรัม) และ
 เหมาะสมปานกลางอีกประมาณ 6 ล้านไร่ (ระดับ L3 ผลผลิตต่อไร่ 200 – 250 กิโลกรัม)
 (สมเจตน์ ประทุมมิตร และคณะ. 2546 : 1) นอกจากนี้ยังมีความพร้อมด้านแรงงานกรีดยาง โดย
 แรงงานเหล่านี้มีทักษะและประสบการณ์รับกรีดยางทางใต้ ปัจจุบันแรงงานส่วนใหญ่เคลื่อนย้ายกลับ
 ภูมิลำเนา บางรายมีส่วนขายเป็นของตนเองและบางรายไปรับจ้างกรีดยางในพื้นที่ละแวกหมู่บ้าน
 ปัญหาที่พบในด้านการปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีดังนี้ ดินขาดความอุดม
 สมบูรณ์ ฝนทิ้งช่วง การกระจายตัวของฝนในรอบปีน้อยกว่าทางภาคใต้ ลมแรง และพื้นที่เป็นที่สูง
 นอกจากนี้ การเปิดกรีดยางต้องรอนานกว่ายางใต้อย่างน้อย 6 เดือน และให้ผลผลิตต่ำกว่ายางภาคใต้
 ร้อยละ 10 – 15 (สถาบันวิจัยยาง. 2555 : 85) ทำให้ต้นทุนการปลูกยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสูง
 กว่าทางภาคใต้และเสี่ยงต่อการสูญเสียผลผลิตจากภัยธรรมชาติ

4.1 สภาพทางเศรษฐกิจสังคมและโครงสร้างพื้นฐาน

เกษตรกรชาวสวนยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นรายย่อย มีพื้นฐานอาชีพมาจากการทำนาและปลูกพืชไร่ เช่น อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น แม้จะหันมาปลูกยางแต่ยังปลูกพืชไร่ไปด้วย โดยมีการจัดแบ่งพื้นที่ปลูกพืชแต่ละชนิดไว้ตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ ทำให้เกิดรายได้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว รายได้จากยางพาราสำหรับเกษตรกรรายเล็กจึงเปรียบเสมือนเงินออม และบางส่วนเป็นเงินทุนที่สำคัญในการใช้จ่ายในการทำพืชไร่หรือใช้จ่ายในครอบครัว ทำให้มีความเป็นอยู่โดยรวมดีกว่าการมีรายได้จากการทำพืชไร่เพียงอย่างเดียว

กรณีผู้ปลูกยางรายใหญ่ที่มีทุนมากพอและมีพื้นที่หลายร้อยไร่ขึ้นไป ช่วงที่ยางราคาดีและต้องการลดแรงกดดันจากภาวะปัญหาราคาพืชไร่ตกต่ำ หลายรายจึงหันไปปลูกยางอย่างเต็มเวลา และมีการบริหารจัดการผลผลิตและตลาดด้วยตนเองอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการใช้ที่ดินและปัจจัยการผลิตสูงสุดจากการปลูกยาง กรณีรายใหญ่มักพบว่ามีจัดการความเสี่ยงด้านการปลูกอย่างเป็นรูปธรรม เช่น มีการลงทุนระบบให้น้ำ คิดหาวิธีการใส่ปุ๋ยเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและลดต้นทุน การจัดหาแหล่งกล้าพันธุ์ การจัดการด้านแรงงานกรีดยางและการเจรจาแบ่งปันผลประโยชน์ เป็นต้น

สำหรับด้าน โครงสร้างพื้นฐาน พบว่า ระบบโครงข่ายถนนหลักในภาคนี้มีความเชื่อมโยงกัน ทำให้สะดวกในการขนส่งยางไปขายได้หลายจุด สามารถขนยางออกทางเหนือผ่านลาวสู่ประเทศจีนโดยตรง หรือขนส่งมาทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพบบางรายส่งผลผลิตยางไปสู่ตลาดทางใต้ ส่วนในระดับท้องถิ่นพบว่า สภาพถนนไม่เอื้อต่อการขนส่งวัตถุดิบยางเท่าใดนัก เนื่องจากขยงเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมาก ทำให้ถนนชุมชนชำรุดง่าย หรือในบางท้องที่ไม่สามารถขนส่งโดยใช้รถบรรทุกใหญ่ ทำให้ต้นทุนขนส่งต่อหน่วยของเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรสูงหากต้องการขนยางไปขายเอง

บางพื้นที่มีระบบไฟฟ้าไม่เหมาะสมที่จะทำธุรกิจแปรรูปยางดิบ ซึ่งต้องใช้เครื่องกลที่ใช้กำลังไฟสูงขึ้น ทำให้ระบบไฟที่ใช้อยู่ไม่สามารถรองรับได้ที่ดินที่ใช้ปลูกยางส่วนใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่มีเอกสารสิทธิ์ การลงทุนเครื่องกลขนาดใหญ่ที่จะใช้แปรรูปยางของกลุ่มเกษตรกรอาจประสบปัญหาเรียกคืนที่ดินในภายหลัง และอาจมีผลต่อการลงทุนระยะยาวที่จะคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการทำธุรกิจแปรรูป ในส่วนเกษตรกรผู้ปลูกก็จะมีปัญหาไม่สามารถเข้าถึงสิทธิ์การขอสงเคราะห์ปลูกทดแทนหลังโค่นยางเก่า

นอกจากนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแหล่งน้ำธรรมชาติไม่เพียงพอที่จะใช้แปรรูปโดยเฉพาะการทำยางแผ่น การทำยางแผ่นจึงมักพบเฉพาะในเกษตรกรรายใหญ่ หรือถ้าทำในรูปแบบกลุ่ม/สหกรณ์ก็ต้องมีทุนมากพอจะลงทุนขุดเจาะหาแหล่งน้ำด้วย

4.2 รูปแบบผลผลิตและการแปรรูป

เมื่อก่อนเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมเก็บเกี่ยวผลผลิตในรูปน้ำยางสดแล้วทำเป็นยางแผ่นดิบ จากข้อมูลในปี 2548 พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโรงงานรับซื้อยางแผ่นรมควัน 3 แห่ง (อุดรธานี 2 แห่ง และสกลนคร 1 แห่ง) และโรงงานน้ำยางข้น 2 แห่ง (อุดรธานี และหนองคาย) (รัชณี รัตนวงศ์. 2548 : 48)

การแปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นมีแนวโน้มลดลง จากผลการดำเนินงานของสทช. ในปีงบประมาณ 2553 พบว่า รูปแบบผลผลิตยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นยางก้อนถ้วยคิดเป็นปริมาณร้อยละ 79 มีสัดส่วนมูลค่าร้อยละ 68 ขณะที่ยางแผ่นดิบมีปริมาณร้อยละ 17 แต่มีสัดส่วนมูลค่าสูงเป็นร้อยละ 26 ส่วนการทำยางแผ่นรม/ผึ่งอบแห้งมีผลผลิตน้อยเพียงร้อยละ 4 จากการสำรวจภาคสนามของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (2555 : 63) พบว่า มีกลุ่มเกษตรกรนำน้ำยางสดมาทำเป็นยางครบมีคุณภาพดี แต่ยังไม่แพร่หลายมากนัก เช่นที่กลุ่มวิสาหกิจฐานเกษตร จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีประสิทธิภาพสูงสามารถรวบรวมวัตถุดิบคุณภาพดีจากสมาชิก ได้ปริมาณมาก สามารถนำมาแปรรูปผลผลิตที่ได้มาตรฐานและมีความประณีตมากขึ้น ทำให้สามารถสร้างอำนาจการเจรจาจับคู่ค้าได้

ระยะหลังนี้ผลผลิตยางออกมามากขึ้นประกอบกับเป็นผลผลิตของเกษตรกรรายเล็กซึ่งมีทุนน้อย เกษตรกรจึงหันไปเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นยางก้อนถ้วย โดยพ่อค้ารับซื้อไปทำยางครบรวบรวมส่งให้โรงงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปัจจุบันมีแนวโน้มการขยายตัวของโรงงานยางแท่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้ต้องการรับซื้อวัตถุดิบยางก้อนถ้วยมากขึ้น และมีแนวโน้มว่าถ้าสถานการณ์เป็นเช่นนี้ต่อไป ผลผลิตจากเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะกลายเป็นยางก้อนถ้วยเกือบทั้งหมด อย่างไรก็ตาม การขยายเป็นยางก้อนถ้วยมักมีปัญหาว่ายังไม่มีความมาตรฐานสินค้ารองรับการกำหนดราคาจึงอาจมีปัญหาตามมา เช่น การตีค่าเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (DRC) การปนเปื้อน เป็นต้น ปัญหาที่สะท้อนจากพื้นที่ คือ กลุ่มเกษตรกรให้ความสนใจที่จะแปรรูปยางดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม แต่ยังไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการวิธีแปรรูปมากนัก ตลอดจนยังไม่ค่อยมีความรู้และประสิทธิภาพด้านตลาดผลผลิตแปรรูปยางดิบ

4.3 ระบบตลาดและประสิทธิภาพตลาด

เกษตรกรมักขายผลผลิตในรูปยางก้อนถ้วย เนื่องจากเหตุผลหลายประการ เช่น ความสะดวกในการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่สามารถสะสมผลผลิตไว้บนดินหลายวันจึงค่อยเก็บ การเก็บเป็นน้ำยางไม่สะดวกในสภาพพื้นที่ที่เป็นเนินสูง การขนขนาน้ำทุกวันไม่สะดวกนัก ไม่เสียเวลาในการแปรรูปทำให้มีเวลาไปดูแลพืชไร่ และไม่ต้องลงทุนอุปกรณ์ทำแผ่นยาง ปัจจุบันมีผู้รับซื้อยาง

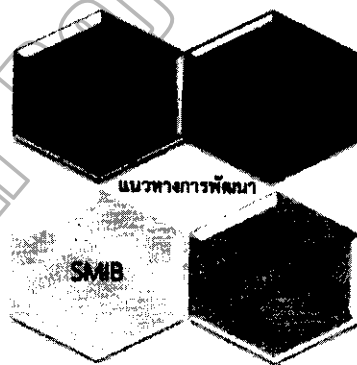
ก่อนหลายแหล่งทั้งกลุ่มเกษตรกร พ่อค้ารวบรวม และ โรงงาน/บริษัทแปรรูปยางแท่งในพื้นที่ส่วนใหญ่ขายแบบประมูล

ระบบตลาดยางแผ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีประสิทธิภาพไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับภาคใต้ เนื่องด้วยจำนวนผู้ซื้อ/โรงงานมีไม่มาก บางส่วนต้องไปขายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือปริมาณยางแผ่นเข้าตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์ยังไม่มากนักทำให้ราคายังไม่ค่อยถูกใช้อ้างอิง แต่ยังคงใช้ราคาอ้างอิงจากตลาดกลางสงขลาเป็นหลัก ส่วนการขายเป็นยางก้อนถ้วยก็มีทางเลือกในการขายน้อย แตกต่างกับการขายเป็นยางแผ่นซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกษตรกรสูงกว่าและรอขายได้ ระบบการซื้อขายยางแผ่นจะเป็นตัวคานที่ดีในการรับซื้อวัตถุดิบยาง กล่าวคือ ทำให้ตลาดรับซื้อไม่เทอยู่ที่ ยางก้อนทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือถือว่ามีความศักยภาพในการพัฒนาระบบตลาดต่อไปได้อีกมากเนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบแปรรูปจากพื้นที่ปลูกที่มีอยู่มาก และการคมนาคมขนส่งสะดวก โดยมีโครงข่ายเชื่อมต่อสู่ประเทศเพื่อนบ้านออกสู่ประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลักของไทย

5. แนวทางการพัฒนาตลาดยางพาราเพื่อเพิ่มบทบาทและผลประโยชน์ของเกษตรกร

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางได้เสนอแนวทางการพัฒนาตลาดยางพาราเพื่อเพิ่มบทบาทและผลประโยชน์ของเกษตรกร (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. 2555 : 153 – 156) โดยแนวทางการพัฒนาและดำเนินการทางการตลาดที่เสนอแนะมี 5 ข้อ โดย 3 ข้อแรกเป็นแนวทางการดำเนินการในระยะสั้น (1 – 2 ปี) ส่วนที่เหลือ อีก 2 ข้อ เป็นแนวทางการดำเนินการในระยะยาว (มากกว่า 2 ปี) ดังนี้



ภาพประกอบ 2.1 แนวทางการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปขั้นกลาง

5.1 การจัดทำมาตรฐานการซื้อขายยางก้อนถ้วย

ปริมาณการผลิตยางก้อนถ้วยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะในเขตภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือแต่ยังไม่มีการจัดทำมาตรฐานคุณภาพของผลผลิตยางชนิดนี้ขึ้น

ดังนั้นในการซื้อขายระหว่างเกษตรกรและผู้รับซื้อจึงใช้การประเมินราคาตามปริมาณความชื้นของ ยางก้อนด้วยโดยใช้ประสบการณ์ของผู้ซื้อเป็นสำคัญซึ่งกำหนดไว้เป็น 3 ประเภท คือ แบบเปียก แบบ หมด และแบบแห้ง ในการกำหนดราคาซื้อขายยางก้อนด้วยนั้น ผู้ซื้อมักกำหนดโดยอ้างอิงกับราคา ยางแห้งที่ประกาศโดยตลาดกลางแต่แตกต่างกันในแต่ละห้องที่ตามระยะทางการขนส่งสู่ตลาดและ ปัจจัยการค้ำอื่นๆ ซึ่งอยู่ในดุลยพินิจของผู้ซื้อ ตัวอย่างเช่น ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายกำหนดราคาซื้อ ยางก้อนด้วยแบบหมดให้เท่ากับ 65% ของราคาขายแห้งที่ประกาศโดยตลาดกลางในขณะที่มีการซื้อ ขายในเขตจังหวัดบึงกาฬ กำหนดราคาไว้ที่ 70 % ของราคาตลาดกลาง เป็นต้น

เนื่องจากพ่อค้า/ผู้รับซื้อมีบทบาทมากกว่าเกษตรกรในการกำหนดราคายางก้อน ด้วย ราคาที่เกษตรกรได้รับโดยเฉลี่ยจึงมักเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่จะควรจะเป็น ดังนั้นหน่วยงานที่ รับผิดชอบจึงควรดำเนินการให้มีการจัดทำมาตรฐานคุณภาพยางก้อนด้วยขึ้นเพื่อช่วยทำให้การซื้อขาย ยางก้อนด้วยระหว่างเกษตรกรและพ่อค้ามีความเป็นธรรมมากขึ้น

5.2 การจัดทำมาตรฐานยางเครปและเปิดโอกาสให้ยางเครปเข้าซื้อขายในตลาดกลาง

การนำยางเครปเข้าซื้อขายในตลาดกลางขงพารา เป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนา ยกระดับกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรผู้รวบรวมยางก้อนด้วย (โดยเฉพาะที่อยู่ในเขตภาคเหนือและ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ให้ขยายการค้าเนินงานโดยการนำยางก้อนด้วยที่กลุ่มรวบรวมได้ไป แปรรูปเป็นยางเครปก่อนนำไปจำหน่ายผ่านตลาดกลาง โดยที่พร้อมๆ กันนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านมาตรฐานยางในปัจจุบัน คือ สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตรก็ต้องจัดทำมาตรฐานคุณภาพ ยางเครปขึ้นมารองรับ เพื่อให้การผลิตของเกษตรกรและการซื้อขายยางเครปในตลาดกลางดำเนินการ ไปด้วยกันได้อย่างสอดคล้อง

ผู้ซื้อหลักของยางเครปหากมีการซื้อขายในตลาดกลาง คือ โรงงานยางแท่ง โดยจะ นำไปเป็นวัตถุดิบผสมกับยางชนิดอื่นๆ ในกระบวนการผลิตยางแท่งประเภทต่างๆ ที่ต้องการใน ปัจจุบัน โรงงานยางแท่งรับซื้อยางก้อนด้วยจากเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรแล้วนำมาผ่าน กระบวนการล้างทำความสะอาด ตัดข้อยและรีดเป็นยางเครปก่อนแปรรูปต่อไปเป็นยางแท่ง จึงกล่าว ได้ว่าทั้งยางก้อนด้วยและยางเครปต่างก็เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตยางแท่ง แต่กระบวนการผลิตมี ส่วนที่แตกต่างกันที่สำคัญคือ การผลิตยางแท่งจากยางก้อนด้วยจะมีกระบวนการผลิตยาวกว่าการผลิต จากยางเครป (กระบวนการผลิตในส่วนการทำความสะอาดและการตัดข้อยจะสั้นลง)

ในปัจจุบันได้มีการสร้างโรงงานยางแท่งขึ้นบ้างแล้ว ในเขตภาคเหนือและ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นเขตผลิตยางก้อนด้วยมากที่สุดของประเทศ ดังนั้นหากรัฐบาล ต้องการส่งเสริมกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรในเขตพื้นที่เหล่านี้ ให้นำยางก้อนด้วยมาแปรรูปเป็นยางเครป และนำไปซื้อขายในตลาดกลางก็จะต้องรีบดำเนินการโดยเร่งด่วนก่อนที่โรงงานยางแท่งของผู้ส่งออก

หรือผู้ประกอบการรายใหญ่จะเกิดขึ้นในพื้นที่เป็นจำนวนมากจนสามารถรองรับวัตถุดิบยางก้อนด้วย ได้ทั้งหมดอีกทั้งออกแบบกระบวนการผลิตไว้สำหรับการใช้ยางก้อนด้วยเป็นวัตถุดิบเท่านั้น ซึ่งถ้า เป็นเช่นนั้น โรงงานยางแท่งเหล่านี้ก็จะไม่รับซื้อยางเครปที่ผลิตโดยกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ไม่ว่าจะ เป็นการซื้อขายกันโดยตรงหรือการซื้อขายผ่านตลาดกลาง อันจะทำให้เกิดผลกระทบต่อ การซื้อขาย ยางเครปในตลาดกลางที่อาจจะไม่คึกคักหรือไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง แต่ในทางตรงกัน ข้ามถ้าหากรัฐบาลเร่งส่งเสริมให้กลุ่ม/สถาบันเกษตรกรผู้รวบรวมยางก้อนด้วยสามารถเป็นผู้ดำเนินการ แปรรูปร่างยางเครปได้โดยเร็วและเป็นจำนวนมาก ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการยางแท่ง ที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ให้ออกแบบกระบวนการผลิตไว้เพื่อรองรับวัตถุดิบยางเครปแทนที่จะเป็นยาง ก้อนด้วย ซึ่งถ้ารัฐบาลทำได้สำเร็จก็จะเป็นการเพิ่มบทบาทของเกษตรกรในห่วงโซ่อุปทานของ ยางพาราและทำให้เกษตรกรได้รับประโยชน์หรือรายได้จากยางพารามากขึ้น

5.3 การสนับสนุนและส่งเสริมเครือข่ายด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกร

ในปัจจุบันมีกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรรวมตัวเป็นเครือข่ายเพื่อทำกิจกรรมการตลาด ร่วมกัน อาทิเช่น สหกรณ์กองทุนสวนยางจันดี อำเภอลำปาง จังหวัดนครศรีธรรมราช และสหกรณ์ เกษตรย่านตาขาว จังหวัดตรัง ได้ร่วมเป็นเครือข่ายร่วมกับกลุ่มเกษตรกรธารน้ำทิพย์ จังหวัดยะลา เพื่อ จำหน่ายผลผลิตของกลุ่มไปยังต่างประเทศ โดยมีลักษณะของการทำงานร่วมกัน คือการแบ่งงานกัน ทำตามความถนัด (Division of Labor) กล่าวคือสหกรณ์กองทุนสวนยางจันดี และสหกรณ์ย่านตาขาว มีความสามารถในการผลิตยางแผ่นรมควันและยางอัดก้อน แต่ไม่มีความชำนาญในการค้าขายกับผู้ซื้อ ต่างประเทศ ในขณะที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนยางธารน้ำทิพย์มีประสบการณ์ค้าขายยางกับต่างประเทศ โดยเฉพาะกับผู้ซื้อในมาเลเซียและประเทศจีนที่ใช้ภาษาจีน ในการติดต่อสื่อสาร แต่ตัวกลุ่มเกษตรกร ทำสวนยางธารน้ำทิพย์เองไม่สามารถผลิตหรือจัดหาสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อได้ใน บางช่วงเวลา ทำให้การพัฒนาตลาดการค้าต่างประเทศของกลุ่มไม่สามารถทำได้อย่างเต็มที่ การรวม ตัวกันเป็นเครือข่ายของทั้งสามกลุ่มจึงเท่ากับเป็นการรวมพลังโดยนำเอาศักยภาพและความพร้อมของ แต่ละกลุ่มที่มีอยู่มาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างประโยชน์เพิ่มในทางธุรกิจยางร่วมกัน

การเกิดขึ้นของเครือข่ายเกษตรกรในการทำธุรกิจยางพาราร่วมกันตามตัวอย่างที่ กล่าวมา เป็นผลลัพธ์จากการเรียนรู้ปัญหาและความพยายามในการแก้ปัญหาาร่วมกันของเกษตรกร ซึ่งมีหลักแหล่งอยู่ต่างกัน ความสำเร็จในการทำงานร่วมกันจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยและเงื่อนไขหลาย ประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทรัพยากรมนุษย์ เช่น ความรู้ความสามารถและวิสัยทัศน์ของผู้นำ และทรัพยากรสนับสนุน เช่น งบประมาณที่ต้องใช้ในการรวบรวมผลผลิตยางให้ได้ตามความต้องการ ของผู้ซื้อในต่างประเทศ ดังนั้นภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญและได้การสนับสนุน โดยกำหนด มาตรการที่เหมาะสม ใดๆก็ตามในการให้การสนับสนุนและส่งเสริมของภาครัฐนั้น ไม่ควรทำใน

ลักษณะเป็นนโยบายบูรณาการ แต่ควรมีกระบวนการกลั่นกรองที่เหมาะสมเพื่อคัดเลือกและให้การสนับสนุนโดยมุ่งเน้นเครือข่ายของกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพและความพร้อม ซึ่งอาจพิจารณาได้จากผลการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายที่ผ่านมาที่จะต้องบังเกิดผลสำเร็จมาแล้วในระดับหนึ่ง

5.4 จัดตั้งหน่วยงานใหม่ภายใต้การกำกับดูแลของการยางแห่งประเทศไทย (กยท.) เรียกว่า “สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์และข่าวกรองการตลาดยางพารา” (Standardization and Marketing Intelligence Bureau (SMIB) for Para Rubber)

ปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญของกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรคือความยากลำบากในการหาตลาดหรือผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปที่เกษตรกรผลิตได้และอีกปัญหาหนึ่งคือการรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ ปัญหาทั้งสองประการนี้ เป็นอุปสรรคสำคัญ ของการพัฒนากระดับกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรในการดำเนินธุรกิจแปรรูปยางพาราเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระดับการแปรรูปที่สูงขึ้นตามห่วงโซ่อุปทาน เช่น การพัฒนากระบวนการรวมรวมยางก้อนถ้วยให้แปรรูปเป็นยางเครปหรือกลุ่มผลิตยางแผ่นรมควันให้เป็นอย่างสูงขุ่น

อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาและการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการผลิตและการตลาดของกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรรวมถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการเอกชนที่แปรรูปยางพาราจะพบข้อเท็จจริงว่า ปัญหาการตลาดทั้ง 2 ประการที่กล่าวข้างต้นสามารถแก้ไขได้ โดยการขจัดอุปสรรคการค้าสำคัญที่เป็นอยู่ในปัจจุบันคือ ผู้ประกอบการ โรงงาน ซึ่งเป็นผู้ที่ให้นำผลิตภัณฑ์แปรรูปชั้นกลางของกลุ่ม/สถาบันเกษตรกร ไปใช้ ขาดความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพของเกษตรกร ดังนั้น การเสนอให้มีการจัดตั้งหน่วยงาน SMIB ขึ้นจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นหน่วยงานจัดทำและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยางพาราของเกษตรกร และขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นแหล่งกลางที่รวบรวมข้อมูลผู้ผลิตและผู้ใช้อย่างพาราของประเทศ (อาจรวมถึงผู้ใช้ในต่างประเทศด้วยในอนาคต) รวมตลอดถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกิดการตลาด ซื่อ – ขาย โดยตรงระหว่างกลุ่ม/สถาบันเกษตรกรและโรงงานแปรรูปสินค้าอุตสาหกรรมจากยางพาราซึ่งเป็นผู้ใช้ผลผลิตของเกษตรกร

แนวคิดเกี่ยวกับการแปรรูปยางพาราในประเทศไทย

สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2552 : 7) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการแปรรูปยางพาราซึ่งยางพาราเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยมานานนับร้อยปี โดยประเทศไทยผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลกและยังสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์ยางมากที่สุดในโลกเช่นกัน จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมยางและ

ผลิตภัณฑ์ยางนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศทั้งในแง่ของการจ้างงานและการส่งออก เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมที่สุดในด้านวัตถุดิบที่เป็นข้อได้เปรียบกับประเทศคู่แข่ง จึงมี โอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ แปรรูปเบื้องต้นให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้ได้ รวมทั้งพัฒนาการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ยางในชั้นปลาย แต่การแปรรูปยาง ณ ปัจจุบัน ยางแผ่นดิบของเกษตรกรที่ผลิตได้มีราคาต่ำ วิธีการ ทำให้มีราคาสูงขึ้นได้ โดยการนำไปอบไอน้ำหรือรมควัน โดยยางแผ่นดิบจะกลายเป็นยางแผ่น รมควันที่มีราคาสูงขึ้นทันที ดังนั้นจะเห็นว่าการสร้างโรงงานแปรรูปยางพาราเบื้องต้นจากยางแผ่นดิบ เป็นยางแผ่นรมควันจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ยางพาราให้เป็นที่ต้องการของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ แต่เนื่องจากพื้นที่ในจังหวัดภาคใต้ปลูกยางพาราลดลงโดยประเทศ ไทย ได้ขยายพื้นที่ปลูกยางพาราไปในเขตปลูกยางพาราใหม่ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มากขึ้น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงได้มีมาตรการรองรับผลผลิตที่คาดการณ์ว่าจะเพิ่มมากขึ้น โดยดำเนินการจัดตั้ง โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อส่งออก เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัว และเป้าหมายที่จะพัฒนาให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมยางครบวงจรของ ภูมิภาคอินโดจีน แต่โรงงานแปรรูปยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้รับอนุญาตค้าขายยังมีน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับ โรงงานในภาคใต้และภาคตะวันออก จึงทำให้มีความต้องการที่จะสร้างโรงงานแปรรูป เพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต

1. รูปแบบการดำเนินงานแปรรูปยางพารา

การแปรรูปของเกษตรกรพบว่ามีกรแปรรูปไม่หลากหลายมากนัก โดยมักจะเป็น การแปรรูปอย่างง่าย เช่น การทำยางแผ่นดิบ แต่อย่างไรก็ตามพบว่าการรวมกลุ่มของเกษตรกรได้ทำ ให้มีรูปแบบการแปรรูปที่ซับซ้อนมากขึ้น รูปแบบการแปรรูปยางพารา และการตลาดในระดับ เกษตรกรสามารถแบ่ง ได้ดังต่อไปนี้

1.1 ยางแผ่นดิบ

ยางแผ่นดิบเป็นการแปรรูปจากน้ำยางเป็นยางแผ่นดิบถือเป็นรูปแบบการแปรรูปแบบง่าย ไม่ซับซ้อน ถือเป็นกรแปรรูปขั้นต้นที่เกษตรกรสามารถแปรรูปได้เองที่บ้าน ในอดีต พบว่าเกษตรกรจะนำน้ำยางมาทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบที่บ้านเกษตรกร แต่ในภายหลังพบว่ามี แนวโน้มทำการแปรรูปที่บ้านของเกษตรกรลดลง แต่มีการนำน้ำยางไปรวมกลุ่มหรือจำหน่ายให้แก่ สหกรณ์การเกษตรเพื่อทำการแปรรูปที่กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์มากขึ้น โดยการผลิตยางแผ่นดิบพบว่ามี การแปรรูปมากในพื้นที่ภาคใต้ และมีแนวโน้มที่จะแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบลดลง สาเหตุมาจาก ความต้องการของตลาดลดลง และเกษตรกรนิยมจำหน่ายในรูปน้ำยางมากขึ้น ในการจำหน่ายยาง แผ่นดิบนั้นเกษตรกรจะนำไปจำหน่ายได้หลายวิธี ได้แก่

1.1.1 การจำหน่ายเองตามลำพัง ในการจำหน่ายเองนี้เกษตรกรจะจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลาง ซึ่งมักจะเป็นพ่อค้าในระดับหมู่บ้าน หรือท้องถิ่นที่เข้าไปรับซื้อตามบ้านเกษตรกร โดยพ่อค้าระดับหมู่บ้าน/ท้องถิ่นจะนำไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าระดับจังหวัด หรือ โรงงานแปรรูป หรือนำไปจำหน่ายผ่านตลาดกลางต่อไป

1.1.2 การกำหนดราคาซื้อขายนั้นจะกำหนดตามคุณภาพของยางแผ่น ดังนั้นถ้าเกษตรกรสามารถผลิตยางแผ่นคุณภาพคือออกจำหน่ายก็จะได้ราคาสูงกว่ายางแผ่นที่มีคุณภาพต่ำในการซื้อขายแผ่นดิบนั้นผู้ซื้อจะทำการคัดคุณภาพยาง โดยในการคัดคุณภาพยางแผ่นดิบผู้ซื้อจะใช้สายตาและประสบการณ์ของผู้ซื้อเป็นหลัก ดังนั้นถึงแม้ว่าจะมีการกำหนดมาตรฐานของคุณภาพยางไว้ชัดเจนแต่พบว่าเกษตรกรซึ่งมีอำนาจการต่อรองต่ำกว่ามักจะประสบปัญหาการคัดแยกคุณภาพยางของผู้ซื้อ ในการนำยางมาจำหน่ายนั้นเกษตรกรจะมัดยางแผ่นดิบมาเป็นห่อๆ ละประมาณ 10 แผ่น ดังนั้นหากผู้คัดคุณภาพตรวจพบยางแผ่นดิบที่มีคุณภาพไม่ดีหรือคุณภาพต่ำอยู่ในมัดนั้น ก็จะคัดคุณภาพยางมัดนั้นเป็นยางคุณภาพต่ำทันที แม้ว่าในก้อนนั้นจะมียางคุณภาพดีรวมอยู่ด้วยทำให้เกษตรกรสูญเสียรายได้ที่ควรจะเป็นเนื่องจากยางแผ่นดิบนั้นสามารถเก็บรักษาได้เป็นเวลาหลายเดือนทำให้เกษตรกรสามารถเก็บยางไว้จนกว่าราคาขงในตลาดจะเป็นที่น่าพอใจจึงจะนำออกมาจำหน่าย

1.2 ยางแผ่นรมควัน

ยางแผ่นรมควันนั้นมี 2 ประเภท คือ ยางที่ผ่านการรมควันเรียกว่า ยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet) และยางแผ่นที่ผ่านการอบเรียกว่า ยางอบแห้ง (Air Dry Sheet) ซึ่งจะมีสีน้ำตาลกว่ายางแผ่นรมควัน ยางแผ่นรมควันถือเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย แต่พบว่าแนวโน้มความต้องการใช้ยางแผ่นรมควันในตลาดโลกลดลง เห็นได้จากปริมาณการส่งออกที่มีแนวโน้มลดลงในระยะหลัง

ยางแผ่นรมควันคือการนำยางแผ่นที่ผ่านการรีดดอกเรียบร้อยแล้ว ไปรมควันในโรงรม ส่วนยางอบแห้ง หมายถึง การนำยางแผ่นที่ผ่านการรีดดอกเรียบร้อยแล้ว ไปอบแห้งในโรงอบที่ใช้ความร้อนแต่ไม่มีควันในโรงอบ หรือแผ่นยางไม่สัมผัสกับควัน โดยการทำทั้ง 2 วิธีนี้ต่างมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ยางแผ่นที่รมควันนั้นแห้งสนิทและเก็บรักษาได้นานขึ้น เนื่องจากยางแผ่นรมควันเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ ดังนั้นการรมควันในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ของพ่อค้าผู้ส่งออก ซึ่งมักจะมีโรงรมเป็นของตนเอง โดยหากเป็นยางแผ่นรมควันที่มาจากกระบวนการรวมยางแผ่นดิบจากเกษตรกรมาทำการรมควันยาง ยางที่ได้จากวิธีนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นรมควันชั้นที่ 3 หรือต่ำกว่า ส่วนยางที่มาจากการนำน้ำยางมาทำเป็นแผ่นยางโดยตรงและนำไปรมควันหรืออบแห้งทันที ยางที่ได้จะเป็นยางแผ่นที่มีคุณภาพดีสม่ำเสมอ อยู่ในชั้นคุณภาพเดียวกัน มีโอกาสเป็นยางแผ่นรมควันชั้น 1

ในระดับเกษตรกรนั้นพบว่า การแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันนั้นพบว่ามีหลายรูปแบบคือ เกษตรกรอาจทำการแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบและนำยางแผ่นดิบมาจำหน่ายให้แก่กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร หรือพ่อค้าเพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันต่อไป หรือเกษตรกรอาจนำยางดิบมาจำหน่ายให้แก่กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร หรือพ่อค้าเพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบ และยางแผ่นรมควันต่อไป

ในประเทศไทยพบว่ามีโรงงานผลิตยางแผ่นรมควันของเอกชนประมาณ 117 แห่ง โดยกระจายตัวในพื้นที่ภาคใต้มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีโรงงานของสหกรณ์การเกษตรหรือกลุ่มเกษตรกรประมาณ 200 แห่ง ซึ่งมาจากการสนับสนุนงบประมาณของภาครัฐในการจัดตั้งโรงอบควันยางพารา แต่ในปัจจุบันมีหลายแห่งได้ปิดตัวลง

การทำยางแผ่นรมควันนั้นมักจะเป็นการทำในกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐในการสร้างโรงรม โดยพบว่าในปี 2553 มีโรงรม/อบของกลุ่มเกษตรกรจำนวน 392 กลุ่ม (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2553 : 1) ในการนำยางแผ่นรมควันไปจำหน่ายนั้นกลุ่มเกษตรกรจะนำแผ่นยางมารวมกันเป็นมัดมัดละ 10 แผ่น แล้วนำไปจำหน่ายได้ 2 วิธีคือ

- การนำยางแผ่นรมควันไปจำหน่ายยังพ่อค้าท้องถิ่น โรงงานซึ่งเป็นโรงงานส่งออกหรือผู้จำหน่ายให้แก่โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางชั้นปลาย ในการจำหน่ายยางแผ่นรมควันนั้นกลุ่ม/สหกรณ์ไม่สามารถจำหน่ายโดยตรงให้แก่ผู้แปรรูปชั้นปลายได้โดยตรง
- การจำหน่ายผ่านตลาดกลาง ในการจำหน่ายผ่านตลาดกลางนั้นมีข้อจำกัดคือห้ามไม่ให้สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกรนำเอายางแผ่นดิบมาทำการรมควัน เกษตรกร/สหกรณ์ต้องผลิตยางแผ่นรมควันจากน้ำยางเท่านั้น

ในการกำหนดราคาพบว่า เป็นไปตามคุณภาพของยางที่นำมาจำหน่าย อย่างไรก็ตามเนื่องจากยางแผ่นรมควันมีการจำหน่ายผ่านตลาดกลาง จึงทำให้มีราคามาตรฐานของตลาดกลางเป็นราคาอ้างอิงของราคารับซื้อในแต่ละวัน ดังนั้นผู้รับซื้อยางแผ่นจะกำหนดราคารับซื้อจากราคาซื้อขายในตลาดกลาง โดยส่วนมากมักจะเป็นราคาซื้อขายในตลาดกลางขนาดใหญ่

1.3 ยางอัดก้อน หรือยางลูกขุน

ยางอัดก้อนเป็นกระบวนการนำเอายางแผ่นรมควันมาอัดเป็นก้อนขนาดต่างๆ เพื่อให้สะดวกต่อการขนส่งไปจำหน่ายต่อไป โดยการแปรรูปยางแผ่นรมควันเป็นยางอัดก้อนนั้นมักจะเป็นขั้นตอนที่ทำในโรงงานแปรรูปยาง เนื่องจากผู้ซื้อต้องการมาตรฐานและคุณภาพของยางอัดก้อนในการนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป

ในระดับเกษตรกรพบว่าที่ผ่านมามาภาครัฐได้มีการส่งเสริมการสร้างโรงงานผลิตยางอัดก้อนของกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตรจำนวน 146 แห่ง แต่พบว่า มีเพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่สามารถดำเนินงานได้จริง ดังนั้นที่ผ่านมายางอัดก้อนจึงเป็นการแปรรูปโรงงานแปรรูปยางของเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ในการตลาดยางอัดก้อนผู้ผลิตจะนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ยางทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิเช่น ยางล้อ โดยในการจำหน่ายนั้นอาจจะจำหน่ายโดยตรงกับโรงงานหรือจำหน่ายผ่านตัวแทน (Broker) ซึ่งมักจะเป็นผู้รวบรวมให้แก่โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศหรือต่างประเทศ

ปัจจัยสำคัญของยางอัดก้อนคือ คุณภาพของยางและสิ่งแปลกปลอมในยางอัดก้อน หากมีวัสดุ อุปกรณ์ เช่น กรรไกร เหล็กสีก ตะขอในก้อนยาง จะทำให้เครื่องจักรเกิดความเสียหาย ดังนั้นความน่าเชื่อถือในกระบวนการผลิตจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมาก ดังนั้นในการติดต่อเพื่อทำการจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง อาทิเช่น ยางล้อ จึงต้องอาศัยความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต มาตรฐานของ โรงงานและกระบวนการผลิตจึงเป็นข้อจำกัดในการผลิตยางอัดก้อนของเกษตรกร เพราะไม่มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ในประเทศไทยพบว่าผู้ผลิตยางอัดก้อนโดยเกษตรกรเพียงไม่กี่ราย อาทิเช่น กลุ่มเกษตรกรควนเมา ในการสั่งซื้อยางอัดก้อนลูกค้าจะทำการสั่งซื้อล่วงหน้า ดังนั้นผู้ผลิตจึงสามารถผลิตและจัดส่งให้แก่ลูกค้าตามที่กำหนดได้ในการกำหนดราคาจะกำหนดจากราคาในตลาดกลาง และราคาในตลาดซื้อขายล่วงหน้าประกอบกัน

1.4 ยางเครป (Crepe Rubber)

ยางเครป คือ ยางที่นำไปรีดให้น้ำและสิ่งสกปรกออกจากยาง ยางเครปสามารถทำได้จากน้ำยาง หรือยางก้อนด้วย เศษยาง ยางเครปที่ประเทศไทยผลิตได้ มี 2 ชนิด คือ เครปสีจาง (Pale Crepe) เป็นยางเครปคุณภาพดี ผลิตจากน้ำยางสด อีกชนิดคือ เครปสีน้ำตาล (Brown Crepe) เป็นยางเครปคุณภาพต่ำ ผลิตจากเศษยางกรรมวิธีการผลิตยางเครปสีน้ำตาลจะยุ่งยากน้อยกว่าการผลิตยางเครปสีจางยางเครปสีน้ำตาลนั้นถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำยางแท่งจึงไม่ค่อยพบว่ามีโรงงานเพื่อผลิตยางเครปสีน้ำตาลเพียงอย่างเดียว ส่วนยางสกิมเครปนั้นเป็นผลพลอยจากการผลิตน้ำยางชั้นได้คือ หางน้ำยางที่ยังมีปริมาณเนื้อยางหลงเหลืออยู่ประมาณร้อยละ 8 หางน้ำยางเหล่านี้จะถูกนำไปแปรรูปเป็นสกิมเครป

ยางเครปแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ยางเครปสีจาง และยางเครปสีน้ำตาล โดยแต่ละประเภทมีรายละเอียดดังนี้

- ยางเครปสีจาง ได้แก่ ยางเครปขาว ยางเครปขาวเป็นยางที่มีคุณภาพและราคาค่อนข้างสูง โดยเป็นยางที่มีคุณสมบัติทางฟิสิกส์ดีกว่ายางแห่งชนิดอื่นมีสีค่อนข้างอ่อนกว่ายางแท่ง เพราะมีการเติมสารฟอกสีในขั้นตอนการผสมเคมีภัณฑ์ในการผลิตยางเครปสีอ่อนเป็นยางที่ต้องใช้

ระยะเวลาในการผลิตนานส่งผลให้ผลผลิตที่ได้มีจำนวนน้อย อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในเรื่องของพันธุ์ยางที่นำมาใช้ผลิต และราคาสารเคมีที่ใช้ในการฟอกสีก็มีราคาค่อนข้างสูง ส่งผลทำให้ราคาของยางเครปสูงกว่ายางแท่ง ยางเครปขาวมักนิยมนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเทปขาว พลาสติกเอทียา ห้วนม เป็นต้น

- ยางเครปสีน้ำตาล ได้แก่ ยาง Brown crepe, Flat bark crepe, Skim crepe และ Blanket crepe เป็นต้น ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับความบริสุทธิ์และชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ยางเครปประเภทนี้มักจะเป็นยางที่นำไปผลิตยางแท่งต่อไป

การผลิตยางเครปสีจางพบว่า ไม่มีการผลิตในระดับเกษตรกร มีเพียงการผลิตยางเครปสีน้ำตาล ซึ่งเกษตรกรจะนำไปจำหน่ายโดยตรงให้แก่โรงงานยางแท่ง ปัญหาของยางเครป คือ ไม่มีการจัดชั้น หรือกำหนดมาตรฐานยางเครป ทำให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองน้อย อีกทั้งการหาตลาดทำได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากยางเครปมีลักษณะสีขุ่นมองไม่เห็นภายในทำให้ผู้ซื้อไม่มั่นใจว่าสิ่งของ เศษไม้เจือปนหรือไม่ อีกทั้งไม่มั่นใจในคุณภาพของยางเครป

1.5 ยางแท่ง (Block Rubber)

ยางแท่ง คือ ยางที่ผ่านการย่อยเป็นชิ้นเล็กๆ และอบให้แห้งด้วยความร้อน แล้วจึงอัดเป็นแท่ง เป็นยางที่มีการกำหนดมาตรฐาน คุณสมบัติทางเทคนิคตามกระบวนการวิทยาศาสตร์ การผลิตยางแท่ง สามารถผลิตได้ทั้งจากน้ำยางหรือยางแห้ง เช่น ยางก้อนด้วยยางแผ่น เป็นต้น ยางแท่งส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางยานพาหนะ ในปัจจุบันประเทศผู้ซื้อมีแนวโน้มเปลี่ยนมาใช้ยางแท่งทดแทนยางแผ่นรมควันมากขึ้น เพราะยางแท่งมีการกำหนดคุณภาพเป็นมาตรฐานดีกว่ายางแผ่นรมควัน ทำให้ได้ผลผลิตที่ดีขึ้น นำไปแปรรูปได้ง่ายกว่าและขนส่งเคลื่อนย้ายโดยเครื่องจักรได้สะดวกกว่ายางแผ่นที่ต้องระมัดระวังมิให้ฉีกขาด อีกทั้งราคาโดยเฉลี่ยยังถูกกว่ายางแผ่นรมควัน

ประเทศไทยเริ่มมีการผลิตยางแท่งตั้งแต่ปี 2511 เรียกชื่อในขณะนั้นว่า ยางแท่ง “ทีทีอาร์” (TTR: Thai Tested Rubber) โดยมีสถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตรเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในเรื่องของมาตรฐานและการควบคุมคุณภาพ และได้มีการปรับปรุงพัฒนามาตรฐานคุณภาพยางแท่งเรื่อยมา จนปัจจุบันประเทศไทยได้กำหนดมาตรฐานยางแท่งเป็น STR (Standard Thai Rubber) ซึ่งจำแนกออกเป็น 6 ประเภท คือ STR XL STR 5L STR 5 STR 10 STR 20 STR CV โดยยางแท่ง STR 20 เป็นประเภทยางแท่งที่มีปริมาณส่งออกมากที่สุดของไทย ซึ่งในการส่งออกจะส่งออกในรูปแบบของแท่งสี่เหลี่ยมหน้าหนัก 33.33 กิโลกรัมต่อก้อนหรือมีขนาดตามต้องการ

การผลิตยางแท่งนั้นมีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน มีการลงทุนสูง รวมไปถึงการต้องผลิตยางให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด และต้องนำยางไปผ่านกระบวนการตรวจสอบ

มาตรฐาน จึงทำให้การผลิตยางแท่งในประเทศไทยส่วนมากเป็นของโรงงานของผู้ประกอบการรายใหญ่ ในระดับเกษตรกรว่ามีเพียงแห่งเดียวคือ สหกรณ์บ้านเขาชก

ยางแท่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยางล้อ ทำให้มีการส่งออกไปต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และถูกใช้ในประเทศจำนวนไม่มากนัก ดังนั้นในการจำหน่ายยางแท่งนั้นผู้ผลิตจะจำหน่ายโดยตรงให้แก่ผู้ซื้อคือ โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยตรง หรือจำหน่ายผ่านตัวแทน (Broker) ของผู้แปรรูป

1.6 ยางคอมปาวน์

ยางคอมปาวน์คือการนำยางชนิดต่างๆ มาผสมกับสารเคมี เช่น คาร์บอนแบล็ก เพื่อให้ได้คุณสมบัติตามที่ลูกค้าต้องการ โดยยางที่นำมาผสมจะต้องเป็นยางชนิดเดียวกัน เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง เพื่อยังคงคุณสมบัติของยางเหล่านั้นไว้เช่นเดิม ในการผสมกับสารเคมีต่างๆ นั้นสัดส่วนในการผสมนั้นจะถูกกำหนดมาจากลูกค้าโดยตรง

