

ความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา อำเภอบ้านกรวด
จังหวัดบุรีรัมย์

นางสาวนัทธมน เอียดนุช

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-533-513-4

**A FEASIBILITY OF THE RUBBER PURCHASING
CENTER ESTABLISHMENT IN BANKRUOD DISTRICT,
BURIRAM**

Nutthamon Eiadnuch

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Management Technology
Surananree University of Technology**

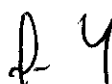
Academic Year 2005

ISBN 974-533-513-4

ความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



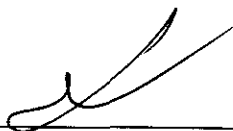
(อ. ดร.สุนิทยา เกื้ออนาคี)

ประธานกรรมการ



(ผศ. ดร.ขวัญกมล คอนขวา)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)



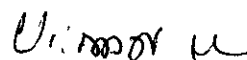
(รศ. ดร.คณิต ไช้มุกด์)

กรรมการ



(รศ. ดร.เสาวณีย์ รัตนพานี)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ



(รศ. ดร.ประภาวดี สืบสนธิ์)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

นัทธมน เอี่ยมหนู : ความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา อำเภอบ้านกรวด

จังหวัดบุรีรัมย์ (A FEASIBILITY OF THE RUBBER PURCHASING CENTER ESTABLISHMENT IN BANKRUOD DISTRICT, BURIRAM.)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล คอนขวา, 145 หน้า.

ISBN 974-533-513-4

ความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ทราบถึงสถานะทางการตลาดโดยทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการของเกษตรกรชาวสวนยางพารา การแข่งขัน และการดำเนินธุรกิจยางพารา 2) เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพาราและ 3) เพื่อเป็นข้อสรุป ข้อเสนอแนะแนวทางไปสู่ธุรกิจยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการศึกษาได้จากการเก็บรวบรวมจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสำรวจโดยการออกแบบสอบถามเกษตรกรจำนวน 300 ชุด และการสัมภาษณ์ร้านรับซื้อยางพาราจำนวน 3 ร้าน ผลการศึกษาพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์ยางพาราและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีแนวโน้มขยายตัว เนื่องจากราคาน้ำมันสูงมากขึ้นส่งผลให้ยางสังเคราะห์มีต้นทุนสูงขึ้น อุตสาหกรรมต่างๆหันมาใช้ยางธรรมชาติแทนจึงเป็นเหตุให้ราคายางพาราสูงขึ้น

สำหรับความต้องการของเกษตรกรที่จะนำผลิตผลจากยางพารามาขายให้แก่ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา การตัดสินใจและทัศนคติ พบว่า เมื่อมีศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเกิดขึ้นในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์แล้ว เกษตรกรจะนำยางพารามาขายให้ศูนย์ดังกล่าวร้อยละ 98.33 ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน พบว่า เงินลงทุนทั้งสิ้น 6,660,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 3,206,691 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.006 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 35.03% และระยะเวลาในการคืนทุน 2 ปี 11 เดือน 29 วัน จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุนและถ้ารายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2,179,932 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.004 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 27.33% ระยะเวลาในการคืนทุน 2 ปี 11 เดือน 29 วัน แต่ถ้ารายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,153,171 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.002 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 19.38 % และระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 11 เดือน 29 วัน ซึ่งเป็นไปได้ในการลงทุน

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

ปีการศึกษา 2548

ลายมือชื่อนักศึกษา นัทธมน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ธอ

NUTTHAMON EIADNUCH : A FEASIBILITY OF THE RUBBER
PURCHASING CENTER ESTABLISHMENT IN BANKRUOD DISTRICT,
BURIRAM. THESIS ADISOR : ASST. PROF. KWUNKAMOL DONKWA,
Ph.D. 145 PP. ISBN 974-533-513-4

RUBBER/RUBBER PURCHASING/RUBBER CENTER/FEASIBILITY

The objectives of a feasibility of the rubber purchasing center establishment in Bankruod district, Buriram; 1) to investigate the current situation in the market which relates to demand of the agriculturists, market competition and the operation of the rubber business; 2) to gather information about the costs and benefits from the rubber business; and 3) to summarize the information to be guidelines for starting a rubber business in the rubber products industry.

