

แนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุน สงเคราะห์การทำสวนยาง กรณีศึกษา อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย DEVELOPMENT GUIDELINES OF RUBBER DISTRIBUTION FOR THE MEMBER OF OFFICE OF THE RUBBER REPLANTING AID FUND (ORRAF) IN CHIANG KHAN DISTRICT, LOEI PROVINCE

พงษ์ธรรมา อินตะเป็ง¹
 ชัยญา อภิบาลกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาการจัดจำหน่ายยางพาราและ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดเลย โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 278 ชุด จากจำนวนสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางฯ 1,017 ราย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีอาชีพทำสวนยางพารา รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท โดยปัญหาด้านการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดเลย พบว่า ปัญหาในด้านผู้ซื้อผลผลิตอยู่ในระดับมาก คือ ซื้อผลผลิตยางส่วนมากประเมินคุณภาพยางก่อนด้วยสายตาทำให้ได้ราคาต่ำ ปัจจัยทางส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยาง คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาสามารถเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายได้ 5 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการ “อบรมให้ความรู้การแปรรูปยางแผ่นและยางก้อนถ้วยให้ได้มาตรฐาน” 2) โครงการ “อบรมการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางพารา” 3) โครงการ “ส่งเสริมการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ให้แก่สมาชิกกลุ่มชาวสวนยางอย่างยั่งยืน” 4) โครงการ “อบรมระบบการบริหารธุรกิจและทางการจัดจำหน่ายยางพารา” 5) โครงการ “ศึกษาดูงานกลุ่มชาวสวนยางหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางที่ประสบความสำเร็จ”

คำสำคัญ: การจัดจำหน่ายยางพารา, สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

Abstract

The purpose of this study is analyzing in the problem of rubber distribution and marketing mix which effect to the decision of rubber distribution of the members of the Office of the rubber replanting aid fund (ORRAF) in Chiang khan District, Loei Province, to set up the approach to develop an opportunity to sell para rubber by questionnaire 278 samples from 1,017 members of ORRAF. The study results revealed that most samples were male, aged 31-40 years and lower secondary education level. In term of occupation, most samples were rubber plantations and had an average salary 10,001- 20,000 per month. The problem in distribution channel considered found that the biggest problem was the buyers such as the profiteer problem and naked eye evaluation on natural cup lump rubber cause a price will not truth. Among The marketing mix distribution channels was the most significant effect on sell decision. In conclusion, the study is consisted of development guidelines of rubber distribution for the members of ORRAF: (1) the 1st project, seminar processing rubber sheets and rubber cup lump them up to standard (2) the 2nd project , training to produce latex goods or products from natural latex (3) the 3rd project, to promoting organic fertilizer to the member of ORRAF group (4) the 4th project Training about business management systems and distribution channels on para rubber (5) the 5th project, field visit to the ORRAF group or cooperative to observe the organization and key for successful management.

Keywords: Rubber Distribution, The Office of the Rubber Replanting Aid Fund

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002
 E-mail: zha_inthapeng@hotmail.co.th