การผลิตยางคอมปาวน์นั้นมีการลงทุนสูง รวมไปถึงการต้องผลิตยางให้ได้ตามที่ลูกค้ากำหนด ดังนั้นการผลิตยางคอมปาวน์ในประเทศไทยส่วนมากเป็นของโรงงานของผู้ประกอบการรายใหญ่ ในระดับเกษตรกรว่ามีเพียงแห่งเดียวคือ กลุ่มเกษตรกรธารน้ำทิพย์ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ยางคอมปาวน์เป็นการผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน ซึ่งไม่เก็บภาษีนำเข้ายางคอมปาวน์ ทำให้แนวโน้มการส่งออกยางคอมปาวน์เพิ่มสูงขึ้น และถูกใช้ในประเทศเป็นจำนวนไม่มากนัก ดังนั้นในการจำหน่ายยางคอมปาวน์ผู้ผลิตจะจำหน่ายโดยตรงให้แก่ผู้ซื้อคือ โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยตรง หรือจำหน่ายผ่านตัวแทน (Broker) ของผู้แปรรูปเท่านั้น การเข้าถึงตลาดของยางคอมปาวน์จะทำให้ยากกว่ายางแท่ง เนื่องจากตลาดเป็นตลาดเฉพาะ ต่างจากยางแท่งที่ตลาดจะกว้างกว่า ดังนั้นผู้ผลิตและจำหน่ายยางคอมปาวน์จึงต้องมีประสบการณ์และความน่าเชื่อถือในระดับสูงกว่ายางแท่ง

1.7 ยางก้อนถ้วย

ยางแปรรูปอีกชนิดหนึ่งที่เกษตรกรทำได้เองโดยไม่ต้องใช้เครื่องมือใดๆ ช่วย คือ ยางก้อนหรือยางก้อนถ้วย โดยยางก้อนถ้วยที่มีคุณภาพจะต้องมีลักษณะเป็นรูปถ้วย สะอาด สีสวย ไม่มีสิ่งปะปนและไม่มีกลิ่นเหม็น มีน้ำหนักประมาณ 80 – 500 กรัม การผลิตยางก้อนถ้วย เริ่มจากแช่ถ้วยยางให้สะอาดก่อนรองน้ำยาง กรีดยางตามปกติจนครบทั้งแปลง เมื่อน้ำยางหยุดไหลจึงหยอดน้ำกรดฟอร์มิคเจือจางร้อยละ 10 ประมาณ 12 – 15 มิลลิลิตร คนให้เข้ากันปล่อยให้ถ้วยยางจับตัวเป็นก้อนถ้วย จากนั้นจึงมาเก็บในวันกรีดยาง

แนวคิดเกี่ยวกับการปลูกยางพารา

ยางพาราเป็นไม้ยืนต้น มีถิ่นกำเนิดในป่าเขตร้อน ซึ่งมีฝนตกชุกแถบอเมริกาใต้ ได้แก่ ประเทศบราซิล เปรู โคลัมเบีย เวเนซุเอลา และโบลิเวีย

ปี พ.ศ. 2420 Sir Henry Wickham ได้นำเมล็ดยางพารามาปลูกที่เปรู ประเทศมาเลเซีย จำนวน 9 ต้น และอีก 13 ต้น ปลูกที่สวนพฤกษชาติ ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นที่มาของต้นยางพาราใน เอเชีย และแอฟริกาในทุกวันนี้ พระยารัษฎานุประดิษฐ์ เจ้าเมืองตรัง ได้นำพันธุ์ยางพาราจากประเทศ มาเลเซีย มาทดลองปลูกครั้งแรกในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2443 ที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง หลังจากนั้น จึงแพร่หลายไปทั่วทั้ง 14 จังหวัดของภาคใต้ และขยายไปสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร. 2558)

ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อน อยู่ระหว่างเส้นศูนย์สูตรมีส่วนเหนือสุดที่ละติจูด 20 องศา 27 ลิปดาเหนือ ในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ส่วนใต้สุดที่ละติจูด 5 องศา 37 ลิปดาเหนือ ในเขต อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ดังนั้นภาคใต้และบางจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นเขตปลูกยางเดิมจึงมี สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการปลูกยาง ต่อมาได้มีการขยายพื้นที่ปลูกยางไปยังแหล่งปลูกยางใหม่ ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการปลูกยาง ได้แก่ สภาพภูมิอากาศเช่น อุณหภูมิต่ำ การขาดความชื้น ลมแรง สภาพพื้นที่ดิน เช่น พื้นที่สูง ลาดชัน ความ ลึกของดิน โครงสร้าง เนื้อดิน การระบายน้ำ และสมบัติทางเคมีของดินต่ำ แต่ดูเหมือนว่ายางพารามี คุณสมบัติที่สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ในปี พ.ศ. 2521 กองการ ยาง (สถาบันวิจัยยางในปัจจุบัน) กรมวิชาการเกษตรร่วมกับนิคมสร้างตนเอง กรมประชาสัมพันธ์ ได้ทดลองปลูกยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีปริมาณน้ำฝนและจำนวนวันฝนตกน้อยกว่าใน ภาคใต้ พบว่า ต้นยางเจริญเติบโตเป็นที่น่าพอใจ สามารถเปิดกรีดได้เมื่ออายุ 6 ปีครึ่ง - 7 ปีและให้ ผลผลิตเฉลี่ย 200 กิโลกรัมต่อไร่

นอกจากนี้ยังได้ทดสอบปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือเปรียบเทียบกับภาคใต้ สรุปได้ว่าต้นยางในภาคใต้เปิดกรีดได้เร็วกว่าต้นยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและ ภาคเหนือประมาณ 6 เดือน โดยต้นยางที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เปิดกรีดได้เมื่ออายุ 7 ปี และผลผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลี่ย 221 กิโลกรัมต่อไร่ ผลผลิตภาคเหนือ เฉลี่ย 260 กิโลกรัม ต่อไร่ และผลผลิตภาคใต้ เฉลี่ย 285 กิโลกรัมต่อไร่ จะเห็นว่าผลผลิตของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและ ภาคเหนือ ต่ำกว่าภาคใต้อย่างชัดเจน 22 และร้อยละ 9 ตามลำดับ โดยทั่วไปแล้วผลผลิตยางในแปลง เกษตรกรเป็นเพียงร้อยละ 67 ของผลผลิตทางวิชาการ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับวิธีการจัดการสวนยาง อย่างไรก็ตาม การค้นคว้าวิจัยจำเป็นต้องดำเนินการ เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดการสวนยางอย่างถูกต้อง เช่น ในการคัดเลือกพันธุ์ยางที่เหมาะสม เป็นต้น รวมถึงการจัดการดินโดยการปลูกพืชคลุมดิน และใช้ปุ๋ย

อินทรีย์เพื่อเพิ่มธาตุอาหารและช่วยปรับปรุงโครงสร้างของดิน เพิ่มอินทรีย์วัตถุ ทำให้ดินโปร่ง มีการระบายน้ำดีและสามารถเก็บความชื้นในดิน ซึ่งจะมีผลทำให้เพิ่มศักยภาพการผลิตยาง

รัฐบาลไทยทุกยุคทุกสมัย มีแนวนโยบายและความพยายามพัฒนาการทำสวนยางพาราให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้จัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการทำสวนยางพารา เพื่อดำเนินการวิจัย ส่งเสริม และพัฒนา ทำให้พื้นที่ปลูกยางพาราขยายตัวอย่างต่อเนื่องจาก 7 ล้านไร่ ในปี พ.ศ. 2503 เป็น 10 ล้านไร่ ในปี พ.ศ. 2529 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.3 ต่อปี โดยพื้นที่บางส่วนได้รับการส่งเสริมให้ปลูกยางพันธุ์ดีแทนยางพาราพันธุ์เก่าอายุ 25 ปีขึ้นไป โดยสงเคราะห์ให้เกษตรกรไร่ละ 6,800 ต่อปี เป็นระยะเวลา 6 ปี

ช่วงปี พ.ศ. 2529 – 2534 การทำสวนยางพารามีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบจาก “ป่ายางหรือสวนสมรม” ไปเป็นพืชเชิงเดี่ยวที่มีเพียงต้นยางพาราอย่างเดียว โดยปลูกทดแทนพันธุ์พื้นเมืองเดิมด้วยยางพันธุ์ดีที่ให้ผลผลิตต่อไร่สูงกว่าและมีการบำรุงรักษามากขึ้น ทำให้ผลผลิตยางพาราของไทยในช่วงเวลาดังกล่าว เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 0.94 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2529 เป็น 1.5 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2534 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.7 ต่อปี ประเทศไทยจึงเป็นผู้ผลิตยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลก ในปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยมีเนื้อที่ปลูกยางพาราประมาณ 18.5 ล้านไร่ เป็นเนื้อที่ที่ให้ผลผลิตยางถึง 11.5 ล้านไร่ ซึ่งมีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณร้อยละ 85 อยู่ในภาคใต้ ประมาณร้อยละ 93.01 ของสวนยางพาราทั้งหมด เป็นสวนยางขนาดเล็กมีเนื้อที่เฉลี่ย 13 ไร่ และส่วนใหญ่เป็นการปลูกลักษณะเชิงเดี่ยว ทำให้เกิดความเสียดทานที่ภาวะราคายางพาราคต่ำ

ตลาดยางพารา ตลาดภายในประเทศที่สำคัญประมาณ 14 แห่ง คือที่หาดใหญ่ ตรัง ภูเก็ต ยะลา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี สตูล ปัตตานี นราธิวาส ระยอง นุรีรัมย์ อุบลราชธานี บึงกาฬ และที่กรุงเทพฯ โดยตลาดที่หาดใหญ่เป็นตลาดกลางที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายใหญ่ที่สุดในภาคใต้ การกำหนดราคา คณะกรรมการกำหนดราคายางมีการกำหนดและประกาศราคายางที่เป็นทางการของไทย เป็นราคาเที่ยงวันโดยพิจารณาราคายางจากตลาดสิงคโปร์ มาเลเซีย และตลาดลอนดอน เป็นราคาอ้างอิงในการกำหนดราคายางภายในประเทศ

1. ความสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมของยางพารา

ยางพาราเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย มีมูลค่ารวมกว่า 6 แสนล้านบาท นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับเกษตรกรไม่ต่ำกว่า 8 ล้านคน หากได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลดีต่อประเทศและเกษตรกรชาวสวนยางอย่างมหาศาล ซึ่งหากพิจารณาด้านต่างๆ แล้วยางพารายังเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มีความจำเป็นในการส่งเสริมอาชีพและมีโอกาสในการพัฒนา ดังนี้

1.1 ความสำคัญทางเศรษฐกิจ

ยางพารามีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศ 3 ด้าน คือ

1) พื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากยางพาราเป็นพืชที่ทำรายได้ให้ประเทศจำนวนมากกล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2555 มีมูลค่ารวม 134,143 ล้านบาทเฉพาะการส่งออกยาง ซึ่งเป็นวัตถุดิบ 60,743 ล้านบาท เป็นสินค้าที่อยู่ใน 10 อันดับแรกของการส่งออก

2) การกระจายรายได้ของเกษตรกรชาวสวนยางที่มีอาชีพทำสวนยางพารา มีกว่า 6 ล้านคนทั่วประเทศ ยางพาราจึงเป็นพืชที่ทำให้มีการกระจายรายได้ให้เกษตรกรเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ภาคใต้ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3) เกษตรกรมีรายได้แน่นอนและเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาจากสถิติของพาราตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ซึ่งผลผลิตเฉลี่ย 60 กก./ไร่/ปีเมื่อมีการปลูกทดแทนด้วยยางพันธุ์ดีจนถึงปี พ.ศ. 2543 ผลผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นถึง 268 กก./ไร่/ปี เพิ่มขึ้น 4 เท่าตัว ในช่วง 35 ปีทำให้เกษตรกรชาวสวนยางมีรายได้จากการทำสวนยางเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นพืชที่ปลูกแล้วมีรายได้สม่ำเสมอเกือบตลอดทั้งปี ราคาผันผวนไม่มากนักจึงสร้างรายได้ที่แน่นอนให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกยางมากกว่าปลูกพืชชนิดอื่นๆ

1.2 ความสำคัญทางสังคม

ยางพาราเป็นพืชที่ทำให้เกิดการสร้างงานในชนบทหลากหลายมากขึ้น ทำให้มีการใช้แรงงานในครัวเรือนอย่างมีประสิทธิภาพตลอดปีจึงสามารถสร้างแรงงานให้อยู่ในพื้นที่ได้ลดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทสู่เมืองทำให้สังคมครอบครัวอบอุ่น จากการประเมินของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า เมื่อมีการปลูกยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากร้อยละ 41 เป็นร้อยละ 28

1.3 การรักษาสภาพแวดล้อม

ยางพาราเป็นพืชที่มีอายุมากกว่า 20 ปี มีพื้นที่ปลูกทั่วประเทศมากกว่า 18.5 ล้านไร่ กระจายอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ ยางพาราจึงเป็นพืชทดแทนป่าไม้ที่ลดจำนวนลงเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียวของประเทศให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งภายในสวนยางยังมีพืชอื่นๆ สามารถปลูกร่วมกับยางได้ จึงทำให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพมากขึ้นเป็นที่อาศัยของสัตว์ต่างๆ ตามธรรมชาติ

1.4 อุตสาหกรรมไม้ยางพารา

เป็นอุตสาหกรรมที่มีอนาคตของประเทศไทย เนื่องจากประเทศต่างๆ เกือบทั่วโลกมีการปิดป่า ทำให้เกิดการขาดแคลนไม้ในการบริโภค ไม้ยางพาราจึงเป็นที่ต้องการมากขึ้นนอกจากทำรายได้ให้เกษตรกรชาวสวนยางอีกทางหนึ่งแล้วยังทำให้เกิดรายได้เข้าประเทศมากขึ้นจากการส่งออกผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพาราและมีแนวโน้มมากขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยส่งออกไม้

ยางพาราคิดเป็นมูลค่า 22.289 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 31.374 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 41

1.5 อุตสาหกรรมยางพารา

ผลผลิตของยางพารายังสามารถพัฒนาต่อไปได้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยางใช้กับชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก เช่น ยางรถยนต์เครื่องมือแพทย์ เป็นต้น หากมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น เชื้อออยยางใช้ยางพาราทำถนน เป็นต้น จะทำให้มีการใช้ยางมากขึ้นและหากมีการสนับสนุนให้มีการใช้ยางภายในประเทศมากขึ้นจะทำให้รายได้จากยางที่เป็นมูลค่ามากขึ้นด้วยจากการนำเสนอโอกาสในการพัฒนาของประเทศไทยที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่ายางพารามีความสำคัญกับประเทศหลายด้าน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมการรักษาสภาพแวดล้อมและช่องทางในการนำยางพารา ซึ่งส่งออกไปต่างประเทศในลักษณะวัตถุดิบมาพัฒนาในการทำผลิตภัณฑ์ยางในประเทศให้มีจำนวนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

2. การทำสวนยางพารา

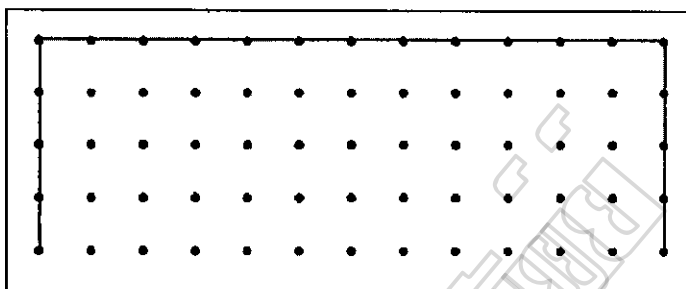
2.1 การเตรียมพื้นที่ ควรปลูกในที่ราบ ไล่ลงเนิน ระดับความสูงจากน้ำทะเลไม่เกิน 200 เมตร หากเป็นพื้นที่ลาดเทควรไม่เกิน 45 องศา ลักษณะดินควรเป็นดินร่วนดินร่วนเหนียวหรือดินร่วนเหนียวปนทรายที่มีหน้าดินลึกไม่น้อยกว่า 1 เมตรและควรไถพรวนดินก่อนเพาะปลูก (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2555 :11 – 14)

2.2 การกำหนดระยะปลูก มีรายละเอียดดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2555 : 52)

2.5 × 8 เมตร	สำหรับการปลูก 80 ต้นต่อไร่	เหมาะกับการปลูกพืชแซม
3 × 7 เมตร	สำหรับการปลูก 76 ต้นต่อไร่	เหมาะกับการปลูกพืชแซม
3 × 8 เมตร	สำหรับการปลูก 67 ต้นต่อไร่	เหมาะกับการปลูกพืชแซม
4 × 6 เมตร	สำหรับการปลูก 67 ต้นต่อไร่	เหมาะกับการปลูกพืชแซม
4 × 5 เมตร	สำหรับการปลูก 80 ต้นต่อไร่	เหมาะกับการปลูกพืชแซม

2.3 การกำหนดแนวปลูก วางแนวปลูกให้ห่างจากริมขอบสวนไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2555 : 52 – 54)

1. การปลูกยาง วัสดุที่นำมาใช้มี 3 ชนิด คือ ต้นตอตา ต้นยางชำถุง และเมล็ดแล้วติดตาในแปลง หลุมที่ใช้ปลูกมีขนาด 50 × 50 × 50 เซนติเมตร คากดินและหลุมไว้ 10 – 15 วัน รองก้นหลุมด้วยปุ๋ยฟอสเฟต (0 – 3 – 0) จำนวน 170 กรัม คลุกเคล้ากับดิน (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2555 : 67 – 73)



ภาพประกอบ 2.2 การวางแนวปักไม้

2. การใส่ปุ๋ย ใส่ปุ๋ยปีละ 2 ครั้ง ครั้งแรกใส่ต้นฤดูฝนประมาณเดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม ครั้งที่สองประมาณเดือนสิงหาคมถึงกันยายน สำหรับต้นยางก่อนเปิดกรีดควรใส่ปุ๋ยสูตร 20 – 8 – 20 เหมาะกับดินทุกชนิดในเขตปลูกยางเดิม และสูตร 20 – 10 – 20 เหมาะกับดินทุกชนิดในเขตแห้งแล้ง สำหรับต้นยางหลังเปิดกรีดควรใส่ปุ๋ยสูตร 30 – 5 – 18 ควรใส่ปุ๋ยต้นละ 500 กรัมต่อต้น (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2555 : 3 – 11)

3. การป้องกันและรักษาโรครยางพารา โรครยางพาราเกิดจาก 2 สาเหตุ ได้แก่ โรคที่เกิดจากสิ่งไม่มีชีวิต เป็นโรคที่เกิดจากการขาดธาตุอาหาร โรคตายจากยอด โรคโคนต้นแห้งเกิดจากสภาพอากาศแห้งแล้งและความร้อนระอุของพื้นดิน โรคที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตเป็นโรคที่เกิดจากเชื้อรา ซึ่งมีหลายโรค แต่ละโรคมีวิธีป้องกันและกำจัดแตกต่างกันไป

4. การกรีดยาง ต้นยางที่เหมาะสมกับการกรีดยาง ควรเป็นต้นยางที่มีเส้นรอบลำต้นตรงบริเวณที่สูงจากพื้นดิน 1.50 เมตร ไม่ต่ำกว่า 50 เซนติเมตร รอยกรีดลาดเอียงทำมุม 30 องศา กับแนวระดับ ทำรอยแนวตั้ง 2 รอย รอยด้านหน้าสำหรับน้ำยางไหลลงด้วยขวาวประมาณ 10 นิ้ว รอยด้านหลังสำหรับเป็นแนวเริ่มต้นกรีด ปักลิ่มรองน้ำยางตรงปลายรอยแนวตั้งด้านหน้าเพื่อรองรับน้ำยางจากลำต้นไปสู่ถ้วยรองน้ำยาง จากนั้นวางถ้วยรองน้ำยางโดยให้ปากถ้วยห่างจากลิ่มรองน้ำยางประมาณ 2 – 3 นิ้ว โดยมีลวดสปริงที่พันรอบต้นยางคอยรองรับถ้วยอยู่ มีดกรีดยางที่นิยมใช้ คือ มีดเจ้บง ก่อนใช้ควรแต่งคมมีด เด็ยมีดและคลองมีดให้คมอยู่เสมอ กรีดยาง โดยกระตุกมือหรือชอย กรีดเปลือกให้บางและใกล้เยื่อเจริญมากที่สุด คือ ห่างจากเยื่อเจริญประมาณ 1 มิลลิเมตร การกรีดแต่ละครั้งสิ้นเปลืองเปลือกประมาณ 1 – 2 มิลลิเมตร และใน 1 เดือนไม่ควรสิ้นเปลืองเปลือกเกินกว่า 2.5 เซนติเมตรการเปิดกรีดครั้งแรกควรเปิดต้นฤดูหนาว โดยใช้ระบบกรีดครั้งลำต้น และหยุดพักการกรีดในฤดูยางผลัดใบ เนื่องจากทำให้มีผลกระทบต่ออาการเจริญเติบโตของต้นยางและอาจเกิดโรคเปลือกแห้งได้ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2555 : 124 – 130) ระบบกรีดยางที่เลือกให้มีหลายระบบ เช่น ระบบกรีดครั้งลำต้นวันเว้นสองวัน ระบบกรีดครั้งลำต้นวันเว้นวัน โดยใช้สารเคมี

เร่งน้ำยาง 2.5% ทาเหนือรอยกรีดกว้าง 1.25 เซนติเมตร ปีละ 3 – 4 ครั้ง และไม่ควรรี้น้ำยางติดต่อกัน เพราะจะทำให้ต้นยางทรุดโทรมได้ง่าย สำหรับการหยุดพักการกรีดยาง จะหยุดกรีดยาง จะหยุดกรีดในช่วงฤดูยางผลัดใบ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555 : 131 – 134)

5. การเก็บน้ำยาง เมื่อกรีดยางแล้วน้ำยางจะไหลผ่านลึนร่องน้ำยางลงสู่ถ้วยน้ำยาง ควรเก็บน้ำยางหลังจากกรีดยางเสร็จแล้วประมาณ 3 ชั่วโมง ใช้ไม้ปาดน้ำยางกวาดน้ำยางที่ติดถ้วยออกให้หมด แล้วจึงคว่ำถ้วยลงบนห้วงลวดที่ใช้รองรับถ้วยยาง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555 : 135)

6. การทำยางแผ่นดิบ ในการทำยางเน้นความสะดวกทั้งวัสดุอุปกรณ์และน้ำยาง อุปกรณ์ที่ใช้ ได้แก่ จักรรีดเรียบ จักรรีดดอก แทนนวดยกพื้น ไม้รวดยาง ตะกวด ตะแกรงกรองน้ำยางเบอร์ 40 และ 60 ถังรวมน้ำยาง กรดน้ำส้ม กระจบองตวงกรดน้ำส้ม กระจบองตวงน้ำยาง ที่กวนน้ำยาง แผ่นสังกะสีปิดตะกวดยาง น้ำยาง น้ำสะอาดและอ่างน้ำ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555 : 146)

3. สถานการณ์ยางพาราปี 2557 และแนวโน้มปี 2558 (กฤษณี พิสิษฐสุภกุล, 2558 : 1 – 2)

3.1 ผลผลิต

ผลผลิตยางพาราไทยปี พ.ศ. 2557 อยู่ที่ระดับ 4.0 ล้านตัน นับเป็นครั้งแรกในรอบหลายปีที่ไทยมีผลผลิตยางลดลง โดยลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.2 เนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่แห้งแล้ง สถานการณ์ ความไม่สงบทางการเมืองและการประท้วง ประกอบกับราคายางอยู่ในช่วงขาลงไม่จูงใจเกษตรกรกรีดยาง อย่างไรก็ตาม ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ราคายางที่อยู่ในระดับสูงและนโยบายเพิ่มผลผลิตยาง ทำให้มีการขยายพื้นที่ปลูกและเปิดกรีดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้ผลผลิตปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ประมาณ 1 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.3

ขณะเดียวกันหลายประเทศขยายพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีนมีการขยายพื้นที่ปลูกในประเทศราวปีละ 2.6 แสนไร่ และจีนได้ขยายการลงทุนปลูกยางในประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และ เวียดนาม (CLMV) ทำให้พื้นที่ปลูกยางใน CLMV เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 1 ล้านไร่ ส่งผลให้ผลผลิตยางของโลกเพิ่มขึ้นมากในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม สภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนจากปรากฏการณ์เอลนีโญทำให้ผลผลิตยางพาราโลกปี พ.ศ. 2557 ลดลงร้อยละ 2.9 จากปีก่อนมาอยู่ที่ระดับ 11.7 ล้านตัน เนื่องจากการลดลงของผลผลิตในหลายประเทศ โดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3.2 การส่งออกและการใช้ในประเทศ

ยางพาราไทยที่ผลิตเป็นการผลิตเพื่อส่งออกโดยส่งออกไปจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.6 ส่วนใหญ่ส่งออกยางแท่งเพื่อผลิตยางล้อ รองลงมา คือ มาเลเซีย ร้อยละ 11.5 ส่งออกน้ำยางข้นเพื่อผลิตถุงมือยาง และส่งออกไปญี่ปุ่น ร้อยละ 7.7 ซึ่งเป็นตลาดส่งออกยางแผ่นรมควันที่สำคัญของไทย

ปี พ.ศ. 2557 ไทยมีปริมาณการส่งออกยางแปรรูปและยางคอมปาวนด์ทั้งหมด 4.2 ล้านตัน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 0.6 ขณะที่มูลค่าการส่งออกทั้งหมด 315,159.2 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 22.3 เนื่องจากราคาขางปี พ.ศ. 2557 ลดลงมาก นอกจากนี้ยังเป็นผลจาก 1) มาเลเซีย นำเข้าน้ำยางข้นจากไทยเพื่อผลิตถุงมือยางลดลงจากผลของราคาน้ำมันที่ลดลงต่อเนื่อง ทำให้มีการใช้ยางสังเคราะห์ ในการผลิตถุงมือยางมากขึ้น ประกอบกับ 2) การชะลอการนำเข้าขางจากจีน เนื่องจากต้นปีนี้มีปริมาณขางในสต็อกอยู่ในระดับสูงกว่า 3 แสนตัน และในบางช่วงราคาขางพาราในจีนต่ำกว่าไทย ทำให้ผู้ประกอบการไทยตัดสินใจไม่ขายเป็นจำนวนมาก ขณะเดียวกันผู้นำเข้าขางพาราจีน คาดว่าราคาอาจลดลงอีกจากการคาดการณ์การระบายสต็อกขางไทย จึงชะลอการซื้อเพื่อรอราคาที่ต่ำกว่าในอนาคต

สำหรับการใช้ในประเทศ ปี พ.ศ. 2557 (มกราคม – พฤศจิกายน) ผลผลิตขางถูกใช้ในประเทศจำนวน 0.5 ล้านตัน โดยนำไปใช้ในอุตสาหกรรมปลายน้ำหรือผลิตภัณฑ์ขาง เช่น ขางนอก-ขางในรถยนต์ ขางรถบรรทุก ถุงมือยาง ขางรัดของ เป็นต้น ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.8 ของผลผลิตทั้งหมด

3.3 แนวโน้มราคาขางในปี พ.ศ. 2558

สำหรับแนวโน้มราคาขางปี พ.ศ. 2558 คาดว่าจะสูงกว่าปี พ.ศ. 2557 โดยอยู่ในช่วง 60 – 70 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากมาตรการแก้ปัญหาการค้าขางตกต่ำของภาครัฐที่มีต่อเนื่อง และการเพิ่มผลผลิตขางไม่มากเหมือนในอดีต นอกจากนี้ความร่วมมือของภาคเอกชนและผู้ผลิตขางรายใหญ่ 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่มีมาตรการจำกัดการส่งออกขางไปตลาดโลก และเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะขยายตัวดีขึ้น ทำให้ความต้องการใช้ขางโลกเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ IRSG ประมาณการความต้องการใช้ขางในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 12.4 ล้านตันเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.7 ขณะที่ผลผลิตมีจำนวน 12.1 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 3.2 โดยความต้องการใช้จะมีมากกว่าผลผลิต 293,000 ตัน อย่างไรก็ตาม ราคาขางยังคงมีปัจจัยเสี่ยงจากราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มลดลงซึ่งจะทำให้มีความต้องการใช้ขางสังเคราะห์ทดแทนมากขึ้น

การผลิตขางพาราแผ่นดิบ

เพื่อให้ได้ขางแผ่นดิบที่มีคุณภาพดี ตรงตามมาตรฐาน และได้ราคาชาวสวนควรทำขางแผ่นดิบให้มีคุณภาพดี ซึ่งมีวิธีการปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้

1. เก็บรวบรวมน้ำยาง ใส่ในถังเก็บน้ำยางที่มีฝาปิด
2. กรองน้ำยางด้วยตะแกรงลวดกรอง เบอร์ 40 และ 60 โดยวางตะแกรงกรองซ้อนกัน 2 ชั้น เบอร์ 40 ไว้ข้างบน และเบอร์ 60 ไว้ด้านล่าง

3. ตวงน้ำยางที่กรองแล้ว 3 ลิตร กับน้ำสะอาด 2 ลิตร ใส่ลงตะกวนให้เข้ากัน อัตราส่วนผสมนี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งหรือน้ำหนักยางแผ่นที่ได้ ตัวอย่างเช่น ใช้อัตราส่วนผสมนี้แล้วได้ยางแผ่นดิบแห้งน้ำหนักมากกว่า 1.2 กิโลกรัม ก็ให้ลดปริมาณน้ำยางต่อตะกวงลง แต่ถ้าได้ยางแผ่นดิบแห้งน้ำหนักน้อยกว่า 0.8 กิโลกรัม ให้เพิ่มปริมาณน้ำยางต่อตะกวงขึ้นอีก โดยปกติยางแผ่นดิบแห้งแล้วควรมีน้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม
4. เตรียมน้ำกรด โดยใช้น้ำกรดฟอร์มิค ชนิดความเข้มข้นร้อยละ 90 อัตราส่วน 2 ช้อนแกง ผสมกับน้ำสะอาด 3 กระป๋องนมจะได้กรดที่มีความเข้มข้นพอเหมาะ ซึ่งน้ำกรดฟอร์มิคร้อยละ 90 จำนวน 1 ลิตร สามารถใช้ทำยางแผ่นได้ประมาณ 90 – 100 แผ่น
5. ตวงน้ำกรดที่ผสมแล้ว 1 กระป๋องนม ใช้พ่ายกวนน้ำยางก่อน 2 – 3 รอบ แล้วเทกรดลงในน้ำยาง กวนด้วยพายให้เข้ากันดีราว 4 – 5 รอบ (อย่ากวนนานเกินไปจนยางแข็งตัว เพราะจะปาดเอาฟองอากาศออกไม่ทัน)
6. ใช้ใบพายกวาดเอาฟองอากาศออกจากตะกวนให้หมด
7. ปิดตะกวนเพื่อป้องกันมิให้ฝุ่นละอองหรือสิ่งสกปรกตกลงในน้ำยางที่กำลังจับตัวทิ้งไว้ประมาณ 30 – 45 นาที ยางก็จะจับตัวเป็นก้อน
8. เมื่อยางจับตัวราว 30 นาที ใช้นิ้วมือกดดู ยางยุบตัวลงได้ นุ่มๆ ยางไม่ติดมือสามารถนำไปนวดได้ ก่อนนำไปนวดรินน้ำสะอาดหล่อไว้ทุกตะกวน เพื่อสะดวกในการเทแทนยางออกจากตะกวน อย่าปล่อยให้ยางจับตัวนานเกินไปจนไม่สามารถนวดและรีดได้ ควรตรวจสอบการจับตัวบ่อยๆ และสังเกตลักษณะก้อนยางที่จับตัวได้พอดีสำหรับทำการนวดจนเกิดความชำนาญ
9. เทก้อนยางออกจากตะกวนบนโต๊ะนวดยางที่ปูด้วยลูมิเนียมหรือแผ่นสังกะสีใช้ท่อเหล็กขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 นิ้ว ขาวประมาณ 80 เซนติเมตร นวดยางให้หนา ประมาณ 1 เซนติเมตร ตกแต่งแผ่นยางขณะทำการนวดให้มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีความยาวเป็น 2 เท่าของความกว้าง มุมทั้งสี่โค้งมนได้รูป
10. นำยางที่นวดแล้ว เข้าเครื่องรีดเส้น (จักรเรียบ) 3 – 4 ครั้ง ให้หนาประมาณ 3 – 4 มิลลิเมตร
11. นำแผ่นที่ผ่านการรีดเส้นแล้ว เข้าเครื่องรีดดอก 1 ครั้ง ให้เหลือความหนาไม่เกิน 2 มิลลิเมตร
12. นำแผ่นยางที่รีดดอกแล้วมาล้างด้วยน้ำสะอาด เพื่อล้างน้ำกรดและสิ่งสกปรกที่ติดอยู่ตามผิวของแผ่นยางออกให้หมด
13. นำแผ่นยางมาผึ่งให้แห้งไว้ในที่ร่มประมาณ 6 ชั่วโมง ห้ามนำไปผึ่งแดดเพราะจะทำให้ยางเสื่อมคุณภาพ
14. เก็บรวบรวมยางโดยพาดไว้บนราวในโรงเรือน ผึ่งให้แห้งใช้เวลาประมาณ 15 วัน เพื่อรอจำหน่าย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

สาตี ชินสถิต และคณะ (2550 : 99 ก – 112) สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร กรมวิชาการเกษตร ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการผลิตยางพาราของเกษตรกรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับเทคโนโลยีการผลิตยางพาราของเกษตรกรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและปรับแผนงานวิจัยให้เหมาะสมกับสภาพทางกายภาพ ชีวภาพ เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร มีขั้นตอนคือขั้นตอนที่ 1 คัดเลือกประชากรเป้าหมาย ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ ข้อมูล และขั้นตอนที่ 5 จัดเวทีสรุปผลแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผลการดำเนินงาน ดำเนินการเมื่อเดือนตุลาคม 2548 ถึงกันยายน 2550 ที่จังหวัดหนองคาย อุดรธานี และเลย โดยกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรในพื้นที่ที่มีการปลูกยางพาราหนาแน่นและเปิดกรีดแล้ว จำนวน 377 335 และ 342 ราย ตามลำดับ ผลการดำเนินงาน พบว่า ปัญหาการผลิตยางพาราของเกษตรกร ได้แก่ อาการเปลือกแห้ง ฝูยมีราคาแพง ขาดเงินทุน ยางพาราตายมาก ในช่วง 1 – 2 ปี สารเคมีราคาแพง ส่วนเทคโนโลยีที่เกษตรกรส่วนใหญ่ยอมรับ ได้แก่ พันธุ์ การป้องกันกำจัดวัชพืช และการเตรียมพื้นที่ เทคโนโลยีที่เกษตรกรยอมรับในระดับน้อย ได้แก่ การใส่ฝูย การตัดแต่งกิ่ง การป้องกันกำจัดโรค และการจัดการแถวปลูก สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่จะแตกต่างกันไป ได้แก่ การเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร ประสบการณ์ทำสวนยางพารา ขนาดพื้นที่สวนยาง ภาระหนี้สิน ต้นทุน และพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด และ แหล่งเงินทุน ข้อเสนอแนะในการวิจัยและพัฒนา 1) ควรศึกษาการปรับใช้เทคโนโลยีการปลูกยางพาราของเกษตรกร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านการใช้ฝูย การกรีด การป้องกันอาการเปลือกแห้ง เพื่อให้ได้เทคโนโลยีการผลิตยางพาราที่เหมาะสมกับสภาพทางกายภาพ ชีวภาพ เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร 2) ควรวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับวิธีป้องกันและรักษาอาการเปลือกแห้ง เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมาก และมีปัญหาเพิ่มขึ้น เกษตรกรส่วนใหญ่ยังแก้ปัญหานี้ไม่ได้ และ 3) ควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบจากการปลูกยางพารต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาที่ยั่งยืนและครอบคลุมทุกด้านทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จุมพฏ สุขเกษ และพัชรินทร์ ศรีวารินทร์ (2551 : 89 – 105) ได้ศึกษาดัชนีทุนและผลประโยชน์ที่เกษตรกรรายย่อยทั่วประเทศได้รับจากการปลูกยางพารา โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ที่ได้จากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 150 ราย มีกำหนดช่วงอายุการทำสวนยาง 22 ปี ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกยางระยะ 7 × 3 เมตร กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดใช้ยางชำถุง

เป็นวัสดุปลูกและปลูกด้วยยางพันธุ์ RRIM600 การวิเคราะห์ผลประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากเนื้อที่ปลูกยางเฉลี่ย 14 ไร่ อัตราคิดลด (Discount Rate) ร้อยละ 8 ณ ระดับราคายางแผ่นดิบเฉลี่ยทั้งประเทศ กิโลกรัมละ 70.23 บาท พบว่า มีค่า NPV เท่ากับ 138,298 บาท มีค่า BCR เท่ากับ 1.08 และมีค่า IRR เท่ากับร้อยละ 9.20 ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period : PP) ของการปลูกยางอยู่ที่ 13.37 ปี ผลการวิเคราะห์ทางการเงินดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการทำสวนยาง เป็นโครงการที่มีความคุ้มค่าในการลงทุน การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบทั้งประเทศ พบว่าเฉลี่ยกิโลกรัมละ 50.57 บาท โดยค่าจ้างแรงงานกรีด เก็บ และทำยางแผ่นดิบมีค่าใช้จ่ายสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 60.45 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

อรนุปผา ศรีลาวงศ์ (2551 : 103 – 105) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกยางพารา โดยการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในปี 2536–2546 ของอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร จำนวน 22 ราย ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการคืนทุนจากการปลูกยางพาราเท่ากับ 10 ปี มีค่า NPV ณ อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ ร้อยละ 8, 10 และ 22 เป็นบวก มีค่า IRR เท่ากับร้อยละ 25 การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกยางพาราขึ้นอยู่กับอายุของยางและราคาปัจจัยการผลิต โดยมีค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนผันแปรสูงกว่าต้นทุนคงที่

ธีรยา บุรณะ (2553 : 85 – 94) ได้ศึกษาการวิเคราะห์โครงการลงทุนปลูกยางพาราและความอ่อนไหวของโครงการ โดยสอบถามเกษตรกรที่ปลูกยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 61 ราย ผลการศึกษาพบว่า การปลูกยางพาราให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนในทุกกรณี สำหรับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการลงทุนยางพารา โดยสมมติให้รายได้และค่าใช้จ่ายมีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทุกกรณี พบว่า ยังคงให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนเช่นกัน

อนุมาน จันทวงศ์ (2552 : 82 – 89) ได้ศึกษาสภาพการผลิต สมการการผลิต ต้นทุน และผลตอบแทนจากการปลูกยางพารา โดยการสัมภาษณ์เกษตรกร จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 399 ราย ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราทั้ง 3 กลุ่ม มีการเพิ่มปริมาณและปัจจัยการผลิต เพื่อให้การใช้ปัจจัยการผลิตยางพาราอยู่ในระดับที่เหมาะสมทางเศรษฐกิจ

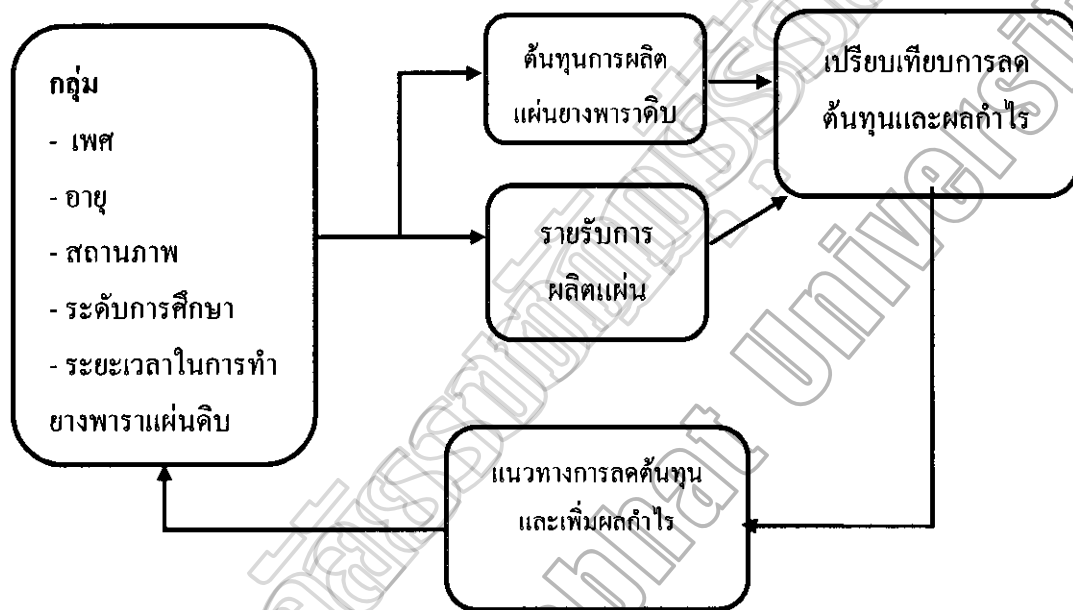
วรางคณา กิรติวิบูลย์ และคณะ (2555 : 74 – 76) โครงการวิจัย เรื่อง การคิดต้นทุนพร้อมกับรายได้จากการปลูกยางพาราในรูปแบบของระบบสมการหลายชั้น กรณีศึกษาอำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาทั่วไป ปัญหาเชิงลึก ศักยภาพของเกษตรกร ปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนการปลูกและรายได้จากการขายยางพารา ตลอดจนการสร้างตัวแบบสมการหลายชั้น สำหรับพยากรณ์ต้นทุนและรายได้ เพื่อเสนอแนะหน่วยงานและเกษตรกรเกี่ยวกับต้นทุนการปลูกและรายได้ที่จะได้รับขายการขายยางพาราในอนาคต เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ด้วยวิธีการชักตัวอย่างแบบสองชั้น จำนวน 391

คร้วเรือน ประกอบด้วย คร้วเรือนที่อยู่ในอำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง จำนวน 136 คร้วเรือน และ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 255 คร้วเรือน ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาส่วนใหญ่ของ แปลงสวนยาง คือมีโรคหน้ายางตาย เปลือกแห้ง ต้นทุนและรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อเดือนจากการทำ สวนยาง คือ 423.01 และ 2,003.47 บาท ตามลำดับ ตัวแบบพยากรณ์ต้นทุนและรายได้ (บาท/ไร่/ เดือน) แสดงเป็นสมการได้ดังนี้ ต้นทุน = $1,294.7416 - 1,146.3597 \times$ วิธีการทำสวนยางเป็นกรีดยาง ทั้งหมด + $48.1285 \times$ รูปแบบการขายยางที่บ่อที่สุดเป็นยางแผ่นดิบ รายได้ = $858.59397 - 0.81145 \times$ ต้นทุน + $0.051 \times$ จำนวนต้นยาง + $53.98444 \times$ จำนวนวันที่สามารถกรีดยางได้ต่อเดือน - $72.38626 \times$ สภาพพื้นที่ของสวนยางเป็นที่ราบ + $385.56038 \times$ พันธุ์ยาง BPM24 + $856.106 \times$ รูปแบบการขายยาง ที่บ่อที่สุดเป็นยางแผ่นดิบ + $695.29398 \times$ รูปแบบการขายยางที่บ่อที่สุดเป็นน้ำยางสด การแทนค่า ในสมการพยากรณ์ทำได้ดังนี้ กรณีตัวแปรเชิงปริมาณ ได้แก่ ต้นทุน จำนวนต้นยาง และจำนวนวันที่ สามารถกรีดยางได้ต่อเดือน แทนค่าที่เกิดขึ้นจริง กรณีตัวแปรเชิงคุณภาพ ได้แก่ วิธีการทำสวนยาง เป็นกรีดยางทั้งหมด สภาพพื้นที่ของสวนยางเป็นที่ราบ พันธุ์ยาง BPM24 รูปแบบการขายยางที่บ่อ ที่สุดเป็นยางแผ่นดิบ และรูปแบบการขายยางที่บ่อที่สุดเป็นน้ำยางสด แทนค่าเพียง 2 ค่า คือ 1 เมื่อเกิดคุณลักษณะที่สอดคล้องตามที่กำหนด และ 0 สำหรับกรณีอื่นๆ เช่น กรณีที่เกษตรกรกรีดยาง เองทั้งหมด แทนค่าด้วย 1 ถ้าไม่ใช่แทนค่าด้วย 0 ผลจากสมการพยากรณ์ยังพบว่า ถ้าเกษตรกรจ้างกรีดยาง ทั้งหมดและขายเป็นยางแผ่นดิบจะมีต้นทุนสูงที่สุด ในขณะที่เกษตรกรที่กรีดยางเองทั้งหมดและ ขายเป็นน้ำยางสดหรือยางก้อนจะมีต้นทุนต่ำที่สุด ถ้าเกษตรกรมีต้นทุน จำนวนต้นยางและจำนวน วันที่สามารถกรีดยางได้ต่อเดือนเท่ากัน แต่ปลูกยางบนที่ลุ่มหรือที่เนินเขา ด้วยยางพันธุ์ BPM24 และ ขายเป็นยางแผ่นดิบจะได้รับรายได้สูงที่สุด ในขณะที่เกษตรกรที่ปลูกยางบนที่ราบ ด้วยยางพันธุ์อื่นๆ ที่ไม่ใช่พันธุ์ BPM24 และขายเป็นยางก้อนบ่อที่สุดจะได้รับรายได้ต่ำที่สุด

ชลธิชา นุราณสาร, สาริต อคติโตและ เขียวรัตน์ ศรีวรานันท์ (2558 : 82 – 91) ศึกษา การจัดการการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วยในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจและสังคม ต้นทุนผลตอบแทนจากการผลิต การจัดการการตลาด และปัญหาอุปสรรคของเกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วย ผลการศึกษาสภาพ เศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนเกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วยในพื้นที่ศึกษาพบว่า หัวหน้าครัวเรือน เกษตรกรร้อยละ 63.3 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 46.5 ปี เกษตรกรร้อยละ 63.3 จบการ ศึกษาสูงสุด ระดับประถมศึกษา มีจำนวนสมาชิก ที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 2.4 คนต่อครัวเรือน เกษตรกรมี ประสบการณ์ในการปลูกยางเฉลี่ย 12.3 ปี เกษตรกรมีขนาดพื้นที่ถือครองเพื่อการเกษตรทั้งหมดเฉลี่ย 23.2 ไร่ต่อครัวเรือน เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 96.7 กู้เงิน เพื่อใช้ในการทำการเกษตร ส่วนแหล่ง เงินกู้ที่สำคัญ คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษาแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอสะทอนทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ดังภาพประกอบที่ 2.2