Both secondary and primary data sources are used in this research by using the interviews and questionnaires, 3 and 300 respectively for stores purchasing rubber. The results find that the product market and the related rubber industry is high growth. Due to the high price of energy, synthetic rubber has a high cost and the industry has switched to use natural rubber and finally the rubber has a higher price.

If the rubber purchasing center was established in Bankruod district, Buriram, the agriculturists would supply 98.33%. The result of the cost and benefits analysis showed that the investment in the establishment of a rubber purchasing center in Bankruod District, Buriram was 6,660,000 bath, net present value was 3,206,691 bath, benefit cost ratio was 1.006, internal rate of return was 35.03%, pay back period was 2 years 11 months 29 days, and it was possible to investment. The results of the other

analysis showed in the same way that If income was reduced by 5%, the cost of goods sold increased by 5% net present value would be 2,179,932 bath, benefit cost ratio would be 1.004, internal rate of return would be 27.33% and pay back period would be 2 years 11 months 29 days and if the income reduced by 10%, the cost of goods sold would increase by 10%, net present value would be 1,153,171 bath, benefit cost ratio would be 1.002, internal rate of return would be 19.38% and pay back period would be 3 years 11 months 29 days.

School of Management Technology

Academic Year 2005

Student's Signature Nutthamon

Advisor's Signature K. Denkma

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ทั้งในด้านวิชาการ และด้านดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาข้อแนะนำ และให้การช่วยเหลือมาตลอดตั้งแต่เริ่มศึกษาวิทยานิพนธ์จนกระทั่งเสร็จสิ้นเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์

อาจารย์ ดร.สุนิทยา เกื่อนนาคี กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งช่วยตรวจสอบแก้ข้อบกพร่องในการศึกษาวิจัย

รศ. ดร.คณิต ไช้มุกด์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งช่วยตรวจสอบแก้ข้อบกพร่องในการศึกษาวิจัย

สถาบันวิจัยและพัฒนาที่ให้เงินทุนอุดหนุนในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

เพื่อนๆร่วมเรียนระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีที่ให้กำลังใจและให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์

เกษตรกรชาวสวนยางพาราและร้านรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ที่ให้ข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อเอนก เอียดนุช และนางนงเยาว์ เอียดนุชที่ให้การเลี้ยงดูอบรมและส่งเสริมการศึกษาเป็นอย่างดีมาตลอดมา รวมทั้งให้กำลังใจอย่างยิ่ง จนทำวิทยานิพนธ์ประสบความสำเร็จ

นัทธมน เอียดนุช

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ญ

บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
1.5 คำอธิบายศัพท์.....	10
2. ทัศนวิสัยวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 อุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ.....	12
2.1.1 การผลิตยางพารา.....	13
2.1.2 ด้านการตลาดยางพารา.....	16
2.2 กรอบแนวคิดความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา.....	22
2.2.1 ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดหรืออุปสงค์.....	22
2.2.2 ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค.....	23
2.2.3 ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน.....	23
2.2.4 หลักเกณฑ์การประเมินโครงการ.....	25
2.2.4.1 วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน.....	25
2.2.4.2 อัตราผลตอบแทนต่อทุน.....	26
2.2.4.3 อัตราผลตอบแทนภายในการลงทุน.....	26
2.2.4.4 ระยะเวลาในการคืนทุน.....	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.5 การวิเคราะห์งบ.....	27
2.2.5.1 งบดุล.....	28
2.2.5.2 งบกำไรขาดทุน.....	29
2.2.5.3 งบกระแสเงินสด.....	29
2.2.6 พลังผลักดันด้านการแข่งขัน.....	30
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....	44
3.1 วิธีการวิจัย.....	44
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
3.4 การสร้างเครื่องมือและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	48
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.6 สถานที่เก็บข้อมูล.....	50
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเกษตรกรชาวสวนยางพารา.....	53
4.1.1 ข้อมูลทั่วไป.....	53
4.1.2 ทักษะและพฤติกรรมของเกษตรกร.....	56
4.1.3 ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพารา.....	64
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลร้านรับซื้อยางพารา.....	70
4.3 วิเคราะห์จากแบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ.....	72
4.4 การวิเคราะห์สถานการณ์.....	74
4.5 ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา.....	75
4.5.1 แผนด้านการตลาดหรืออุปสงค์.....	75
4.5.2 แผนด้านเทคนิค.....	78
4.5.3 แผนด้านการเงิน.....	84
4.5.3.1 งบดุล.....	84