² รองศาสตราจารย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002

บทนำ

จังหวัดเลย เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จัดอยู่ในเขตพื้นที่ปลูกยางใหม่และเป็นจังหวัดที่มีการปลูกยางพารามากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองจากจังหวัดบึงกาฬโดยมีพื้นที่ปลูกยางประมาณ 500,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2554 และมีแนวโน้มในการปลูกสร้างสวนยางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ปลูกยางพาราภายใต้การดูแลของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดเลยไม่น้อยกว่า 120,069 ไร่ ซึ่งได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ปลูกตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน โดยพื้นที่บางส่วนได้ทำการเปิดกรีดแล้วและบางส่วนยังอยู่ในช่วงบำรุงรักษาเพื่อให้มีขนาดที่เหมาะสม (เส้นรอบวง 50 ซม. ที่ความสูง 150 ซม.) ในการเปิดกรีด พื้นที่ปลูกยางในเขตจังหวัดเลยในช่วงปีแรกของการส่งเสริม ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในเขตแห้งแล้ง ปริมาณน้ำฝนและจำนวนวันฝนตกต่ำกว่าในเขตปลูกยางเดิมเช่น ภาคใต้ การเจริญเติบโตของต้นยางในเขตปลูกยางใหม่มีลักษณะแปรปรวนสูงขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ พื้นที่ปลูก การเกษตรกรรม ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ในระยะแรกของการเจริญเติบโต ได้มีการพิจารณาเกณฑ์มาตรฐานการเจริญเติบโตและความรอดตายของต้นยางในแปลงหลัก เช่น ต้นยางอายุ 30 เดือน มีขนาดเส้นรอบลำต้น 13 เซนติเมตร วัดที่ระดับ 1.70 เมตร จากพื้นดินและจำนวนต้นรอดตาย 86 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น การเจริญเติบโตของยางช่วงอายุ 1-2 ปีแรก ต้นยางมีอัตราการเจริญช้ามากและการเจริญเติบโตของยางมีความแปรปรวนต่อสภาพแวดล้อม ช่วงอายุ 2-7 ปี เป็นระยะที่ยางพารามีอัตราการเจริญเติบโตสูง มีอัตราการเพิ่มของขนาดเส้นรอบลำต้น 7-10 เซนติเมตร/ปี เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตและความสม่ำเสมอของต้นยางตลอดจนจำนวนต้นเหลือรอดในสวนยาง ทำให้เกษตรกรเจ้าของสวนยางสามารถเปิดกรีดต้นยางได้เร็วขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ได้แก่ สภาพพื้นที่ปลูกยาง การเตรียมวัสดุปลูก พันธุ์ยาง การปลูก การบำรุงรักษาและการดูแลสวนยาง เป็นต้น ทำให้ในปัจจุบันหลังจากที่มีปริมาณสวนยางพาราเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบของการจำหน่ายผลผลิตจากยางแผ่นดิบมาเป็นยางก้อนถ้วย ดังนั้นรูปแบบของการดำเนินงานด้านการตลาดจึงเปลี่ยนไป [1]

จากข้อมูลสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดเลย [1] พบว่าปริมาณยางพาราที่ขายผ่านกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดเลยปี 2554-2556 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดย ปี 2554 ปริมาณ 7,706.61 ตัน ปี 2555 ปริมาณ 15,129.23 ตัน ปี 2556 ปริมาณ 17,801.11 ตัน แต่ในปี 2557 กลับมีปริมาณยางพาราที่ขายผ่านกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางลดลง คือ ขายผ่านเพียง 12,596.65 ตันเท่านั้น เนื่องจากปริมาณยางพาราที่ออกสู่ตลาดมีจำนวนมาก ราคาขายพารามีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องและสมาชิกกลุ่มได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตยางพาราจากจากแผ่นดิบไปเป็นยางก้อนถ้วยมากขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษา ปัญหาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดเลย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาด้านการจัดจำหน่ายยางพาราและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาปัญหาด้านการจัดจำหน่ายยางพาราและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็น สมาชิกและคณะกรรมการของกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ในเขตอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Krejcie & Morgan [2] ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 278 คน จากจำนวนสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ในเขตอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 1,017 ราย [3]

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัญหาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางโดยข้อคำถาม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า มีตัวเลือก 5 ระดับ ได้แก่ มีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด [4]

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายผลผลิตยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) [5] โดยข้อคำถามแต่ละข้อ เป็นข้อคำถาม แบบมาตราส่วนประเมินค่าแบ่งตัวเลือก เป็น 5 ระดับ ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด [4]

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การเสนอแนะทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) หรือ PEST Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทาง การเมืองและกฎหมาย (Political) เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และ เทคโนโลยี (Technology) [6]