ภาพประกอบ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไร การผลิตยางพารา ในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ประชากร

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่ทำการปลูกยางพาราที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยศึกษาจากหัวหน้าครัวเรือน ซึ่งมีจำนวนเกษตรกรที่ผลิตยางพาราแผ่นดิบ โดยการสุ่มหมู่บ้านจาก 6 ตำบล ตำบลละ 3 หมู่บ้าน และสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 18 หมู่บ้านจำนวน 665 ราย และจำนวนเกษตรกรชาวสวนยางทั้งหมด 2,493 ราย ได้ทำวิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลากและคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 101) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 249 คน เพื่อการเก็บข้อมูลที่คงไว้ซึ่งคุณภาพของผลการวิจัยที่จะได้รับ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากร โดยมีขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้ทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จาก 6 ตำบล และทำการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมดเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ถูกต้อง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มหมู่บ้านจาก 6 ตำบล ตำบลละ 3 หมู่บ้าน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยการจับสลาก

ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 18 หมู่บ้าน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยการจับสลากและคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 101) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากสูตร

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อน = 5% หรือ .05

แทนค่า

$$n = \frac{665}{1+665(0.05)^2}$$

$$= 249.77$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 249 ราย

ขั้นที่ 3 เมื่อได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างแล้วจึงนำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้าน โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

N_i = จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม

n_i = จำนวนตัวอย่างที่จะสุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตาราง 3.1 ดังนี้

ตาราง 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ตำบล	หมู่บ้าน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ละหานทราย	หมู่ที่ 2 บ้านโคกจิว	48	19
	หมู่ที่ 5 บ้านโคกพยอม	31	12
	หมู่ที่ 9 บ้านโรงเลื่อย	44	17
ตาจง	หมู่ที่ 10 บ้านโคกว่าน	36	14
	หมู่ที่ 15 บ้านหนองมดแดง	59	23
	หมู่ที่ 18 บ้านไทยพัฒนา	72	28
สำโรงใหม่	หมู่ที่ 1 บ้านโคกเพ็ญ	22	8
	หมู่ที่ 9 บ้านสันติสุข	25	10
	หมู่ที่ 10 บ้านโคกตาด้วง	75	29
หนองแวง	หมู่ที่ 3 บ้านหนองหัว	64	25
	หมู่ที่ 5 บ้านปากช่อง	31	12
	หมู่ที่ 7 บ้านศรีทายาท	43	17
หนองตะครอง	หมู่ที่ 4 บ้านสระแก้ว	10	4
	หมู่ที่ 6 บ้านตากอง	9	3
	หมู่ที่ 7 บ้านโนนเพชร	18	7
โคกว่าน	หมู่ที่ 1 บ้านโคกว่าน	12	5
	หมู่ที่ 4 บ้านสมจิต	16	6
	หมู่ที่ 8 บ้านพุทไรสง	40	11
รวม		665	249

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยศึกษาจากเอกสาร รายงาน การวิจัย ประสบการณ์จริงของผู้วิจัยที่ได้ทำงานร่วมกับเกษตรกรชาวสวนยาง และจากการศึกษา การคิดค้นทุนยางพาราแผ่นดินของสถาบันวิจัยยาง และเพื่อความถูกต้องของเครื่องมือจึงได้นำไป

ทดลองกับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของสวนยางพารารายอื่น ๆ จำนวน 30 ราย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมเพื่อใช้สอบถามจริงต่อไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งคำถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ชื่อ – สกุล ที่อยู่ ที่ตั้งของสวนยางพารา การถือครองที่ดิน จำนวนเนื้อที่เพาะปลูก อายุต้นยาง พันธุ์ยางและจำนวนไร่ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบหลายตัวเลือก (Multiple – Choice Questions) และแบบคำถามปลายเปิด (Open – Ended Questions)

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการทำสวนยางพารา แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open – Ended Questions)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาแบบสอบถามและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากตำราเอกสารบทความวิทยุเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ร่างข้อคำถามโดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับทฤษฎี กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยลักษณะแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามหลายตัวเลือก (Multiple – Choice Questions) และคำถามแบบปลายเปิด (Open – Ended Questions)
3. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้งแล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิมเพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของสวนยางพาราในอำเภอสะหนาทราช จังหวัดบุรีรัมย์ที่ผลิตยางพาราแผ่นดิบ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บข้อมูลได้กระจายไปตามหมู่บ้านต่างๆ 18 หมู่บ้าน โดยการสอบถามเจ้าของสวนยางพาราและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งรับซื้อยางพาราในจังหวัด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร รายงาน วิทยานิพนธ์และข้อมูลที่รวบรวมได้จากหน่วยงานราชการ ได้แก่ สถาบันวิจัยยาง สำนักเศรษฐกิจการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเกษตรอำเภอสะหนาทราช สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์มาทำการอธิบายเพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการทำสวนยางพารา ซึ่งผลิตเป็นยางพาราแผ่นดิบ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ โดยใช้สถิติอย่างง่ายในรูปของตาราง ค่าเฉลี่ย ความถี่และร้อยละ

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายข้อมูล การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย กำหนดขอบเขตของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 121) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 72)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	คือ	ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์
	$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
	N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

1.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α) ตามวิธีของครอนบาค โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 117)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	s_i^2	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ
	S_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

มหาวิทยาลัยสุโขทัยวิทยา
Buriram Rajabhat University

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไร การผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาทำการอธิบายเพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการทำสวนยางพารา ซึ่งผลิตเป็นยางพาราแผ่นดิบ ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ โดยใช้สถิติอย่างง่ายในรูปของตาราง ค่าเฉลี่ย ความถี่ และร้อยละ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้แบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ต้นทุนในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกร ในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 3 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้แบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่และร้อยละ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง ประกอบการอธิบาย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงไว้ในตาราง 4.1 ดังนี้

ตาราง 4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในอำเภอ
ละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	180	72.29
	หญิง	69	27.71
	รวม	249	100.00
อายุ			
	อายุ 21 – 30 ปี	11	4.42
	อายุ 31 – 40 ปี	41	16.47
	อายุ 41 – 50 ปี	128	51.41
	อายุ 51 ปีขึ้นไป	69	27.71
	รวม	249	100.00
สถานภาพ			
	โสด	8	3.21
	สมรส	214	85.94
	หม้าย	13	5.22
	หย่าร้าง	14	5.62
	รวม	249	100.00
ระดับการศึกษา			
	ประถมศึกษา	94	37.75
	มัธยมศึกษาตอนต้น	87	34.94
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า	44	17.67
	อนุปริญญา/ปวศ. หรือเทียบเท่า	3	1.20

ตาราง 4.1 (ต่อ)

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	16	6.43
สูงกว่าปริญญาตรี	5	2.01
รวม	249	100.00
ระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดิบ		
1 – 5 ปี	13	5.22
6 – 10 ปี	113	45.38
11 – 15 ปี	113	45.38
มากกว่า 15 ปี	10	4.02
รวม	249	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 249 คน เป็นเพศชายมากที่สุด มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 72.29 และเป็นเพศหญิง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 สำหรับอายุของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารามีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 51.41 รองลงมาคืออายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 และมีอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.47 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา พบว่า มีสถานภาพที่สมรสมากที่สุด มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 85.94 รองลงมาคือมีสถานภาพที่หย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 05.62 และมีสถานภาพที่เป็นหม้าย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 05.22 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา พบว่า มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา มากที่สุด มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาคือระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.94 และมีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 17.67 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา พบว่าระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดิบได้เริ่มทำมาแล้ว 6 – 10 ปี มากที่สุด มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 45.38 รองลงมาคือระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดิบตั้งแต่ 11 – 15 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็น

ร้อยละ 45.38 และมีระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดินตั้งแต่ 1 – 5 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็น ร้อยละ 05.22 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ต้นทุนในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในเขตอำเภอละหานทราย
จังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่และร้อยละ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง ประกอบการอธิบาย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงไว้ในตาราง 4.2 – 4.6 ดังนี้

ตาราง 4.2 รายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

รายละเอียด		จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการถือเงิน	ถือเงินไว้เพื่อจับจ่ายใช้สอย	84	33.73
	ถือเงินไว้เพื่อเหตุฉุกเฉิน/การออม	48	19.28
	ถือเงินไว้เพื่อเก็งกำไร	30	12.05
	ถือเงินไว้เพื่อการลงทุน	87	34.94
	รวม	249	100
ความต้องการถือเงินของท่านขึ้นอยู่กับสิ่งใด	คอกเบี้ย	10	4.02
	จำนวนเงินที่ได้รับ	10	4.02
	ประโยชน์ที่ได้รับจากเงินก่อนนั้น	9	3.61
	การเพิ่มการลงทุน	121	48.59
	การจับจ่ายใช้สอย	45	18.07
	ผลผลิต	12	4.82
	การจ้างงาน	15	6.02
	ระดับราคาสินค้า	9	3.61
	นโยบายของรัฐบาล	7	2.81
	ภาวะเศรษฐกิจชุมชน	11	4.42
	รวม	249	100.00

ตาราง 4.2 (ต่อ)

รายละเอียด		จำนวน	ร้อยละ
รายได้จากการจำหน่าย ยางพาราแผ่นดิบต่อเนื่อง	ต่ำกว่า 10,000 บาท	64	25.70
	10,001 – 15,000 บาท	9	3.61
	15,001 – 50,000 บาท	26	10.44
	50,001 – 100,000 บาท	93	37.35
	100,001 – 500,000 บาท	42	16.87
	500,001 บาทขึ้นไป	15	6.02
	รวม	249	100.00
รายได้จากการจำหน่าย ยางพาราแผ่นดิบ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	20	8.03
	10,001 – 15,000 บาท	38	15.26
	15,001 – 50,000 บาท	23	9.24
	50,001 – 100,000 บาท	114	45.78
	100,001 – 500,000 บาท	38	15.26
	500,001 บาทขึ้นไป	16	6.43
	รวม	249	100.00
รายได้จากการทำอาชีพเสริม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	22	8.84
	10,001 – 15,000 บาท	16	6.43
	15,001 – 50,000 บาท	23	9.24
	50,001 – 100,000 บาท	162	65.06
	100,001 – 500,000 บาท	19	7.63
	500,001 บาทขึ้นไป	7	2.81
	รวม	249	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกสวนยางพาราส่วนใหญ่จะถือเงินไว้เพื่อการลงทุน มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.94 รองลงมาคือ ถือเงินไว้เพื่อใช้จ่ายใช้สอย มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 33.73 และถือเงินไว้เพื่อเหตุฉุกเฉิน/การออม มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.28 ตามลำดับ

สำหรับความต้องการถือเงินขึ้นอยู่กับสิ่งใดนั้น ส่วนใหญ่ถือเงินไว้เพื่อการเพิ่มการลงทุนมีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 48.59 รองลงมาคือ การใช้จ่ายใช้สอย มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.07 และการจ้างงาน มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.02

สำหรับรายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดิบต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 37.35 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.87 ตามลำดับ

สำหรับรายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดิบ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่จะมีรายได้จากการจำหน่ายยางพาราอยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 45.78 รองลงมาจะมีรายได้จากการจำหน่ายยางพาราอยู่ที่ 100,001 – 500,000 บาท ร่วมกับ มีรายได้จากการจำหน่ายยางพารา 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวนอย่างละ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.26 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.24 ตามลำดับ

ส่วนรายได้จากการทำอาชีพเสริม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำอาชีพเสริมอยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท มากที่สุด มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 65.06 รองลงมา เกษตรกรมีรายได้จากการทำอาชีพเสริมอยู่ที่ 15,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.24 และมีรายได้จากการทำอาชีพเสริมอยู่ที่ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.84 ตามลำดับ

ตาราง 4.3 รายละเอียดเกี่ยวกับค่าจ่ายต้นทุนเพื่อการผลิตยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา
ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ต้นทุน	จำนวนเงินต่อ 1 ไร่	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้นทุนผันแปร			
ค่าตัดแต่งกิ่ง	300	100	40.16
	350	120	48.00
	400	29	11.00
	รวม	249	100.00
ค่าฉีดยาพ่นสารเคมี	700	89	35.74
	650	160	64.26
	รวม	249	100.00
ค่าใส่ปุ๋ยบำรุง	250	120	48.19
	300	49	19.68
	350	80	32.13
	รวม	249	100.00
ค่าตัดหญ้า	250	120	48.19
	300	49	19.68
	350	80	32.13
	รวม	249	100.00
ค่ากรีดเก็บน้ำยาง	200	56	22.49
	250	132	53.01
	300	61	24.50
	รวม	249	100.00

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ต้นทุน	จำนวนเงินต่อ 1 ไร่	จำนวน	ร้อยละ
ค่าดูแลสวนยางพารา	200	120	48.19
	250	145	58.23
	300	16	6.43
	รวม	249	100.00
ปุ๋ยบำรุง	1200	149	59.84
	1250	100	40.16
	รวม	249	100.00
สารกำจัดวัชพืช	750	135	54.22
	800	114	45.78
	รวม	249	100.00
น้ำยาทำยางแผ่น	300	115	46.18
	350	134	53.82
	รวม	249	100.00
น้ำมันเชื้อเพลิง	200	98	39.36
	250	120	48.19
	300	31	12.45
	รวม	249	100.00
ซ่อมแซมอุปกรณ์	750	113	45.38
	800	65	26.10
	850	91	36.55
	รวม	249	100.00

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ต้นทุน	จำนวนเงินต่อ 1 ไร่	จำนวน	ร้อยละ
2. ต้นทุนคงที่			
เครื่องพ่นสารเคมีพร้อมอุปกรณ์	1,200	145	58.23
	1,500	104	41.77
	รวม	249	100.00
จอบ/เสียม	10	112	44.98
	15	98	39.36
	20	39	15.66
	รวม	249	100.00
มีด/พรว์	10	115	46.18
	15	98	39.36
	20	38	15.26
	รวม	251	100.80
กรรไกรตัดแต่งกิ่ง	10	69	27.71
	20	98	39.36
	30	82	32.93
	รวม	249	100.00
ถ้วยรองน้ำยาง	500	135	54.22
	700	45	18.07
	900	69	27.71
	รวม	249	100.00

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ต้นทุน	จำนวนเงินต่อ 1 ไร่	จำนวน	ร้อยละ
ลวดแขวนถั่วฝักยาว	500	112	44.98
	700	98	39.36
	900	39	15.66
	รวม	249	100.00
ถึ้นขาง	500	56	22.49
	700	115	46.18
	900	78	31.33
	รวม	249	100.00
ถึ้งเก็บน้ำขาง	500	112	44.98
	700	98	39.36
	900	39	15.66
	รวม	249	100.00
พวยกวาดน้ำขาง	10	94	37.75
	20	110	44.18
	30	45	18.07
	รวม	249	100.00
รถเข็น	5	98	39.36
	10	39	15.66
	15	112	44.98
	รวม	249	100.00

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ต้นทุน	จำนวนเงินต่อ 1 ไร่	จำนวน	ร้อยละ
มิดสำหรับกรีดยาง	20	136	54.62
	30	56	22.49
	40	57	22.89
	รวม	249	100.00
ไฟฉาย	10	98	39.36
	20	62	24.90
	30	89	35.74
	รวม	249	100.00

จากตาราง 4.3 พบว่า ในการปลูกยางพารา เกษตรกรผู้ประกอบการมีต้นทุนดังนี้

1. ต้นทุนต้นทุนผันแปร ได้แก่

1.1 ค่าตัดแต่งกิ่ง พบว่า ผู้ปลูกยางพาราใช้เงิน จำนวน 350 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาใช้เงินเพื่อตัดแต่งกิ่ง จำนวน 300 บาทต่อไร่ มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.16 และใช้เงิน 400 บาทต่อไร่ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

1.2 ค่าฉีดยาพ่นสารเคมี พบว่า ใช้เงินจำนวน 650 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 64.26 และใช้เงินสำหรับฉีดพ่นสารเคมี จำนวน 700 บาทต่อไร่ มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 35.74

1.3 ค่าใส่ปุ๋ยบำรุง พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 250 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 48.19 รองลงมาใช้เงินจำนวน 350 บาทต่อไร่ มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 32.13 ใช้เงินจำนวน 300 บาทต่อไร่ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.68 ตามลำดับ

1.4 ค่าตัดหญ้า พบว่า ใช้เงินจำนวน 250 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 48.19 รองลงมาใช้เงินจำนวน 350 บาทต่อไร่มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 32.13 และใช้เงินจำนวน 300 บาทต่อไร่ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.68

1.5 ค่ากรีดเก็บน้ำยาง พบว่า ใช้เงินจำนวน 250 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 53.01 รองลงมาใช้เงินจำนวน 300 บาทต่อไร่ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และใช้เงินจำนวน 200 บาทต่อไร่ มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.49 ตามลำดับ

1.6 ค่าดูแลสวนยางพารา พบว่า ใช้เงินจำนวน 250 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 58.23 รองลงมาเกษตรกรใช้เงินจำนวน 200 บาทต่อไร่ มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 48.19 และใช้เงินจำนวน 300 บาทต่อไร่ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.43 ตามลำดับ

1.7 ค่าน้ำขี้บารุง พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 1,200 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 59.84 และใช้เงินจำนวน 1,250 บาทต่อไร่ มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.16

1.8 ค่าสารกำจัดวัชพืช พบว่า ใช้เงินจำนวน 750 บาทต่อไร่ มากที่สุดมีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 และใช้เงินจำนวน 800 บาทต่อไร่ มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 45.78

1.9 ค่าน้ำยาฆ่ายางแผ่น พบว่า ใช้เงินจำนวน 350 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.82 และใช้เงินจำนวน 300 บาทต่อไร่ มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 46.18

1.10 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า ใช้เงินจำนวน 250 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 48.19 รองลงมาใช้เงินจำนวน 200 บาทต่อไร่ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 และใช้เงินจำนวน 300 บาทต่อไร่ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.45

1.11 ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 750 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 45.38 รองลงมาเกษตรกรใช้เงินจำนวน 850 บาทต่อไร่มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 36.55 และใช้เงิน 800 บาทต่อไร่ มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 26.10 ตามลำดับ

2. ด้านต้นทุนคงที่ได้แก่

2.1 เครื่องพ่นสารเคมีพร้อมอุปกรณ์ พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 1,200 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 58.23 และใช้เงิน 1,500 บาทต่อไร่ มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 41.77

2.2 จอบ/เสียม พบว่า ใช้เงินจำนวน 10 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.98 รองลงมา ใช้เงินจำนวน 15 บาทต่อไร่ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 และใช้เงินจำนวน 20 บาทต่อไร่ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.66

2.3 มีด/พร้า พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 10 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 46.18 รองลงมาใช้เงินจำนวน 15 บาทต่อไร่ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 และใช้เงินจำนวน 20 บาทต่อไร่ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.26 ตามลำดับ

2.4 กรรไกรตัดแต่งกิ่ง พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 20 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 รองลงมา เกษตรกรใช้เงินจำนวน 30 บาทต่อไร่ มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 32.93 และใช้เงินจำนวน 10 บาทต่อไร่ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 ตามลำดับ

2.5 ถ้วยรองน้ำยาง พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 500 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 รองลงมาใช้เงินจำนวน 900 บาทต่อไร่ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 และใช้เงินจำนวน 700 บาทต่อไร่ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.07 ตามลำดับ

2.6 ลวดแขวนถ้วยยาง พบว่า ใช้เงินจำนวน 500 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.98 รองลงมาใช้เงินจำนวน 700 บาทต่อไร่ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 และใช้เงินจำนวน 900 บาทต่อไร่มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.66 ตามลำดับ

2.7 ถังน้ำยาง พบว่า ใช้เงินจำนวน 700 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 46.18 รองลงมาใช้เงินจำนวน 900 บาทต่อไร่ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 และใช้เงินจำนวน 500 บาทต่อไร่ มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.49 ตามลำดับ

2.7 ถังเก็บน้ำยาง พบว่า ใช้เงินจำนวน 500 บาทต่อไร่มากที่สุด มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.98 รองลงมาใช้เงินจำนวน 700 บาทต่อไร่ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 และใช้เงินจำนวน 900 บาทต่อไร่ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.66 ตามลำดับ

2.8 พวยกวาดน้ำยาง พบว่า ใช้เงินจำนวน 20 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 44.18 รองลงมาใช้เงินจำนวน 10 บาทต่อไร่ มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 และใช้เงินจำนวน 30 บาทต่อไร่ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.07 ตามลำดับ

2.9 รถเข็น พบว่า ใช้เงินจำนวน 15 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.98 รองลงมา ใช้เงินจำนวน 5 บาทต่อไร่ มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 และใช้เงินจำนวน 10 บาทต่อไร่ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.66 ตามลำดับ

2.10 มีดสำหรับกรีดยาง พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 20 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 54.62 รองลงมา ใช้เงินจำนวน 40 บาทต่อไร่ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 และ ใช้เงินจำนวน 30 บาทต่อไร่ มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.49 ตามลำดับ

2.11 ไฟฉาย พบว่า เกษตรกรใช้เงินจำนวน 10 บาทต่อไร่ มากที่สุด มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.36 รองลงมาใช้เงินจำนวน 30 บาทต่อไร่ มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 35.74 และใช้เงินจำนวน 20 บาทต่อไร่ มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 ตามลำดับ

ตาราง 4.4 รายละเอียดแหล่งทุนเงินกู้ของเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราผู้ปลูกยางพารา
ในอำเภอสะทอนทราย จังหวัดบุรีรัมย์

แหล่งทุนกู้เงิน	สถานะ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
รทส. บุรีรัมย์	เลือก	249	100.00	1
	ไม่เลือก	0	0	
ธนาคารออมสินบุรีรัมย์	เลือก	200	78.20	3
	ไม่เลือก	49	21.80	
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	เลือก	2	0.80	6
	ไม่เลือก	247	99.20	
ธนาคารพาณิชย์ ภายในจังหวัดบุรีรัมย์	เลือก	177	54.32	4
	ไม่เลือก	72	45.68	
นายทุน	เลือก	180	52.30	5
	ไม่เลือก	69	47.70	
ญาติพี่น้อง	เลือก	230	91.21	2
	ไม่เลือก	19	8.79	

จากตาราง 4.4 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่ กู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ร.ก.ส.) มากที่สุด มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ การกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 91.21 กู้ยืมเงินจากธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 78.20 กู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดบุรีรัมย์ คิดเป็นร้อยละ 54.32 กู้เงินจากนายทุน คิดเป็นร้อยละ 52.30 และกู้ยืมเงินจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ตาราง 4.5 รายละเอียดการการเป็นหนี้สินอื่นๆ ของผู้ปลูกยางพาราผู้ปลูกยางพารา
ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

การการเป็นหนี้สินอื่น ๆ	สถานะ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ผ่อนบ้าน	ไม่เลือก	200	80.32	3
	เลือก	49	19.68	
ผ่อนรถ	ไม่เลือก	115	46.19	2
	เลือก	134	53.81	
ผ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้า	ไม่เลือก	85	34.14	1
	เลือก	164	65.86	
ผ่อนสินเชื่่อื่น ๆ	ไม่เลือก	220	88.35	0
	เลือก	29	11.65	