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5.3.2 งบกำไรขาดทุน.....	86
4.5.3.3 งบกระแสเงินสด.....	87
4.5.3.4 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ.....	89
4.5.3.5 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน.....	90
4.5.3.6 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน.....	91
4.5.3.7 ระยะเวลาคืนทุน.....	92
4.5.3.8 การวิเคราะห์ความไว.....	93
5. บทสรุป.....	94
5.1 บทสรุป.....	94
5.2 อภิปรายผล.....	97
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	99
รายการอ้างอิง.....	101
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือสำหรับการศึกษา.....	105
ภาคผนวก ข นโยบายการส่งเสริมปลูกยางพาราของรัฐบาลปีพ.ศ.2547-2549.....	116
ภาคผนวก ค การคำนวณข้อมูลจากการสำรวจ.....	119
ประวัติผู้เขียน.....	145

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงยางพารา: เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของประเทศ ผู้ผลิตที่สำคัญ.....	2
1.2 แสดงการส่งออกยางธรรมชาติสุทธิของประเทศสำคัญปี พ.ศ.2542-2548.....	3
1.3 แสดงปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางพารารายเดือน.....	5
1.4 แสดงปริมาณการผลิต การส่งออก การใช้ในประเทศและการสต็อกยาง ในประเทศไทย.....	6
1.5 แสดงการใช้ยางธรรมชาติของประเทศที่สำคัญ ปีพ.ศ. 2543-2548.....	7
3.1 แสดงค่าอัลฟาของครอนบัคในการทดสอบแบบสอบถามจากเกษตรกร.....	51
4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา.....	54
4.2 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพารา.....	59
4.3 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านผลิตภัณฑ์.....	65
4.4 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านราคา.....	66
4.5 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านสถานที่.....	68
4.6 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านส่งเสริมการขาย.....	69
4.7 แสดงปริมาณยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์.....	76
4.8 แสดงพยากรณ์ยอดการรับซื้อยางพาราของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราแห่งใหม่.....	76
4.9 แสดงจำนวนพนักงานและค่าใช้จ่ายในการบริหาร.....	81
4.10 แสดงต้นทุนของโครงการ.....	82
4.11 แสดงประมาณการงบดุล.....	84
4.12 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	86
4.13 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด.....	87
4.14 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ.....	89
4.15 แสดงอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน.....	90
4.16 แสดงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน.....	91
4.17 แสดงกำไรสุทธิ.....	92
4.18 แสดงความไวของโครงการ.....	93

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
4.1	แสดงความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์65
4.2	แสดงความสำคัญด้านราคา.....66
4.3	แสดงความสำคัญด้านสถานที่.....67
4.4	แสดงความสำคัญด้านการส่งเสริมการขาย.....69
4.5	แสดงที่ตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา.....78
4.6	แสดงผังศูนย์รวมรับซื้อยางพารา.....79
4.7	แสดงผังสำนักงานและโกดังเก็บสินค้า.....80

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ยางพาราปลูกในประเทศไทยครั้งแรกในราวปีค.ศ.1899 โดยพระยารัษฎานุประดิษฐ์ ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งเจ้าเมืองตรัง ได้นำยางพาราจากประเทศมาเลเซียเข้ามาปลูกที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรังเป็นแห่งแรก และต้นยางต้นดังกล่าวปัจจุบันก็ยังอยู่ (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2546) ต่อมาในปีพ.ศ.2451 หลวงราชไมตรี(บุญ ปุณศรี) ได้นำพันธุ์ยางไปปลูกในภาคตะวันออกเป็นครั้งแรกที่จังหวัดจันทบุรีและมีผู้พยายามนำพันธุ์ยางไปปลูกที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ ซึ่งพบต้นยางที่เก่าอายุมากอยู่ที่แปลงต่างๆหลายท้องที่ ในปีพ.ศ.2521 ได้เริ่มปลูกยางเป็นอาชีพอย่างจริงจังตามหลักวิชาการในแหล่งปลูกยางใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยได้ทดลองปลูกในจังหวัดหนองคาย บุรีรัมย์ และสุรินทร์(นุชนารถ กังพิศดาร, 2547)