2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เรียกว่า การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งออกได้เป็นจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) ภาวะคุกคาม (Threats) [7]

2.3 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ตอบสนองด้านการตลาด ทั้ง 4 ประการ

2.4 หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆ แล้ว นำมาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแล้วจึงใช้เพื่อเสนอแนะทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางต่อไป

ผลการวิจัย

1. การศึกษาปัญหาด้านการจัดจำหน่ายยางพาราและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.90 มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.40 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน คิดเป็นร้อยละ 39.90 มีอาชีพทำสวน

ยางพารา คิดเป็นร้อยละ 72.70 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.90

1.1 ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดเลย ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้รับซื้อผลผลิต ด้านสมาชิกกลุ่มชาวสวนยาง และด้านการจัดจำหน่ายยางพารา พบว่า

1) ปัญหาในด้านผู้ซื้อผลผลิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) โดยผู้รับซื้อผลผลิตบางส่วนมากประเมินคุณภาพยางก้อนถ้วยด้วยสายตาทำให้ได้ราคาต่ำมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมา คือ ผู้รับซื้อและแหล่งรับซื้อที่มีจำนวนน้อย ($\bar{X} = 4.04$) และ ผู้ซื้อบางพื้นที่อ้วนกันทำให้ราคาตกต่ำ ($\bar{X} = 4.00$) ส่วนผู้รับซื้อหรือแหล่งรับซื้อที่มีเครื่องชั่งที่ไม่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.27$)

2) ปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$) โดยผลผลิตยางพาราที่ขายในแต่ละรอบไม่แน่นอนและสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ไม่ได้รับข่าวสารด้านราคาที่ชัดเจนและทั่วถึงเพื่อการตัดสินใจขาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.40$) รองลงมา คือ ความเข้มแข็งของกลุ่มมีน้อยทำให้สมาชิกไม่นำผลผลิตยางพารามาขาย ($\bar{X} = 3.32$) และสมาชิกกลุ่มนำผลผลิตคุณภาพต่ำและมีสิ่งปลอมปนมาขายให้กลุ่ม ($\bar{X} = 3.03$) ส่วนสมาชิกกลุ่มไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.78$)

3) ปัญหาด้านสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางจะอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) โดยทางเลือกในการจัดจำหน่ายของกลุ่มมีน้อยทำให้สมาชิกกลุ่มบางรายไม่นำผลผลิตมาขาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมา คือ ปัญหาช่องทางการประมูลของกลุ่ม เช่น ประมูลด้วยตนเองเท่านั้นหรือประมูลได้หลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.57$) และกลุ่มมีปัญหาด้านการต่อรองราคากับผู้ซื้อผลผลิตให้กับสมาชิกกลุ่ม ($\bar{X} = 3.22$) ส่วนราคาที่สมาชิกกลุ่มขายให้กับร้านค้าทั่วไปดีกว่าผ่านกลุ่มทำให้กลุ่มมีปัญหาในเรื่องการควบคุมปริมาณเพื่อสร้างอำนาจต่อรองมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.86$)

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) โดยความหลากหลายของผลผลิตที่จำหน่าย เช่น น้ำยางสด ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย ยางเครพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมา คือ ผลผลิตของกลุ่มมีความน่าเชื่อถือจากผู้ซื้อ ($\bar{X} = 3.60$) และ การคัดคุณภาพยางพาราแต่ละประเภทของกลุ่มมีความเข้มงวด ($\bar{X} = 3.51$) ส่วนสารที่ใช้ในการจับตัวน้ำยางในกระบวนการผลิตไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.21$)

2) ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) โดย ความรวดเร็วในการได้รับเงินเมื่อขายผลผลิต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมา คือ กลุ่มทอดรองจ่ายเงินให้สมาชิก ($\bar{X} = 3.46$) และ ราคาที่ได้รับความนิยมเหมาะสมกับคุณภาพผลผลิต ($\bar{X} = 3.38$) ส่วนเงินค่าประกันการซื้อขายของกลุ่มที่ตกลงกับผู้ซื้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.93$)

3) ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) โดย คณะกรรมการกลุ่มมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมา คือ มีการประมูลหรือการตกลงราคาที่โปร่งใสและเปิดโอกาสให้สมาชิกได้รับทราบ ($\bar{X} = 3.82$) และ มีลานรับซื้อได้มาตรฐาน สะอาด และห่างไกลชุมชน ($\bar{X} = 3.81$) ส่วน การคมนาคมสะดวก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.72$)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) โดย มีการจำหน่ายปัจจัยการผลิตในราคาถูกให้สมาชิก เช่น ปุ๋ยเคมี ยาปราบวัชพืช สารปรับปรุงดิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลง

มาคือ มีการจัดลำดับคิวในการจำหน่ายผลผลิตที่เป็นธรรม ($\bar{X}$ = 3.61) และ กลุ่มมีศักยภาพในการเข้าร่วมโครงการของรัฐบาลในการดำเนินการด้านรักษาเสถียรภาพราคายาง ($\bar{X}$ = 3.39) ส่วน กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ เว็บไซต์ ป้ายโฆษณา หน่วยงานราชการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 3.09)

2. การเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป พบว่า สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรมมีผลกระทบในด้านบวกต่อการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ส่วนด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านนาโนประเทศมีผลกระทบด้านลบต่อการพัฒนาการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร (SWOT Analysis) พบว่า มีจุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ 1) ไม่ต้องใช้ต้นทุนการบริหารจัดการสูงและสมาชิกเป็นเกษตรกรในท้องถิ่นที่สามารถควบคุมดูแลได้ง่าย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง 2) การบริหารจัดการทำได้สะดวก อีกทั้งเกษตรกรที่เป็นสมาชิกจะได้รับสิทธิประโยชน์ในการขายยางพารากับกลุ่มได้ 3) เครื่องจักรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และมีสำนักงานซึ่งตวง วัด ของกระทรวงพาณิชย์ให้การรับรอง 4) ช่องทางการประมูลกรณีประมูลด้วยตนเองเท่านั้นทำให้ผู้ประมูลได้เห็นยางพาราและสามารถประเมินคุณภาพยางได้ถูกต้องมากกว่าช่วยลดการฮั้วประมูลหรือการฉ้อโกงได้ 5) ช่องทางการประมูลกรณีประมูลหลายช่องทางช่วยลดปัญหาการฮั้วประมูลได้เพราะผู้ประมูลจากเขตอื่นๆ สามารถเข้าร่วมประมูลได้มีผลทำให้ราคาประมูลสูง 6) กรณีมีการประมูลวันรวบรวมยางพาราทำให้สมาชิกกลุ่มทราบราคาก่อนนำยางไปขาย ณ จุดรวบรวม เป็นการเปิดโอกาสว่าจะตัดสินใจนำยางไปขายหรือไม่ 7) การจ่ายเงินกรณีผู้ประมูลจ่ายเงินสดให้สมาชิกกลุ่มช่วยลดปัญหาการฉ้อโกงได้ทันที สมาชิกกลุ่มได้รับเงินสดไปใช้ได้หลังจากผู้ประมูลชำระเงินให้กับกลุ่ม กลุ่มชาวสวนยางไม่ต้องรับภาระกำไรหรือขาดทุน 8) การจ่ายเงินกรณีกลุ่มต่อรองจ่ายให้สมาชิกก่อนสมาชิกกลุ่มได้รับเงินสดค่ายางทันทีหลังทราบราคา การจ่ายเงินเป็นระบบ ไม่สับสน คำนวณราคาได้ง่าย มีหลักฐานการรับ จ่ายเงินชัดเจนตรวจสอบได้ 9) ลักษณะการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิก กรณีไม่มีการพักยางพาราค้างคืนช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานเฝ้ายางและกระบวนการประมูลสามารถทำได้ในภายในวันเดียว 10) ลักษณะการจัดจำหน่ายยางพาราของสมาชิก กรณีมีการพักยางค้าง 1 คืนความชื้นในก้อนยางลดลงเล็กน้อยผู้ประมูลจะประเมินคุณภาพยางดีขึ้นและประมูลในราคาที่สูงขึ้นด้วย 11) การส่งมอบยาง กรณีการชั่งน้ำหนักรวมที่กลุ่ม การชั่งน้ำหนักยางโดยชั่งน้ำหนักรวมรถบรรทุกทำได้สะดวก รวดเร็ว และผู้ประมูลไม่จำเป็นต้องมารับยางด้วยตนเองสามารถใช้บริการจ้างเหมาขนส่งได้ 12) การส่งมอบยาง ชั่งยางของสมาชิกที่ละลาย ทำให้ไม่สับสน ผู้ประมูลสามารถเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพการผลิตให้แก่สมาชิกกลุ่มแต่ละรายได้โดยตรง 13) การเก็บค่าบริการจัดการของกลุ่ม ทำให้มีเงินทุนใช้ในการดำเนินงานและสมาชิกจะได้รับเงินปันผลจากส่วนแบ่งของเงินค่าบริการจัดการในช่วงปลายปีหรือในฤดูปิดกรีต 14) กรณีที่กลุ่มมีการปันผลรายได้ การรับฝากเงินเป็นการช่วยเหลือสมาชิกเพื่อให้มีเงินเก็บเมื่อถึงฤดูปิดกรีต และสมาชิกสามารถซื้อสินค้า อุปกรณ์ เคมีเกษตรได้ในราคาถูกกว่าตามท้องตลาดทั่วไป

จุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ 1) ลานรวบรวมของกลุ่มส่วนใหญ่ตั้งอยู่ห่างไกลจากแหล่งผลิต กลุ่มชาวสวนยางต้องใช้ต้นทุนในการบริหารจัดการสูง 2) จุดรวบรวมของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นลานดินไม่มีสถานที่หรือสำนักงานเป็นของตนเอง และมีจุดรวบรวมเป็นจุดย่อยจำนวนมากในพื้นที่ 3) สมาชิกกลุ่มมักไม่รักษากฎระเบียบของกลุ่มอย่างเคร่งครัด สมาชิกกลุ่มมีจำนวนไม่มาก เกิดความแตกต่างในราคาซื้อขายและยากต่อการควบคุมของภาครัฐ 4) ปริมาณการขายยางพาราในแต่ละรอบมีความไม่แน่นอน จึงมักมีแต่พ่อค้าในระดับท้องถิ่นเข้ามาร่วมประมูล และมี

ปัญหาการฮั้วประมูล 5) กรณีที่กลุ่มชาวสวนยางเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปนำยางมาขายคุณภาพยางของกลุ่มมักจะ ไม่คงที่ และผู้ขายที่ไม่ได้เป็นสมาชิกจะไม่ได้รับประโยชน์ใดๆ ทำให้ไม่เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มและไม่รักษา กฎระเบียบของกลุ่ม 6) การวัดคุณภาพยางของผู้ประมูลด้วยสายตาไม่มีเครื่องมือมาตรวัดที่ชัดเจนทางวิทยาศาสตร์ มีการหักค่ายางตามความขึ้นที่กรรมการกลุ่มประเมิน และอาจมีอคติในการคัดคุณภาพ 7) การชั่งน้ำหนักยางอาจ ยังไม่แม่นยำเที่ยงตรงเพียงพอ เพราะเป็นกลุ่มย่อยไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการตรวจวัดเครื่องชั่งอย่างสม่ำเสมอ 8) กรณีการประมูลวันส่งมอบยางพารา เกษตรกรต้องยอมรับราคาที่ประมูลได้ ณ จุดรวบรวมยางพาราของกลุ่ม โดย จะไม่สามารถนำยางพาราไปจำหน่ายยังแหล่งรับซื้ออื่นได้แม้ราคาจะสูงกว่า 9) การส่งมอบยาง กรณีการชั่งน้ำหนัก รวมผู้ประมูลมักมารับยางล่าช้าเพื่อต้องการให้น้ำหนักยางลดลง กลุ่มชาวสวนยางต้องเป็นผู้รับผิดชอบกำไรขาดทุน จากส่วนต่างน้ำหนักที่หายไป 10) การส่งมอบยาง กรณีการชั่งยางของสมาชิกที่ละราย ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย ในการจ้างแรงงานยกยางและแรงงานชั่งยางเพิ่มมากขึ้น สมาชิกเองต้องมารอคิวเพื่อรอชั่งยางของตนเอง 11) กลุ่ม ชาวสวนยางบางกลุ่มมีการเรียกเก็บค่าบริการจากสมาชิกหรือผู้ที่นำยางพารามาขายเพิ่มเติมจากค่าบริการจัดการ กลุ่มทำให้สมาชิกบางรายไม่นำยางพารามาจำหน่ายให้กับกลุ่ม 12) กลุ่มขาดการพัฒนาด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ยางพาราในการสร้างมูลค่าเพิ่ม นอกเหนือจากการจำหน่ายในรูปแบบของน้ำยางสด ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบและ อื่นๆ