จาดตาราง 4.5 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราส่วนใหญ่ มีการผ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 65.86 รองลงมาคือ การผ่อนรถ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.81 และมีการผ่อนบ้าน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.58 ตามลำดับ

ตาราง 4.6 รายละเอียดการเปรียบเทียบหนี้สินของผู้ปลูกยางพาราผู้ปลูกยางพาราในอำเภอละหานทราย
จังหวัดบุรีรัมย์

การเปรียบเทียบหนี้สิน	จำนวน	ร้อยละ
เท่าปีที่ผ่านมา	97	38.96
เพิ่มกว่าปีที่ผ่านมา	81	32.53
ชำระหมดแล้ว	71	28.51
รวม	249	100

จากตาราง 4.6 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบหนี้สินของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา พบว่า หนี้สินของเกษตรกรยังมีจำนวนเท่ากับปีที่ผ่านมามากที่สุด มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 38.96 รองลงมาคือ หนี้สินเพิ่มกว่าปีที่ผ่านมา จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.53 และหนี้สินที่เกิดจากการเปรียบเทียบหนี้สิน คือชำระหมดแล้ว จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.51

ตอนที่ 3 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่และร้อยละ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง ประกอบการอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงไว้ในตาราง 4.7 ดังนี้

ตาราง 4.7 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวม

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านการลดต้นทุนการผลิต	4.47	0.22	มาก
2. ด้านช่องทางการตลาด	4.53	0.18	มากที่สุด
3. ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน	3.85	0.73	มาก
4. ด้านกลยุทธ์การตั้งราคา	4.00	0.23	มาก
รวม	4.21	0.34	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาได้แก่ ด้านการลดต้นทุนการผลิต ($\bar{X} = 4.47$) และด้านกลยุทธ์การตั้งราคา ($\bar{X} = 4.00$) สำหรับด้านที่ต้องปรับปรุงของแนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน

ตาราง 4.8 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรในอำเภอ
ละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการลดต้นทุน

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
1 มีการเก็บรายละเอียดของลูกที่สั่งซื้อ เช่น ที่อยู่ จำนวนที่สั่งซื้อ เป็นต้น	4.14	0.34	มาก
2 มีการประเมินความต้องการของลูกค้า	4.29	0.45	มาก
3 มีการประเมินผลผลิตกับรายละเอียดการสั่งซื้อของลูกค้า	4.48	0.50	มาก
4 วิเคราะห์ผลกระทบต่าง ๆ เกี่ยวกับความต้องการที่จะซื้อสินค้าของลูกค้า	4.41	0.49	มาก
5 มีการประสานงานที่ใกล้ชิดกับผู้สั่งซื้อและผู้ซื้อ	4.21	0.41	มาก
6 มีการวิเคราะห์ คำนวณ วัตถุประสงค์เพื่อการลดการขาดสต็อก	4.20	0.40	มาก
7 มีการจัดหาระยะเวลาในการผลิตเพื่อประกันเวลาการผลิต	4.27	0.45	มาก
8 มีการประเมินต้นทุนการขนส่งในการนำส่งสินค้าไปยังลูกค้า	4.20	0.40	มาก
9 มีการบอกค่าขนส่งในการนำส่งแก่ลูกค้าหากระยะทางไกล	4.07	0.25	มาก
10 มีการวิเคราะห์ผลดีผลเสียทุกครั้งและนำไปปรับปรุงการขนส่งเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า	5.00	0.00	มากที่สุด
11 มีการประเมินวัตถุประสงค์ทุกครั้งเมื่อนำเข้าสู่สต็อก	5.00	0.00	มากที่สุด
12 พยายามจัดเก็บในที่ที่มีต้นทุนจัดเก็บต่ำสุด	5.00	0.00	มากที่สุด
13 มีการวางแผนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้า	5.00	0.00	มากที่สุด
14 มีการจัดอบรมความรู้เสริมทักษะการผลิตให้กับลูกจ้าง	5.00	0.00	มากที่สุด
15 มีการประเมินวิธีการทำงานของลูกจ้าง	5.00	0.00	มากที่สุด
16 มีการทดสอบและประเมินวัตถุประสงค์ว่ามีคุณภาพหรือไม่	5.00	0.00	มากที่สุด
17 มีการวิเคราะห์วัตถุดิบที่สูญเสียโดยใช้เหตุและพยายามนำวัสดุเหลือทิ้งไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์	4.00	0.00	มาก

ตาราง 4.8 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
18 มีการวิเคราะห์วิธีการผลิตว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ เช่น ผลิตได้มาก มีรสชาติดี ไม่มีพิษภัยต่อผู้บริโภค	4.00	0.00	มาก
19 มีการวิเคราะห์เพื่อลดขั้นตอนการผลิตลงแต่ปริมาณการผลิตได้เท่าเดิมหรือมากกว่า	4.07	0.25	มาก
20 มีการวิเคราะห์และศึกษากระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าหรือผลิตภัณฑ์	4.14	0.34	มาก
รวม	4.47	0.22	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า ด้านการลดต้นทุนการผลิต โดยภาพรวมเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราเห็นว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความเหมาะสมสำหรับการลดต้นทุนการผลิตมากที่สุดมีจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อ 10 มีการวิเคราะห์ผลเสียทุกครั้งและนำไปปรับปรุงการขนส่งเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า ข้อ 11 มีการประเมินวัตถุดิบทุกครั้งเมื่อนำเข้าสู่สต็อก ข้อ 12 พยายามจัดเก็บในที่ที่มีต้นทุนจัดเก็บต่ำสุด ข้อ 13 มีการวางแผนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้า ข้อ 14 มีการจัดอบรมความรู้เสริมทักษะการผลิตให้กับลูกจ้าง ข้อ 15 มีการประเมินวิธีการทำงานของลูกจ้าง และข้อ 16 มีการทดสอบและประเมินวัตถุดิบว่ามีคุณภาพหรือไม่ ($\bar{X} = 5.00$) รองลงมาได้แก่ ข้อ 3 มีการประเมินผลผลิตกับรายละเอียดการสั่งซื้อของลูกค้า ($\bar{X} = 4.48$) และข้อ 4 วิเคราะห์ผลกระทบต่างๆ เกี่ยวกับความต้องการที่จะซื้อสินค้าของลูกค้า ($\bar{X} = 4.41$) ตามลำดับ สำหรับด้านการลดต้นทุนการผลิตที่เห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดคือ ข้อ 17 มีการวิเคราะห์วัตถุดิบที่สูญเสียโดยใช้เหตุและพยายามนำวัสดุเหลือทิ้งไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกับข้อ 18 มีการวิเคราะห์วิธีการผลิตว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ เช่น ผลิตได้มาก มีรสชาติดี ไม่มีพิษภัยต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.00$)

ตาราง 4.9 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรในอำเภอ
ละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านช่องทางการตลาด

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
1 มีการแพ็คยางพาราแผ่นดิบตามขนาดที่สั่งซื้อ	4.14	0.34	มาก
2 มีการปรับปรุงเพื่อให้เกิดคุณค่ามากขึ้น	4.14	0.34	มาก
3 มีวิธีการบำรุงดูแลเพื่อให้เกิดความน่าเหม็นง่าย	4.07	0.25	มาก
4 มีวิธีการทำยางพาราแผ่นดิบให้ดีขึ้นเพื่อดึงดูดใจลูกค้า	4.07	0.25	มาก
5 มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตน	5.00	0.00	มากที่สุด
6 มีโบว์ชัวร์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง	4.94	0.25	มากที่สุด
7 มีการเจรจาต่อรองเพื่อให้มีการซื้อและการขายสินค้าเกิดขึ้น	4.94	0.25	มากที่สุด
8 มีการประชาสัมพันธ์ไปยังสำนักงานต่าง ๆ	4.94	0.25	มากที่สุด
9 จำหน่ายเองที่แหล่งผลิต	4.94	0.25	มากที่สุด
10 จำหน่ายเองที่ตลาด	4.94	0.25	มากที่สุด
11 จำหน่ายโดยการนำสินค้าไปขายเองที่แหล่งรับซื้อ	4.94	0.25	มากที่สุด
12 ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกเฉพาะในเขตพื้นที่	5.00	0.00	มากที่สุด
13 ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกในเขตอำเภอต่าง ๆ	4.00	0.00	มาก
14 ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าส่งไปยังอำเภอต่าง ๆ	4.00	0.00	มาก
15 มีนายหน้าจัดส่งไปจำหน่ายยังแหล่งที่รับซื้อผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	มาก
รวม	4.53	0.18	มากที่สุด

จากตาราง 4.9 พบว่า ด้านช่องทางการตลาด โดยภาพรวมเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราเห็นว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ช่องทางการตลาดข้อ 5 การจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตน ร่วมกับข้อ 12 การส่งจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกเฉพาะในเขตพื้นที่ มีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) รองลงมาได้แก่ การมีโบว์ชัวร์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง ร่วมกับ ข้อ 6 มีโบว์ชัวร์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง ข้อ 7 มีการเจรจาต่อรอง

เพื่อให้มีการซื้อและการขายสินค้าเกิดขึ้น ข้อ 8 มีการประชาสัมพันธ์ไปยังสำนักงานต่าง ๆ ข้อ 9 จำหน่ายเองที่แหล่งผลิต ข้อ 10 จำหน่ายเองที่ตลาด และข้อ 11 จำหน่ายโดยการนำสินค้าไปขายเองที่แหล่งรับซื้อ ($\bar{X} = 4.94$) สำหรับด้านช่องทางการตลาดที่ต้องริบดำเนินการได้แก่ ข้อ 13 ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกในเขตอำเภอต่างๆ ข้อ 14 ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าส่งไปยังอำเภอต่างๆ และข้อ 15 มีนายหน้าจัดส่งไปจำหน่ายยังแหล่งที่รับซื้อผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.00$)

ตาราง 4.10 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
1 มีการใช้เงินลงทุนเพื่อการทำธุรกิจ	3.36	0.66	ปานกลาง
2 รายจ่ายมีมากไม่พอต่อการประกันความเสี่ยงในอนาคต	3.55	0.76	มาก
3 รายจ่ายมีมาก ไม่สามารถที่จะลงทุนทำธุรกิจอื่นได้	3.85	0.80	มาก
4 มีรายได้ไม่มีเพียงพอที่จะวางแผนระยะยาว	4.05	0.81	มาก
5 มีการลดหนี้/ลบหนี้ การลงทุนที่เสี่ยงน้อย	4.05	0.81	มาก
6 มีการใช้เงินเพื่อเพิ่มขนาดของธุรกิจ	4.06	0.81	มาก
7 มีการใช้เงินเพื่อขยายพื้นที่ในการขยายขนาดธุรกิจ	4.05	0.81	มาก
8 มีการใช้เงินเพื่อเพิ่มผลผลิตในการบริหารจัดการธุรกิจ	3.88	0.80	มาก
9 มีการนำเงินไปซื้อเครื่องจักรเพื่อลดต้นทุนการผลิต	3.53	0.80	มาก
10 มีการใช้เครื่องมือเพิ่มเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น	4.10	0.30	มาก
รวม	3.85	0.73	มาก

จากตาราง 4.10 พบว่า ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับใช้มาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 10 มีการใช้เครื่องมือเพิ่มเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมา ได้แก่ข้อ 6 มีการใช้เงินเพื่อเพิ่มขนาดของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.06$) 4 มีรายได้ไม่มีเพียงพอที่จะวางแผนระยะยาว ร่วมกับข้อ 5 มีการลดหนี้/ลบหนี้ การลงทุนที่เสี่ยงน้อย

และข้อ 7 มีการใช้เงินเพื่อขยายพื้นที่ในการขยายขนาดธุรกิจ ($\bar{X} = 4.05$) สำหรับสิ่งที่ควรปรับปรุงในด้านการบริหารจัดการเงินลงทุนคือ ข้อ 1 มีการใช้เงินลงทุนเพื่อการทำธุรกิจ ($\bar{X} = 3.36$)

ตาราง 4.11 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตอาหารแผ่นดินขีของเกษตรกรในอำเภอสะพานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านกลยุทธ์การตั้งราคา

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
1 ตั้งราคาสินค้าที่แตกต่างกันด้านขนาด	4.00	0.00	มาก
2 ตั้งราคาสินค้าที่ใช้ร่วมกัน หมายถึง เมื่อมีสินค้าที่ใช้ร่วมกันเป็นจำนวนมาก ราคาข่อมมากขึ้น	4.00	0.00	มาก
3 การตั้งราคาสินค้าประกอบผู้ผลิตขึ้นสำหรับใช้กับสินค้าหลัก	4.00	0.00	มาก
4 การตั้งราคาส่งมอบราคาเดียว	4.00	0.00	มาก
5 การตั้งราคาแบบผู้ขายรับภาระค่าขนส่ง	4.00	0.00	มาก
6 ส่วนลดปริมาณ เช่นเมื่อซื้อจำนวนมากก็ลดราคา หรือมีส่วนที่จะแถมให้	4.00	0.00	มาก
7 การตั้งราคาสินค้าใหม่ระดับสูง	4.00	0.00	มาก
8 การตั้งราคาระดับต่ำหรือตั้งราคาเพื่อเจาะตลาด	4.81	0.40	มากที่สุด
9 การตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้า	4.74	0.44	มากที่สุด
10 การตั้งราคาตามรูปแบบผลิตภัณฑ์	4.61	0.49	มากที่สุด
11 การตั้งราคาตามภาพลักษณ์	4.61	0.49	มากที่สุด
12 การตั้งราคาตามสถานที่หรือทำเลที่ตั้ง	4.61	0.49	มากที่สุด
13 การตั้งราคาตามคู่แข่ง	4.61	0.49	มากที่สุด
14 ผลกระทบของราคาต่อฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	4.81	0.40	มากที่สุด
15 นโยบายการตั้งราคาของผู้ประกอบ	4.87	0.34	มากที่สุด
รวม	4.00	0.23	มาก

จากตาราง 4.11 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราเห็นว่าด้านกลยุทธ์การตั้งราคา โดยภาพรวม จัดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 15 นโยบายการตั้งราคาของผู้ประกอบ มีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$) รองลงมา ข้อ 8 การตั้งราคาระดับต่ำหรือตั้งราคาเพื่อเจาะตลาด ร่วมกับข้อ 14 ผลกระทบของราคาต่อฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ($\bar{X} = 4.81$) และ ข้อ 9 การตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้า ($\bar{X} = 4.74$)

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Buriram Rajabhat University

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาเรื่องแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไร การผลิตยางพารา ในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผลและมีข้อเสนอแนะสรุปตามลำดับ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ
 - 5.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้
 - 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดินในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการลดต้นทุนการผลิตยางพาราแผ่นดิน ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่ทำการปลูกยางพาราที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยศึกษาจากหัวหน้าครัวเรือน ซึ่งมีจำนวนเกษตรกรที่ผลิตยางพาราแผ่นดิน โดยการสุ่มหมู่บ้านจาก 6 ตำบล ตำบลละ 3 หมู่บ้าน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 18 หมู่บ้านจำนวน 665 ราย และจำนวนเกษตรกรชาวสวนยางทั้งหมด 2,493 ราย ได้ทำวิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลาก และคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 101) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยศึกษาจากเอกสาร รายงาน การวิจัย ประสบการณ์จริงของผู้วิจัยที่ได้ทำงานร่วมกับเกษตรกรชาวสวนยางและจากการศึกษา การคิดต้นทุนยางพาราแผ่นดินของสถาบันวิจัยยาง และเพื่อความถูกต้องของเครื่องมือจึงได้นำไป ทดลองกับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของสวนยางพารารายอื่น ๆ จำนวน 30 ราย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ เหมาะสมเพื่อใช้สอบถามจริงต่อไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งคำถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามมีลักษณะเป็น แบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบหลายตัวเลือก (Multiple – Choice Questions) และ แบบคำถามปลายเปิด (Open – Ended Questions)

ตอนที่ 2 คำนวณและผลตอบแทน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการทำสวนยางพารา แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open – Ended Questions)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือราชการ จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อแนะนำตนเองและขอความอนุเคราะห์ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรที่ทำการปลูกยางพาราที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอละหานทราย จังหวัด บุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยได้เดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองผลปรากฏว่าได้รับแบบสอบถาม กลับคืน จำนวน 249 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมด มาดำเนินการ โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้รับการ สัมภาษณ์มาทำการอธิบายเพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการทำสวนยางพารา ซึ่งผลิตเป็น

ยางพาราแผ่นดินป ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ โดยใช้สถิติอย่างง่ายในรูปของตาราง ค่าเฉลี่ย ความถี่ และร้อยละ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ผลการศึกษาแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไร การผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ สรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 249 คน เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 41 – 50 ปีมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 51 ปีขึ้นไป และมีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี

สำหรับสถานภาพของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา พบว่า มีสถานภาพที่สมรส มากที่สุด รองลงมาคือสถานภาพที่หย่าร้าง และมีสถานภาพที่เป็นหม้าย

ระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา พบว่า เกษตรกรมีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษามากที่สุด รองลงมาคือระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า

ระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดินปของเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา พบว่า ระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดินปได้เริ่มทำมาแล้ว 6 – 10 ปี มากที่สุด รองลงมาทำธุรกิจยางพาราแผ่นดินปมาแล้ว 11 – 15 ปี และทำมาแล้ว 1 – 5 ปี

2. ข้อมูลด้านต้นทุนในการผลิตยางพาราแผ่นดินปของเกษตรกรในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

เกษตรกรส่วนใหญ่จะถือเงินไว้เพื่อการลงทุน มากที่สุด สำหรับรายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดินปต่อเดือน ส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท มากที่สุด ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่จะเป็นรายได้ที่ได้มาจากการจำหน่ายยางพาราอยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท รองลงมาคือรายได้จากการทำอาชีพเสริม โดยมีรายได้อยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท

สำหรับค่าใช้จ่ายเพื่อต้นทุนการผลิตยางพารา ต้นทุนผันแปร พบว่า มีค่าใช้จ่ายเป็นค่าตัดแต่งกิ่ง ใช้เงิน 350 บาทต่อไร่ ค่าฉีดยาพ่นสารเคมี ใช้เงิน 650 บาทต่อไร่ ค่าใส่ปุ๋ยบำรุง ใช้เงิน 250 บาทต่อไร่ ค่าตัดหญ้า ใช้เงิน 250 บาทต่อไร่ ค่ากรีดเก็บน้ำยาง ใช้เงิน 250 บาทต่อไร่ ค่าดูแลสวนยางพารา ใช้เงิน 250 บาทต่อไร่ ปุ๋ยบำรุง ใช้เงิน 1,250 บาทต่อไร่ สารกำจัดวัชพืช ใช้เงิน 750 บาทต่อไร่ น้ำยาทำยางแผ่น ใช้เงิน 350 บาทต่อไร่ น้ำมัน ใช้เงิน 250 บาทต่อไร่ ซ่อมแซมอุปกรณ์ ใช้เงิน 750 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่ได้แก่ เครื่องพ่นสารเคมีพร้อมอุปกรณ์ ใช้เงิน 1200 บาทต่อไร่ จอบ/เสียม

ใช้เงิน 10 บาทต่อไร่ มีค/พรว้า ใช้เงิน 10 บาทต่อไร่ กรรไกรตัดแต่งกิ่ง ใช้เงิน 20 บาทต่อไร่ ถ้วยรองน้ำยาง ใช้เงิน 500 บาทต่อไร่ ลวดเขวนถ้วยยาง ใช้เงิน 500 บาทต่อไร่ ถังน้ำยาง ใช้เงิน 700 บาทต่อไร่ ถังเก็บน้ำยาง ใช้เงิน 500 บาทต่อไร่ พายกวาดน้ำยาง ใช้เงิน 20 บาทต่อไร่ รถเข็น ใช้เงิน 15 บาทต่อไร่ มีคสำหรับกรีดยาง ใช้เงิน 20 บาทต่อไร่ ไฟฉาย ใช้เงิน 10 บาทต่อไร่

ด้านต้นทุนการผลิตยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าเกษตรกรมีต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย 8,855 บาทต่อไร่ โดยแยกเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 5,350 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่ 3,505 บาทต่อไร่ เมื่อพิจารณาต้นทุนแต่ละรายการ พบว่า ต้นทุนที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ ค่าเครื่องฟ่นสารเคมีพร้อมอุปกรณ์ใช้เงิน 1,200 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 58.23 ของต้นทุนทั้งหมด

สำหรับการกู้ยืมเงินพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ได้กู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ทุกคน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนแหล่งเงินกู้ยืมอื่นที่เกษตรกรไปใช้บริการ ได้แก่ การกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้อง จากธนาคารออมสิน ธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดบุรีรัมย์ กู้เงินจากนายทุน และกู้ยืมเงินจากธนาคารอาคารสงเคราะห์

การผ่อนชำระสินค้า พบว่า เกษตรกรมีการผ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด รองลงมาเป็นการผ่อนรถ และการผ่อนบ้าน

ด้านหนี้สินที่เกิดจากการเปรียบเทียบหนี้สิน คือเท่าปีที่ผ่านมา ร้อยละ 38.96 หนี้สินที่เกิดจากการเปรียบเทียบหนี้สิน คือ เพิ่มกว่าปีที่ผ่านมา ร้อยละ 32.53 หนี้สินที่เกิดจากการเปรียบเทียบหนี้สิน คือชำระหมดแล้ว ร้อยละ 28.51

3. แนวทางการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

แนวทางการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับ มาก ซึ่งแนวทางที่เห็นว่าจะเพิ่มกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินได้แก่ ช่องทางการตลาด ด้านการลดต้นทุนการผลิต ด้านกลยุทธ์ การตั้งราคา และด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน

แนวทางการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินด้านการลดต้นทุนการผลิต พบว่าแนวทางการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดิน ต้องมีการวางแผนการผลิตเพื่อลดต้นทุน การจัดเก็บสินค้า จัดอบรมความรู้เสริมทักษะการผลิตให้กับลูกจ้าง และมีการประเมินวิธีการทำงานของลูกจ้าง

แนวทางการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดิน ด้านช่องทางการตลาด พบว่าควรมีการจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตน การมีโบว์ชัวร์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง และการเจรจาต่อรองเพื่อให้มีการซื้อและการขายสินค้าเกิดขึ้น

แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน พบว่า ควรมีการใช้เครื่องมือเพิ่มเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น ควรมีการใช้เงินเพื่อเพิ่มขนาดของธุรกิจ และมีการใช้เงินเพื่อขยายพื้นที่ในการขยายขนาดธุรกิจ

แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินด้านกลยุทธ์การตั้งราคา พบว่า ควรมีนโยบายการตั้งราคาของผู้ประกอบ เพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อราคาต่อฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง และควรมีการตั้งราคาระดับต่ำหรือตั้งราคาเพื่อเจาะตลาด

4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อยากให้รัฐบาลดูแลเรื่องราคายางพารา ให้รัฐบาลช่วยลดต้นทุนการผลิต เช่น ปล่อยภาษีเครื่องมือทางการเกษตร ให้เกษตรกรอำเภอมาอบรม ให้ความรู้ในการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตยางพารา ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไร การผลิตยางพาราในเขต อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ นั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยผ่านกระบวนการตามขั้นตอนที่กำหนดเอาไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดินในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า