โอกาส (Opportunities) ได้แก่ 1) ตลาดประมูลยางท้องถิ่น มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลและตรวจสอบคุณภาพ ของสินค้า และตกลงราคาประมูลเดือนละ 2 ครั้ง โดยเป็นเจ้าหน้าที่จากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง 2) ทิศนคติของการรวมกลุ่มชาวสวนยางพาราของสมาชิกกลุ่มดีขึ้นจากเมื่อก่อน เพราะมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำแนวทาง จากก่อนหน้านี้ที่เกษตรกรมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยในการทำงานของคณะกรรมการกลุ่ม ชาวสวนยาง 3) สมาชิกกลุ่มมีความเชื่อมั่นในกระบวนการประมูลยางผ่านการดำเนินงานของภาครัฐประกอบกับ จังหวัดเลย เป็นแหล่งปลูกยางใหม่ สมาชิกมีความยินดีที่จะรับวิทยาการใหม่ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโรงงานรับซื้อยางพาราและโรงงานแปรรูปยางพาราในพื้นที่ จึงมีศักยภาพด้านการประมูลและการ ซื้อขายมากขึ้น 5) ระบบข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่และรวดเร็ว การโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือ ขอความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่มทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น 6) ภาครัฐมีงบประมาณและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความรู้ ความสามารถ ด้านการพัฒนาตลาดยางพาราเป็นอย่างดี 7) ด้านการคมนาคมขนส่งมีรถบรรทุกรับจ้างขนส่ง ยางจำนวนมาก การคมนาคมสะดวก สามารถใช้บริการรับเหมาขนส่ง ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายแน่นอนนำมาคำนวณต้นทุน การจัดการได้ง่าย 8) มาตรการหรือโครงการช่วยเหลือจากรัฐบาลในการส่งเสริมกลุ่มชาวสวนยางพารามีมากขึ้น เนื่องจากปัญหาราคายางตกต่ำไม่มีเสถียรภาพ

อุปสรรค (Threats) ได้แก่ 1) สมาชิกกลุ่มชาวสวนยางมีพื้นที่ทำสวนยางพาราไม่มากทำให้ได้ปริมาณน้ำ ยางต่อรายปริมาณน้อย 2) การซื้อขายผ่านกลุ่มชาวสวนยางเกิดความล่าช้าในการให้บริการ 3) ตลาดกลางยางพารา หรือโรงงานรับซื้ออยู่ห่างไกลจากแหล่งผลิต สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีพาหนะขนส่ง และเกษตรกรมีความเคยชินการการ ซื้อขายรูปแบบเดิม 4) กลุ่มเกษตรกรหวังผลกำไรเป็นหลักทำให้ขาดความเอาใจใส่ต่อคุณภาพการผลิต และช่อง ทางการจัดจำหน่ายผลผลิต 5) การขนส่งผลผลิตยางพาราเป็นการขนส่งทางบกเป็นหลักเมื่อราคาน้ำมันสูง เป็นการ เพิ่มต้นทุนให้ผู้ประกอบการ 6) ปัจจุบันแนวโน้มการผลิตยางพารา เปลี่ยนแปลงจากยางแผ่นดิบมาเป็นยางก้อนถ้วย เนื่องจากประหยัดเวลา และต้นทุนค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก ทำให้ความหลากหลายในการขายผลผลิตของสมาชิกกลุ่ม ลดลง 7) ราคายางพารามีความผันผวนสูง และราคามีแนวโน้มสูงกว่ายางสังเคราะห์ 8) ผู้ผลิตยางรถยนต์หรือธุรกิจ แปรรูปยางพารามีการคิดค้นเทคโนโลยีการพัฒนาอย่างสังเคราะห์ให้มีคุณสมบัติทดแทนยางธรรมชาติได้มากขึ้น และ

ทดลองปลูกพืชหรือวัชพืชที่ทดแทนน้ำยาพารา เช่น เดนดีไลออน (Dandelion) วายูเล่ (Guayule) เป็นต้น

สรุป

จากปัญหาและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่พบจากผลการศึกษาสามารถเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยาพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง กรณีศึกษาอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยจัดทำโครงการเพื่อมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนา ได้ทั้งสิ้น 5 โครงการ ดังนี้ 1) โครงการ “อบรมให้ความรู้การแปรรูปยางแผ่นและยางก้อนถ้วยให้ได้มาตรฐาน” 2) โครงการ “อบรมการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยาพารา” 3) โครงการ “ส่งเสริมการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ให้แก่สมาชิกกลุ่มชาวสวนยางอย่างยั่งยืน” 4) โครงการ “อบรมระบบการบริหารธุรกิจและช่องทางการจัดจำหน่ายยาพารา” 5) โครงการ “ศึกษาดูงานกลุ่มชาวสวนยางหรือสหกรณ์กองทุนสวนยางสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางที่ประสบความสำเร็จ” โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น 68,500 บาท

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

- 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของผลผลิตยาพารา
- 1.2 ด้านราคา สมาชิกกลุ่มชาวสวนยางต้องยอมรับในด้านราคาและหันมาปรับปรุงคุณภาพผลผลิต
- 1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สมาชิกกลุ่มควรให้ความสนใจต่อคณะกรรมการกลุ่มในการพัฒนาการจัดจำหน่ายอื่นๆ ที่ได้จากการศึกษาดูงานจากกลุ่มชาวสวนยางหรือสหกรณ์กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางที่ประสบความสำเร็จ
- 1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด สมาชิกกลุ่มชาวสวนยางควรมีการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ประมูล พ่อค้า ผู้รับซื้อขาย หรือโรงงานรายอื่นๆ มาร่วมแข่งขันในการประมูลยาพารา เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการศึกษาและประเมินผลแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยาพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยาง กรณีศึกษาอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย อย่างต่อเนื่องเพื่อนำผลไปปรับปรุง
- 2.2 ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดจำหน่ายยาพาราของสมาชิกกลุ่มชาวสวนยาง ในเขตพื้นที่อื่นๆ ในจังหวัดเลยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- [2] จินตนา บุญบังการ. (2552). **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 8. ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2553) **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [4] รินจง อุทัย และคณะ. (2553). **การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก**. ฉะเชิงเทรา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

- [5] สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. (2557). **รายงานประจำปี 2557**. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- [6] สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดเลย. (2557). **จำนวนสมาชิก**. เลย: สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดเลย. (เอกสารอัดสำเนา).
- [7] Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities**. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607-610.