1.1 ด้านความต้องการถือเงินส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะถือเงินไว้เพื่อการลงทุน ร้อยละ 39.94 และมีความต้องการถือเงินไว้เพื่อการเพิ่มการลงทุน ร้อยละ 48.59 ซึ่งผลการวิจัยนี้ผู้ผลิตมีความต้องการถือเงินไว้เพื่อการลงทุนและเพิ่มทุน ส่วนธีรยา นูรณะ (2553 : 85) ได้ศึกษาการวิเคราะห์โครงการลงทุนปลูกยางพารา และความอ่อนไหวของโครงการ โดยสอบถามเกษตรกรที่ปลูกยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 61 ราย ผลการศึกษาพบว่าการปลูกยางพาราให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนในทุกกรณี สำหรับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการลงทุนยางพารา โดยสมมติให้รายได้และค่าใช้จ่ายมีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทุกกรณี พบว่า ยังคงให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนเช่นกัน

1.2 ด้านรายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดินต่อเดือน ส่วนใหญ่จะได้รับอยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท สำหรับรายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดิน ส่วนใหญ่จะมีรายได้จากการจำหน่ายยางพาราอยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท และจะมีรายได้จากการจำหน่ายยางพารา 10,001 – 15,000 บาท ส่วนการทำอาชีพเสริม ส่วนใหญ่จะมีรายได้จากการทำอาชีพเสริมอยู่ที่ 50,001 – 100,000 บาท ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าไม่สอดคล้องกับวารางคณา กิรติวิบูลย์ และคณะ (2555 : 92) โครงการวิจัย เรื่อง การลดต้นทุนพร้อมกับรายได้จากการปลูกยางพาราในรูปแบบของระบบสมการหลายชั้น กรณีศึกษาอำเภอป่าพะยอมจังหวัดพัทลุง และอำเภอยางสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิจัยพบว่าต้นทุนและรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อเดือนจากการทำสวนยาง คือ 423.01 และ 2,003.47 บาท ตามลำดับ

1.3 ด้านค่าใช้จ่ายในการปลูกนั้น จากต้นทุนการผลิตยางพาราในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย 8,855 บาทต่อไร่ โดยแยกเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 5,350 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่ 3,505 บาทต่อไร่ เมื่อพิจารณาต้นทุนแต่ละรายการ พบว่า ต้นทุนที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ ค่าเครื่องพ่นสารเคมีพร้อมอุปกรณ์ใช้เงิน 1,200 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 58.23 ของต้นทุนทั้งหมด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา นุราณสาร สาธิต อติตโต และเขวาร์รัตน์ ศรีวรานันท์ (2558 : 102) ได้ศึกษาการจัดการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วยในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนและคอบแทนจากการผลิตยางก้อนถ้วย พบว่า ในปี 2557 เกษตรกรในพื้นที่ศึกษามีต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย 5,697.30 บาทต่อไร่ โดยแยกเป็นต้นทุนผันแปร 4,094.80 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่ 1,602.50 บาทต่อไร่ เมื่อพิจารณาต้นทุนแต่ละรายการ จะพบว่า รายการต้นทุนที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ค่าแรงงานในการกรีดยาง คิดเป็นร้อยละ 42.1 ของต้นทุนทั้งหมด

1.4 รายจ่ายเพื่อการลงทุน พบว่าส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีการกู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรคิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ กู้ยืมจากญาติพี่น้องร้อยละ 91.21 และธนาคารออมสินสาขาบุรีรัมย์ร้อยละ 78.20 ตามลำดับ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับของ ชลธิชา นุราณสาร สาธิต อติตโต และเขวาร์รัตน์ ศรีวรานันท์ (2558 : 102 – 103) ที่ได้ศึกษาการจัดการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วยในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า เกษตรกรกู้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ชกส.) ส่วนใหญ่กู้เงินมาเพื่อใช้ในการลงทุนทำการเกษตร

2. แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ควรประกอบด้วย ด้านการลดต้นทุน ด้านช่องทางการตลาด ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน และด้านกลยุทธ์การตั้งราคา ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 ด้านการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกแนวทางการลดต้นทุนโดยการวิเคราะห์ผลดีผลเสียทุกครั้งและนำไปปรับปรุงการขนส่งเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า จัดเก็บผลิตภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือในที่ที่มีต้นทุนจัดเก็บต่ำสุด การประเมินวัตถุดิบทุกครั้ง เมื่อนำเข้าสู่สต็อก มีการวางแผนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้าและมีการจัดอบรมความรู้เสริมทักษะการผลิตให้กับลูกจ้าง ต้นทุนเป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดราคา โดยการรวมต้นทุนที่เกี่ยวข้องบวกกำไรเป็นราคาขายแต่ต้นทุนที่ต่ำกว่ายอมได้เปรียบ ดังนั้นการศึกษาถึงโครงสร้างของ

ต้นทุนนอกเหนือจากการกำหนดต้นทุนรวมมาจากต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนกึ่งผันแปร แล้วก็ต้องคำนึงถึงปริมาณการผลิตที่ก่อให้เกิดต้นทุนต่ำสุดอันอาจเกิดจากประสิทธิภาพของกิจการหรือทำเลที่ตั้ง เป็นต้น สอดคล้องกับวัชรพร กิติวรรณ (2557 : 42) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการลดต้นทุนไว้ดังนี้ การลดต้นทุน คือ การลดต้นทุนที่ไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการและจะต้องไม่กระทบต่อองค์ประกอบอื่น ๆ มีวิธีการลดต้นทุน ดังนี้

2.1.1 ลดต้นทุนด้านวัตถุดิบ ใช้หลักวิศวกรรมคุณค่าในการวิเคราะห์วัตถุดิบว่ามีความเหมาะสมกับการผลิตและการใช้งาน จัดความสูญเสียของวัตถุดิบ เช่น เปลี่ยนวิธีการผลิต เพื่อให้สูญเสียน้อยลงหรือจัดกระบวนการจัดเก็บ

2.1.2 ต้นทุนการทำงานของเครื่องจักร ทำความสะอาดและบำรุงรักษาเครื่องจักรให้ถูกต้องเพื่อให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ซึ่งจะก่อให้เกิดการลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด และทำให้ของเสียลดลง เรียนรู้การปฏิบัติงานอย่างถูกวิธี เพื่อให้เครื่องจักรมีสภาพดีไม่ต้องซ่อมแซมบ่อยๆ และอย่าปล่อยให้เครื่องจักรทำงานโดยไม่มีการผลิตเพราะจะเป็นการสูญเสียพลังงานโดยไม่เกิดประโยชน์

2.1.3 ต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน ฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะในการทำงาน ปรับปรุงวิธีการทำงานให้ง่าย มีประสิทธิภาพมากขึ้นและฝึกพนักงานให้มีทักษะการทำงานหลายๆ ด้าน เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ เมื่อพนักงานบางคนขาดงานหรือทำงานไม่ทัน

2.2 ด้านช่องทางการตลาด โดยแนวทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาดคือให้มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตน การจำหน่ายสินค้าโดยการนำสินค้าไปขายเองที่แหล่งรับซื้อ การจำหน่ายเองที่แหล่งผลิตและจำหน่ายเองที่ตลาดและส่งจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกเฉพาะในเขตพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับปริญ ลักษิตานนท์ (2545 :11) ได้กล่าวถึงระดับของช่องทางการตลาดไว้ดังนี้ คนกลางแต่ละรายที่ทำหน้าที่นำสินค้าและกรรมสิทธิ์ของมันไปใช้เข้าไปใกล้ผู้ซื้อคนสุดท้ายจะประกอบกันเป็น ระดับในช่องทางการจำหน่าย (Channel Levels) เมื่อผู้ผลิตและลูกค้าคนสุดท้ายต่างก็ทำหน้าที่ด้วยทั้ง 2 ฝ่าย จึงถือเป็นส่วนของช่องทางทุกช่องทางด้วย จำนวนระดับของคนกลางชี้ให้เห็นถึงความยาวของช่องทางการจัดจำหน่าย ของคนกลางชี้ให้เห็นถึงความยาวของช่องทางการจัดจำหน่าย

2.2.1 ช่องทางตรง เป็นช่องทางการตลาดโดยตรง ผู้ผลิตขายโดยตรงสู่ลูกค้าคนสุดท้าย เช่น การขายถึงบ้าน จัดปาร์ตี้ที่บ้าน ขายทางไปรษณีย์ การตลาดผ่านทางโทรศัพท์ การขาย ทางทีวี

2.2.2 ช่องทางระดับเดียว เป็นการขายผ่านคนกลางรายหนึ่ง คือ พ่อค้าปลีก

2.2.3 ช่องทางสองระดับ มีคนกลาง 2 ราย คือ พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก

2.2.4 ช่องทางสามระดับ มีคนกลาง 3 ราย เช่น ผู้ผลิตขายให้พ่อค้าส่ง ซึ่งขายให้พ่อค้าส่งรายย่อยที่จะขายให้พ่อค้าปลีกรายย่อย จัดว่าเป็นช่องทางที่ยาวที่สุด

2.3 ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เกษตรกรมีการใช้เงินลงทุนเพื่อการทำธุรกิจ ใช้ทุนเพื่อจัดหาเครื่องมือเพิ่มเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น มีการใช้เงินเพื่อเพิ่มขนาดของธุรกิจ มีการลดหนี้/ลบหนี้การลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อย มีการนำเงินไปซื้อเครื่องจักรเพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ วันชัย ริจิรวนิช และสุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน (ม.ป.ป. : 23) ได้ให้ความหมายของต้นทุนว่า คือ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปสำหรับปัจจัยทางการผลิต เพื่อให้เกิดผลผลิต ต้นทุนจึงเป็นส่วนที่ใช้สำหรับการนิยามอัตราผลิตภาพหรือผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งเท่ากับผลผลิต (Output) หารด้วยปัจจัยนำเข้า (Input) ต้นทุนจึงเป็นมูลค่าที่วัดได้ในเชิงเศรษฐศาสตร์ของทรัพยากรที่ใช้ และต้นทุนมีลักษณะที่ใช้ไปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ถือเป็นสินทรัพย์ได้ เช่น คงคลังของวัสดุ งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูป และสอดคล้องกับ ชีรยา บุรณะ (2553 : 101) ได้ศึกษาการวิเคราะห์โครงการลงทุนปลูกยางพารา และความอ่อนไหวของโครงการ โดยสอบถามเกษตรกรที่ปลูกยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 61 ราย ผลการศึกษาพบว่า การปลูกยางพาราให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนในทุกกรณี สำหรับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการลงทุนยางพารา โดยสมมติให้รายได้และค่าใช้จ่ายมีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทุกกรณี พบว่า ยังคงให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนเช่นกัน

2.4 ด้านกลยุทธ์การตั้งราคา สำหรับกลยุทธ์การตั้งราคา คือ วิธีการต่างๆ ที่ใช้สำหรับการตั้งราคาสินค้าตามนโยบายราคาที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ผู้ซื้อยอมรับราคาที่ตั้งขึ้นมา ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตั้งราคาที่มีผลต่อเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ได้แก่ นโยบายการตั้งราคาของผู้ประกอบการ ผลกระทบของราคาต่อฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การตั้งราคาระดับต่ำหรือการตั้งราคาเพื่อเจาะตลาด การตั้งราคาตามคู่แข่ง การตั้งราคาตามสภาพลักษณะและการตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับมณีสร อนันต์๊ะ และคณะ (2559 : ออนไลน์) ศึกษารูปแบบตลาดยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการซื้อขายยางก้อนถ้วยผ่านระบบตลาดกลางยางพารา อันนำไปสู่การเป็นศูนย์กลางการซื้อขายที่ผู้ใช้บริการให้การยอมรับและเป็นแหล่งอ้างอิงราคาที่สำคัญในระดับภูมิภาค ผลการศึกษาพบว่า การซื้อขายยางก้อนถ้วยส่วนใหญ่จะซื้อขายโดยวิธีประมูลผ่านจุดรวบรวมในท้องถิ่น ทุก 15 วัน สำหรับแนวทางการพัฒนากระบวนการซื้อขายยางก้อนถ้วย ได้นำรูปแบบการซื้อขายของสถาบันเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรเป็นกรณีศึกษามาประยุกต์ใช้ โดยได้กำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่หนึ่ง การซื้อขายผ่านตลาดกลางยางพารา กล่าวคือ ผู้ขายต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกตลาด และนำยางมารวบรวมไว้ที่ตลาดกลางก่อนการซื้อ

จริง 1 วัน โดยบรรจุยกก่อนด้วยในบรรจุภัณฑ์ที่ตลาดกลางกำหนด ขนาดบรรจุประมาณ 50 กิโลกรัม เพื่อสะดวกในการยกขึ้นลง การชั่งชั่ง และการประมาณน้ำหนัก จากนั้นเจ้าหน้าที่จะเจาะรูที่ถุงพลาสติกหรือกระสอบ เพื่อมิให้น้ำขังในบรรจุภัณฑ์และลดความชื้นในก้อนยาง เจ้าหน้าที่ตลาดกลางตรวจสอบและคัดคุณภาพยางด้วยสายตา โดยใช้จำนวนมีดกรี๊ดและจำนวนวันจับเก็บเป็นเกณฑ์ แต่ต้องสะอาดไม่มีสิ่งสกปรกเจือปน ทั้งนี้จำเป็นต้องคุมตรวจค่าปริมาณเนื้อยางแห้ง (ค่า DRC) สำหรับเป็นเกณฑ์ในการคำนวณราคากลางและเป็นฐานข้อมูลซื้อขาย ส่วนราคาประมูลเป็นราคา ณ ตลาดกลาง และเป็นราคาสุทธิที่หักเปอร์เซ็นต์ความชื้นของยางแต่ละคุณภาพ โดยผู้ซื้อและผู้ขายต้องรับน้ำหนักชั่งที่ตลาดกลาง ซึ่งตลาดกลางจะทรงรองจ่ายเงินค่ายางแก่ผู้ขาย จากนั้นผู้ซื้อต้องชำระเงินค่ายางคืนแก่ตลาดกลางทันทีที่รับมอบยางเสร็จสิ้น แนวทางปฏิบัติอีกรูปแบบหนึ่งคือ การสร้างเครือข่ายตลาดกลาง โดยพิจารณาคัดเลือกสถาบันเกษตรกรที่มีความเข้มแข็ง ทำหน้าที่บริหารจัดการตลาด และดำเนินกระบวนการซื้อขายซึ่งจำลองรูปแบบมาจากตลาดกลาง แต่คณะกรรมการหรือผู้เกี่ยวข้องต้องได้รับการอบรมด้านการจัดการตลาดและการคัดคุณภาพยางก่อนด้วย เพื่อให้เป็นไปในแนวทางเดียวกับตลาดกลาง ทั้งนี้เครือข่ายไม่ต้องนำยางไปขายที่ตลาดกลาง แต่แจ้งปริมาณยางเข้าร่วมประมูลที่ตลาดกลาง ดังนั้นราคาซื้อขาย ณ เครือข่ายจึงเป็นราคาประมูล ณ ตลาดกลางยางพารา โดยตลาดกลางจะทรงรองจ่ายเงินค่ายางให้ เครือข่ายตามปริมาณยางที่เสนอเข้าร่วมประมูล และผู้ซื้อรับน้ำหนักยางที่ตลาดเครือข่าย พร้อมทั้งจ่ายเงินค่ายางคืนแก่ตลาดกลางทันทีที่รับมอบยางเสร็จสิ้น ส่วนกระบวนการส่งมอบและรับมอบยาง ณ ตลาดเครือข่าย ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและข้อตกลงระหว่างเครือข่ายกับผู้ซื้อ อย่างไรก็ตามการพัฒนากระบวนการซื้อขายยางก่อนด้วยผ่านระบบตลาดกลางยางพาราให้มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยการติดตาม ตรวจสอบ เพื่อรับทราบปัญหาอุปสรรค และให้คำแนะนำ ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับและมีความมั่นใจในระบบตลาดกลางนำไปสู่ความสำเร็จและความสามารถในการขยายตลาดเครือข่ายให้มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ

3. แนวทางที่สำคัญที่พบว่า การลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรการผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการลดต้นทุนเนื่องจากราคายางที่เกษตรกรได้รับเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกยางพารามีรายได้และอยู่รอด แต่ราคายางพารามีผลทำให้ทั้งเกษตรกรพ่อค้า ผู้แปรรูป และผู้ส่งออกได้รับผลกระทบทั้งระบบ เกษตรกรส่วนใหญ่พยายามลดต้นทุนการผลิตโดยหันมาผลิตยางในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ น้ำยางสดและยางก้อนถ้วย เนื่องจากประหยัดเวลาแรงงาน และต้นทุนการผลิต ซึ่งต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่มาจากค่าจ้างแรงงานในการกรี๊ดยาง และค่าปุ๋ยเคมีและสารกำจัดศัตรูพืช ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันทั้งอัตราค่าจ้างแรงงานในภาคการเกษตรและราคาปุ๋ยเคมีได้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเกษตรกรควรได้รับความรู้ในเรื่องการบริหาร

จัดการเพื่อลดต้นทุนการผลิตในสวนยาง เช่น การทำปุ๋ยหมักและน้ำหมักชีวภาพเพื่อบำรุงต้นยาง การไถกลบใบยางเพื่อเป็นปุ๋ยบำรุงดิน เป็นต้น นอกจากนี้เกษตรกรยังสามารถสร้างรายได้ โดยการปลูกพืชแซมยาง โดยอาจจะเป็นกลุ่มพืชผัก หรือ ไม้ผลยืนต้น เพื่อสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้แนวทางการเพิ่มช่องทางการตลาดเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สำคัญในการลด ต้นทุน และการเพิ่มผลกำไรการผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเพิ่ม ช่องทางการขายสินค้าและสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เพราะสถานการณ์ปัจจุบัน การทำธุรกิจ ถือว่า เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากโดยการมองเรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาด การลดต้นทุนการผลิต การตั้ง ราคาและการบริหารจัดการเงินลงทุนมีความจำเป็นที่ต้องใช้ในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ใน ระดับนโยบายหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญในการหาแนวทางในการลดต้นทุนการผลิตของ เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา และหากมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาจมีการเคลื่อนย้ายผลผลิต ยางพาราที่มีต้นทุนต่ำเข้ามาจากประเทศเพื่อนบ้าน และอาจส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคจนถึงระดับประเทศ ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐ จึงควรมี นโยบายต่างๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้ความรู้ทั้งระบบให้แก่เกษตรกรในด้านการลดต้นทุนการผลิต และการเพิ่มรายได้

4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อยากให้รัฐบาลดูแลเรื่องราคาขายพารา ให้ รัฐบาลช่วยลดต้นทุนการผลิต เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เครื่องมือทางการเกษตร ให้เกษตรกรอำเภอมา อบรมให้ความรู้ในการลดต้นทุน และเพิ่มผลผลิตยางพารา ตามลำดับ

5. แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรการผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ การศึกษาผลของแนวทางในการลดต้นทุนเพื่อเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิต ยางพาราแผ่นดินในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามแนวทางการลดต้นทุนและ การเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดินในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการตลาด ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน และด้านกลยุทธ์การตั้งราคา มีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการลดต้นทุน ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อการนำไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์สำหรับแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไร การผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถนำไปใช้ดังต่อไปนี้

1.1 ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่เกษตรกรที่ผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงการแจกคู่มือในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ในพื้นที่การผลิต

1.2 ขยายการรับซื้อผลผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการให้ความร่วมมือของเกษตรกรที่ผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความต้องการการเข้าร่วมการผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เช่น ในการให้ความรู้หรือขั้นตอนการผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

2.2 ควรศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับความต้องการเข้าร่วมการผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อจะได้นำความรู้ไปวางแผนและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

2.3 ควรมีการศึกษาค้นคว้าของเกษตรกรในการผลิตยางพาราในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อจะได้ทราบถึงปัญหาของผู้ผลิตยางพาราและเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการและการแก้ปัญหา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ผลิตยางพารา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Burriam Rajabhat University

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรคนก เจริญसार. (2549). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลช่องทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การจัดการการตลาด). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2555). ยางพารา. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กฤษฎี พิสิษฐกุล. (2558). สถานการณ์ยางพาราปี 2557 และแนวโน้มปี 2558. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558 จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Rubber2014andTrend2015.pdf>.
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส. โครงการผลิตยางแผ่นดิบ. นราธิวาส : บริษัท JK RUBBER จำกัด.
- จุมพฏ สุวเกื้อ และพัชรินทร์ ศรีวารินทร์. (2551). ต้นทุนและผลประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากการปลูกยางพารา. รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.
- ชลธิชา บราณสาร, สาริต อติศโต และเขวรัตน์ ศรีวรานนท์. (2558). การจัดการการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตยางก้อนถ้วย ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารแก่นเกษตร 43 (ฉบับพิเศษ 1) : 734 – 737.
- ชูกิยาม่า, เค. (ม.ป.ป.). 100 แนวคิดและเทคนิคพิชิตต้นทุนแบบรวบยอด. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ฉัฐพล ลีลาวพัฒนานนท์. (2558). ลดต้นทุนการผลิต. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558 จาก http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=340&Itemid=14.
- ดวงมณี โกมารทัต. (2551). การบัญชีต้นทุน. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิต โสรัตน์. (2558). ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหายางพาราระยะเร่งด่วนและอย่างยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558, จาก : <http://www.tanitsorat.com/file/ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหายางพาราระยะเร่งด่วนและอย่างยั่งยืน.pdf>.
- ธีรยา นูระณะ. (2553). การวิเคราะห์โครงการลงทุนปลูกยางพาราในจังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นงนิตย์ ศิริโภคากิจ. (2541). ชุดวิชาการบริหารการขายและการจัดจำหน่าย. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2548). **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาคยา ศรีรัตนศิลป์. (2552). **หลักการบัญชีเพื่อการจัดการ**. กรุงเทพฯ : คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิตยสารทางเศรษฐกิจ. (2556, พฤศจิกายน). “สวนยางภูเขาเวียง.” **นิตยสารทางเศรษฐกิจ**. 11(1) : 16 – 22.
- บริษัท วี อินเทอร์เน็ต. (2558). **บทที่ 7 ทฤษฎีกำไรและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน**. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558 จาก http://mba.sorrawut.com/wiki/บทที่_7_ทฤษฎีกำไรและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปริญญ์ ถักนิทานนท์. (2545). **ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปริญญ์ กิจรุ่งโรจน์เจริญ. (2538). **บัญชีต้นทุน**. กรุงเทพฯ : สยามศึกษา.
- พรทิพย์ เขียวศรีวิทย์. (2550). **เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิบูล กงแก้ว. (2555). **การเปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนของการจดและไม่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มของสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พลศักดิ์ อินทรโยธ และภักดี บุญเจริญ. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อความเข้มแข็งของสหกรณ์กองทุนสวนยาง**. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง.
- มณีสร อนันตะ และคณะ. (2559). **รูปแบบการซื้อขายยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2559 จาก www.doa.go.th/research/attachment.php?aid=759
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2558). **ผลสำรวจพื้นที่ป่า ปี 55 – 56**. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2558 จาก <http://www.isranews.org/thaireform-news-environment/item/32314-forest.html>.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2558). **ทฤษฎีต้นทุนการผลิตรายรับและกำไรจากการผลิต**. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558 จาก : <http://e-book.ram.edu/e-book/e/EC111%28H%29/EC111%28H%29-6.pdf>.
- รวีวรรณ จันทร์แหวน. (2555). **การวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ระหว่างพื้นที่ในเขตชลประทานและนอกเขตชลประทาน อำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์**. การค้นคว้าอิสระ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- รัชณี รัตนวงศ์. (2548). ลักษณะการให้ผลผลิตของยางพารา. หนองคาย : กลุ่มวิจัย ศูนย์วิจัยยางหนองคาย สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 3 กรมวิชาการเกษตร.
- ลำไย มากเจริญ. (2551). การบัญชีต้นทุน. กรุงเทพฯ : ทริปเพิล เอ็ดดูเคชั่น.
- วารงคณา กิรติวิบูลย์ และคณะ. (2555). การคิดต้นทุนพร้อมกับรายได้จากการปลูกยางพาราในรูปแบบของระบบสมการหลายชั้น กรณีศึกษาอำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช. รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร กรมวิชาการเกษตร.
- วัชรภาพร กิติวรรณ. (2557). เทคนิคการจัดการการลดต้นทุนเพื่อความอยู่รอดของฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่รายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วันชัย ริจิรวนิช และสุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน. (ม.ป.ป.). การวิเคราะห์ต้นทุนอุตสาหกรรมและงบประมาณ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558). ภาคอีสาน (ประเทศไทย). สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2558 จาก http://th.wikipedia.org/wiki/ภาคอีสาน_%28ประเทศไทย%29.
- วีณา โฆษิตสุรังกุล และคณะ. (2546). Productivity องค์ประกอบการเพิ่มผลผลิต. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2540). 9 in 1 รู้เพียงเรื่องศัพท์การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์พัฒนา.
- ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ. (2558). อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2558 จาก <http://www.amphoe.com/menu.php?mid=1&am=319&pv=26>.
- ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). สถิติยางไทย. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2558, จาก : http://www.rubberthai.com/statistic/stat_index.htm.
- ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดหนองคาย. (2558). มาตรฐานยางพารา. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2558 จาก : <http://www.aopdr01.doe.go.th/aopdr01/standarddrysheets%20and%20cuplump.htm>.
- สถาบันวิจัยยาง. (2555). ข้อมูลวิชาการยางพารา. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- _____. (2557, 4 ตุลาคม). “สถานการณ์ยางปัจจุบันและแนวโน้มปี 2558.” วารสารยางพารา. 35(4) : 16 – 32.

- _____ . (2558). พื้นที่ปลูกยางของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2558 จาก http://www.rubberthai.com/statistic/stat_index.htm.
- _____ . (2558). สถานการณ์ยางพารา. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2558 จาก http://www.rubberthai.com/rubberthai/index.php?option=com_content&view=article&id=66476:-07072557&catid=10:2010-05-04-03-57-14.
- สมจิตต์ ศิขรินมาศ และมณีสร อนันต์ตะ. (2554). รายงานผลการวิจัยยางพารา: การพัฒนา
 โรมมควันของสถาบันเกษตรกรเข้าสู่ระบบมาตรฐาน GMP. รายงานผลการวิจัยเรื่องเดิม
 ประจำปี 2554. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร.
- สมเจตน์ ประทุมมิตร และคณะ. (2546). แผนที่ศักยภาพการผลิตยางพาราเพื่อการขยายพื้นที่
 ปลูกยางปี พ.ศ. 2547 – 2549 ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. เอกสารและ
 บทความทางวิชาการยางพารา. กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). การบัญชีต้นทุน: แนวคิดการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และ
 การบันทึกบัญชี. กรุงเทพฯ: แมคกรอ – ฮิล.
- สมพล พัทจารี. (2553). การวิเคราะห์การทดแทนเครื่องจักรเพื่อเพิ่มกำไรทางเศรษฐศาสตร์ในโรงงาน
 เมล็ดพันธุ์ข้าวโพด. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (วิศวกรรมอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.
- สหกรณ์กองทุนสวนยาง โนนสุวรรณ จำกัด. (2554). รายงานผลการดำเนินงานสหกรณ์กองทุน
 สวนยาง โนนสุวรรณ จำกัด. บุรีรัมย์: สหกรณ์กองทุนสวนยาง โนนสุวรรณ จำกัด.
- สาตี ชินสถิต และคณะ. (2550). ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการผลิตยางพาราของเกษตรกรในพื้นที่
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยและ
 พัฒนาการเกษตร กรมวิชาการเกษตร.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2538). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: พี เอ ลีฟวิ่ง.
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. (2554). แบบสรุปผลการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์และ
 กลุ่มฯ สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ประจำเดือน ตุลาคม 2553 – กันยายน
 2554. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง.
- _____ . (2555). แนวทางเบื้องต้นในการเพิ่มบทบาทและศักยภาพการแปรรูปและพัฒนาระบบ
 ตลาดยางพาราในระดับเกษตรกร. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง.
- สำนักงานตลาดกลางยางพาราสงขลา. (2553). ทำเนียบสหกรณ์กองทุนสวนยาง ปี 2553. กรุงเทพฯ:
 สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สำนักงานตลาดกลางยางพาราบุรีรัมย์. (2558). ราคายางพารา. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558

จาก <http://www.rubberburiram.com/>.

สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน). (2558). ประวัติความเป็นมาของยางพารา.

สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558 จาก http://kasetinfo.arda.or.th/arda/rubber/?page_id=212.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558). ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจ

การเกษตร. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558, จาก : <http://infoservice.oae.go.th/>.

สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์. (2558). ฐานข้อมูลเกษตรกร. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558

จาก <http://ecoplant.doae.go.th/center/index.php>.

สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2552). การศึกษาความเป็นไปได้ของ
การแปรรูปยางพารา ประจำปี 2552. รายงานประจำปี 2552 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

แหล่งเรียนรู้ศูนย์วิจัยยางพารา. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558

จาก http://fieldtrip.ipst.ac.th/intro_sub_content.php?content_id=23&content_folder_id=245.

อนุมาน จันทวงศ์. (2552). การศึกษาสมการการผลิตและประสิทธิภาพการผลิตปาล์มน้ำมันของ
เกษตรกรจังหวัดสุราษฎร์ธานี. รายงานการวิจัย. สุราษฎร์ธานี : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

อรนุปผา ศรีลาวงศ์. (2551). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกยางพารา : กรณีศึกษา
อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร. การค้นคว้าอิสระ (การบัญชี). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ธัญบุรี.

Berman, B. (1996). **Marketing Channels**. New York : John Wiley & Sons, Inc..

John S. (2558). แนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์ของสำนักคลาสสิก : จอห์น สจิวต์ มิลล์ (John Stuart Mill). สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/468900>.

Kotler, Philip. (2004). **Marketing Management : An Asian Perspective**. 2nd ed .

New Jersey : Prentice Hall, Inc..

Kotler, P. et al. (1999). **Principles of Marketing**. 5th ed. New Jersey : Prentice Hall, Inc.

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Buriram Rajabhat University



ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ ๖๑๙๗

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถนนจิระ อำเภอเมืองบุรีรัมย์
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.รัตนฐาภัทร ธนโชติสุขสบาย

ด้วย นายสนทนกฤต เพชรชนะ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษา
และทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มกำไร ของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ
ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยา รักการศิลป์ เป็นที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาแล้วว่าท่านเป็นผู้มีความรู้
ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องนี้อย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ทำการวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอน
ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล สมคุณา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

โทร ๐ ๔๕๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๓๘๐๖

โทรสาร ๐ ๔๕๖๑ ๒๘๕๘

มือถือ ๐๘ ๖๔๖๘ ๑๖๕๖



ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ ๑๑๙๗

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถนนจระ อำเภอมืองบุรีรัมย์
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์

ด้วย นายสนทนกฤต เพชรชนะ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษา
และทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มกำไร ของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิน
ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียา รักการศิลป์ เป็นที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาแล้วว่าท่านเป็นผู้มีความรู้
ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องนี้อย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ทำการวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอน
ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล สมคุณา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

โทร ๐ ๔๔๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๓๘๐๖

โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘

มือถือ ๐๘ ๖๔๖๘ ๑๖๕๖



ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ ๖๑๙๗

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถนนจิระ อำเภอเมืองบุรีรัมย์
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินทิพย์ พิมพ์กัลด

ด้วย นายสรนภฤต เพชรชนะ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษา
และทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มกำไร ของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ
ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียา รักการศิลป์ เป็นที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาแล้วว่าท่านเป็นผู้มีความรู้
ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องนี้อย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบเครื่องมือในการทำการวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ทำการวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอน
ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล สมคุณา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

โทร ๐ ๔๕๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๓๘๐๖

โทรสาร ๐ ๔๕๖๑ ๒๘๕๘

มือถือ ๐๘ ๖๔๖๘ ๑๖๕๖



ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ว๒๐๑

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๗ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ทดลองเครื่องมือในการวิจัย

เรียน สหกรณ์กองทุนสวนยางนิคมบ้านกรวด

ด้วย นายสนกฤต เพชรชนะ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มกำไร ของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียา รักการศิลป์ ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ในการทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัยที่จะใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อหาประสิทธิภาพของเครื่องมือในการวิจัย

ดังนั้นจึงขออนุญาตให้ นายสนกฤต เพชรชนะ ใช้เครื่องมือในการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกำหนดการทำงานผู้ทำการวิจัยจะประสานในรายละเอียดอีกครั้ง มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล สมคุณา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

โทร ๐ ๔๕๖๑ ๑๒๒๑, ๐ ๔๕๖๐ ๑๖๑๖ ต่อ ๓๘๐๖

โทรสาร ๐ ๔๕๖๑ ๒๘๕๘



ที่ ศธ.๐๕๔๕.๑๑/ว๒๑๕

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ถนนจิระ อำเภอเมืองบุรีรัมย์
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม

เรียน

ด้วย นายสนนภุต เพชรชนะ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดินในอำเภอละหานทราย โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียา รักการศิลป์ เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยการนี้นักศึกษามีความประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามผู้เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์อนุญาตให้นักศึกษาเข้าเก็บข้อมูลด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล สมคุณา)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

โทร ๐ ๔๕๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๗๔๐๑-๒

โทรสาร ๐ ๔๕๖๑ ๒๘๕๘

มือถือ ๐๘ ๖๕๖๘ ๑๖๕๖

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Buriram Rajabhat University

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ
ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์
 2. แบบสอบถาม มี 4 ตอน
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 ต้นทุนในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์
ตอนที่ 3 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์
ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
- ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นี้มุ่งนำไปเป็นประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยขอรับรองว่าไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาปฏิบัติหน้าที่ของท่านแต่ประการใด จึงขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง
- ในโอกาสนี้ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลาตอบคำถามและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดียิ่ง

นายสนกฤต เพชรชนะ

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง แนวทางการลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรของเกษตรกรผู้ผลิตยางพาราแผ่นดิบ
ในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- อายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี
 อายุ 41 – 50 ปี อายุ 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- โสด สมรส
 หม้าย หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า อนุปริญญา/ปวศ. หรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

5. ระยะเวลาในการทำธุรกิจยางพาราแผ่นดิบ

- 1 – 5 ปี 6 – 10 ปี
 11 – 15 ปี มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 ต้นทุนในการผลิตยางพาราแผ่นดิบของเกษตรกรในเขตอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

2.1 ต้นทุนในการลงทุน

2.1.1 ต้นทุนผันแปร

ต้นทุน	จำนวน อุปกรณ์	ราคาต่อหน่วย (บาท)	อายุการใช้งาน(ปี)
ต้นทุนผันแปร			
ค่าตัดแต่งกิ่ง			
ค่าฉีดยาพ่นสารเคมี			
ค่าใส่ปุ๋ยบำรุง			

ต้นทุน	จำนวน อุปกรณ์	ราคาต่อหน่วย (บาท)	อายุการใช้งาน(ปี)
ค่าตัดหญ้า			
ค่ากรีดเก็บน้ำยาง			
ค่าดูแลสวนยางพารา			
ปุ๋ยบำรุง			
สารกำจัดวัชพืช			
น้ำยาทำยางแผ่น			
น้ำมัน			
ซ่อมแซมอุปกรณ์			
อื่น ๆ (ระบุ)			
ต้นทุนคงที่			
เครื่องฟั่นสารเคมีพร้อมอุปกรณ์			
จอบ/เสียม			
มีด/พร้า			
กรรไกรตัดแต่งกิ่ง			
ถ้วยรองน้ำยาง			
ขวดเขวนถ้วยยาง			
ลิ้นยาง			
ถังเก็บน้ำยาง			
พายกวาดน้ำยาง			
รถเข็น			
มีสำหรับกรีดยาง			
ไฟฉาย			
อื่น ๆ (ระบุ)			

2.2 ด้านรายได้

2.1.1 ความต้องการถือเงิน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ถือเงินไว้เพื่อใช้จ่ายใช้สอย | <input type="checkbox"/> ถือเงินไว้เพื่อเหตุฉุกเฉิน/การออม |
| <input type="checkbox"/> ถือเงินไว้เพื่อเกร็งกำไร | <input type="checkbox"/> ถือเงินไว้เพื่อการลงทุน |
| <input type="checkbox"/> ถือเงินไว้เพื่ออื่นๆ (ระบุ)..... | |

2.1.2 ความต้องการถือเงินของท่านขึ้นอยู่กับสิ่งใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ดอกเบี้ย | <input type="checkbox"/> จำนวนเงินที่ได้รับ |
| <input type="checkbox"/> ประโยชน์ที่ได้รับจากเงินก่อนนั้น | <input type="checkbox"/> การเพิ่มการลงทุน |
| <input type="checkbox"/> การใช้จ่ายใช้สอย | <input type="checkbox"/> ผลผลิต |
| <input type="checkbox"/> การจ้างงาน | <input type="checkbox"/> ระดับราคาสินค้า |
| <input type="checkbox"/> นโยบายของรัฐบาล | <input type="checkbox"/> ภาวะเศรษฐกิจชุมชน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

2.1.3 รายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดิบต่อเดือน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 15,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 – 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100,001 – 500,000 บาท | <input type="checkbox"/> 500,001 บาทขึ้นไป |

2.1.4 รายได้จากการจำหน่ายยางพาราแผ่นดิบ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 15,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 – 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100,001 – 500,000 บาท | <input type="checkbox"/> 500,001 บาทขึ้นไป |

2.1.5 รายได้จากการทำอาชีพเสริม

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 15,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 – 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100,001 – 500,000 บาท | <input type="checkbox"/> 500,001 บาทขึ้นไป |

2.1.6 รายได้อื่น ๆ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 15,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 – 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100,001 – 500,000 บาท | <input type="checkbox"/> 500,001 บาทขึ้นไป |

2.3 ด้านหนี้สิน

2.2.1 แหล่งทุนกู้เงิน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ชกส. บุรีรัมย์ () ธนาคารออมสินบุรีรัมย์
 () ธนาคารอาคารสงเคราะห์ () ธนาคารพาณิชย์ ภายในจังหวัดบุรีรัมย์
 () นายทุน () ญาติพี่น้อง
 () แหล่งอื่น ๆ (ระบุ).....

2.2.2 ภาระการเป็นหนี้สินอื่น ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผ่อนบ้าน () ผ่อนรถ
 () ผ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้า () ผ่อนสินเชื่ออื่น ๆ

2.2.3 การเปรียบเทียบหนี้สิน

- () เท่าปีที่ผ่านมา () เพิ่มขึ้นปีที่ผ่านมา
 () ขำระหมดแล้ว () อื่น ๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 3 แนวทางในการเพิ่มผลกำไรในการผลิตยางพาราแผ่นดินของเกษตรกรในอำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์

ที่	รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
		ใช้มากที่สุด	ใช้มาก	ใช้ปานกลาง	ใช้น้อย	ใช้น้อยที่สุด
1. ด้านการลดต้นทุนการผลิต						
1	มีการเก็บรายละเอียดของลูกค้าที่สั่งซื้อ เช่น ที่อยู่ จำนวนที่สั่งซื้อ เป็นต้น					
2	มีการประเมินความต้องการของลูกค้า					
3	มีการประเมินผลผลิตกับรายละเอียดการสั่งซื้อของลูกค้า					
4	วิเคราะห์ผลกระทบต่างๆเกี่ยวกับความต้องการที่จะซื้อสินค้าของลูกค้า					
5	มีการประสานงานที่ใกล้ชิดกับผู้สั่งซื้อและผู้ซื้อ					

ที่	รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
		ใช้มากที่สุด	ใช้มาก	ใช้ปานกลาง	ใช้น้อย	ใช้น้อยที่สุด
6	มีการวิเคราะห์ กำหนด วัตถุประสงค์เพื่อการลดการขาดสต็อก					
7	มีการจัดทำระยะเวลาในการผลิตเพื่อประกันเวลาการผลิต					
8	มีการประเมินต้นทุนการขนส่งในการนำส่งสินค้าไปยังลูกค้า					
9	มีการบวกค่าขนส่งในการนำส่งแก่ลูกค้าหากระยะทางไกล					
10	มีการวิเคราะห์ผลดีผลเสียทุกครั้งและนำไปปรับปรุงการขนส่งเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า					
11	มีการประเมินวัตถุประสงค์ทุกครั้งเมื่อนำเข้าสู่สต็อก					
12	พยายามจัดเก็บในที่ที่มีต้นทุนจัดเก็บต่ำสุด					
13	มีการวางแผนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้า					
14	มีการจัดอบรมความรู้เสริมทักษะการผลิตให้กับลูกจ้าง					
15	มีการประเมินวิธีการทำงานของลูกจ้าง					
16	มีการทดสอบและประเมินวัตถุประสงค์ว่ามีคุณภาพหรือไม่					
17	มีการวิเคราะห์วัสดุที่สูญเสียโดยใช้เหตุและพยายามนำวัสดุเหลือทิ้งไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์					

ที่	รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
		ใช้มากที่สุด	ใช้มาก	ใช้ปานกลาง	ใช้น้อย	ใช้น้อยที่สุด
18	มีการวิเคราะห์วิธีการผลิตว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ เช่น ผลิตได้มาก มีรสชาติดี ไม่มีพิษภัยต่อผู้บริโภค					
19	มีการวิเคราะห์เพื่อลดขั้นตอนการผลิตลง แต่ปริมาณการผลิตได้เท่าเดิมหรือมากกว่า					
20	มีการวิเคราะห์และศึกษากระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าหรือผลิตภัณฑ์					
2. ด้านช่องทางการตลาด						
1	มีการแพ็คเกจยพาราแผ่นดิบตามขนาดที่สั่งซื้อ					
2	มีการปรับปรุงเพื่อให้เกิดคุณค่ามากขึ้น					
3	มีวิธีการบำรุงดูแลเพื่อให้เกิดความน่าเหม็นง่าย					
4	มีวิธีการทำยพาราแผ่นดิบให้ดีขึ้นเพื่อดึงดูดใจลูกค้า					
5	มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตน					
6	มีโบว์ชัวร์ประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง					
7	มีการเจรจาต่อรองเพื่อให้มีการซื้อและการขายสินค้าเกิดขึ้น					
8	มีการประชาสัมพันธ์ไปยังสำนักงานต่างๆ					
9	จำหน่ายเองที่แหล่งผลิต					
10	จำหน่ายเองที่ตลาด					
11	จำหน่ายโดยการนำสินค้าไปขายเองที่แหล่งรับซื้อ					

ที่	รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
		ใช้มากที่สุด	ใช้มาก	ใช้ปานกลาง	ใช้น้อย	ใช้น้อยที่สุด
12	ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกเฉพาะในเขตพื้นที่					
13	ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกในเขตอำเภอต่างๆ					
14	ส่งจำหน่ายกับพ่อค้าส่งไปยังอำเภอต่างๆ					
15	มีนายหน้าจัดส่งไปจำหน่ายยังแหล่งที่รับซื้อผลิตภัณฑ์					
3. ด้านการบริหารจัดการเงินลงทุน						
1	มีการใช้เงินลงทุนเพื่อการทำธุรกิจ					
2	รายจ่ายมีมากไม่พอต่อการประกันความเสี่ยงในอนาคต					
3	รายจ่ายมีมาก ไม่สามารถที่จะลงทุนทำธุรกิจอื่นได้					
4	มีรายได้ไม่มีเพียงพอที่จะวางแผนระยะยาว					
5	มีการลดหนี้/ลบหนี้ การลงทุนที่เสี่ยงน้อย					
6	มีการใช้เงินเพื่อเพิ่มขนาดของธุรกิจ					
7	มีการใช้เงินเพื่อขยายพื้นที่ในการขยายขนาดธุรกิจ					
8	มีการใช้เงินเพื่อเพิ่มผลผลิตในการบริหารจัดการธุรกิจ					
9	มีการนำเงินไปซื้อเครื่องจักรเพื่อลดต้นทุนการผลิต					
10	มีการใช้เครื่องมือเพิ่มเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น					

ที่	รายละเอียด	ระดับความสำคัญ				
		ใช้มากที่สุด	ใช้มาก	ใช้ปานกลาง	ใช้น้อย	ใช้น้อยที่สุด
4. ด้านกลยุทธ์การตั้งราคา						
1	ตั้งราคาสินค้าที่แตกต่างกันด้านขนาด					
2	ตั้งราคาสินค้าที่ใช้ร่วมกัน หมายถึง เมื่อมีสินค้าที่ใช้ร่วมกันเป็นจำนวนมาก ราคาข้อมากขึ้น					
3	การตั้งราคาสินค้าประกอบผู้ผลิตขึ้นสำหรับใช้กับสินค้าหลัก					
4	การตั้งราคาส่งมอบราคาเดียว					
5	การตั้งราคาแบบผู้ขายรับภาระค่าขนส่ง					
6	ส่วนลดปริมาณ เช่นเมื่อซื้อจำนวนมากก็ลดราคาลง หรือ มีส่วนที่จะแถมให้					
7	การตั้งราคาสินค้าใหม่ระดับสูง					
8	การตั้งราคาระดับต่ำหรือตั้งราคาเพื่อเจาะตลาด					
9	การตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้า					
10	การตั้งราคาตามรูปแบบผลิตภัณฑ์					
11	การตั้งราคาตามภาพลักษณ์					
12	การตั้งราคาตามสถานที่หรือทำเลที่ตั้ง					
13	การตั้งราคาตามคู่แข่ง					
14	ผลกระทบของราคาต่อฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง					
15	นโยบายการตั้งราคาของผู้ประกอบ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายสธนกฤต เพชรชนะ
วัน เดือน ปีเกิด	22 สิงหาคม พ.ศ. 2509
สถานที่เกิด	33 หมู่ที่ 1 ตำบลตะไคร่ อำเภอลำปาง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80250
ตำแหน่ง	ผู้จัดการสาขาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขานาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2522 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนฉวาง อำเภอลำปาง จังหวัด นครศรีธรรมราช พ.ศ.2528 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนฉวางรัชดาภิเษก อำเภอลำปาง จังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ.2533 รัฐศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการปกครอง วิชาโทกฎหมาย มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2560 เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและ การบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์