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางพาราอันดับ 1 ของโลก ขณะที่อินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นผู้ผลิตยางเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ปัจจุบันมีมูลค่าการส่งออกคิดอยู่ในอันดับ 5 รองจากเครื่องคอมพิวเตอร์ ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ แผงวงจรไฟฟ้า และเม็ดพลาสติก โดยยางพารามีมูลค่าการส่งออกสูงถึงกว่า 125,901 ล้านบาท(กรมวิชาการเกษตร, 2547) ในปีพ.ศ.2547 ทั่วโลกสามารถผลิตยางธรรมชาติได้ปริมาณ 8.6 ล้านตัน ผู้ผลิตอันดับหนึ่ง คือ ไทยสามารถผลิตยางได้ 3 ล้านตัน หรือคิดเป็นสัดส่วน 35% ของปริมาณผลผลิตรวม โดยมีเนื้อที่เพาะปลูกยางในประเทศประมาณ 13 ล้านไร่ ขณะที่อินโดนีเซียมีผลผลิตรองลงมาที่ปริมาณ 2 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วน 23% ของผลผลิตรวมแต่มีเนื้อที่ปลูกยางมากกว่าประเทศอื่นโดยมีประมาณ 20 ล้านไร่ คิดเป็นสัดส่วน 35% ของเนื้อที่ปลูกยางของโลก ส่วนมาเลเซียมีปริมาณผลผลิต 1.1 ล้านตันคิดเป็นสัดส่วน 12% ของปริมาณผลผลิตรวม แต่มีเนื้อที่ปลูกยางในประเทศลดลงเหลือเพียง 8 ล้านไร่ เนื่องจากหันไปปลูกปาล์มน้ำมันทดแทน แต่จากการวางรากฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยางของประเทศเป็นอย่างดี จึงทำให้มาเลเซียยังคงเป็นประเทศที่มีอิทธิพลต่อตลาดยางโลก (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มหาชน, ออนไลน์, 2547)

ตารางที่ 1.1 แสดงยางพารา: เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ
ปีพ.ศ. 2545-2547

ประเทศ	เนื้อที่ยืนต้น (1,000 ไร่)			ผลผลิต (1,000 ตัน)			ผลผลิตต่อไร่(กิโลกรัม)		
	Planted area (1,000 rai)			Production (1,000 tons)			Yield per rai (Kgs.)		
	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
ไทย	12,562	12,619	13,021	2,632	2,861	3,005	210	227	231
อินโดนีเซีย	20,738	20,563	20,388	1,630	1,792	2,066	79	87	101
มาเลเซีย	8,942	8,219	8,013	890	986	1,175	100	120	147
อินเดีย	3,563	3,581	3,613	641	707	743	180	197	206
จีน	3,863	3,863	3,863	468	480	486	121	124	126
เวียดนาม	2,625	2,813	2,818	373	384	415	142	137	147
ศรีลังกา	981	806	806	91	92	94	92	114	117
ฟิลิปปินส์	575	575	575	76	84	82	132	146	143
แอฟริกา	2,929	2,924	2,924	362	365	387	124	125	132
ละตินอเมริกา	978	1,018	1,081	157	166	181	161	163	168
อื่นๆ	1,388	1,431	1,359	195	217	7	140	152	5
รวม	59,144	58,412	58,461	7,515	8,134	8,641	127	139	148

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www.oae.go.th)

จากตารางที่ 1.1 เห็นได้ว่าในปีพ.ศ.2547 ประเทศอินโดนีเซียมีเนื้อที่ในการปลูกยางพารา มากที่สุด จำนวน 20,388,000 ไร่ รองลงมาประเทศไทยมีเนื้อที่ในการปลูกยางพารา 13,021,000 ไร่ รวมทั้งโลกมีเนื้อที่ปลูกยางพารา 58,461,000 ไร่ ผลผลิตยางพาราประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผล ผลิตในปีพ.ศ.2547 มากที่สุด จำนวน 3,005,000 ตัน รองลงมาประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 2,066,000 ตัน รวมทั้งโลกมีจำนวน 8,641,000 ตัน ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตยางพาราต่อไร่ มาก ที่สุดในโลก จำนวน 231 กิโลกรัมต่อไร่ รองลงมา ประเทศอินเดีย จำนวน 206 กิโลกรัมต่อไร่

ตารางที่ 1.2 แสดงการส่งออกยางธรรมชาติสุทธิของประเทศสำคัญปี พ.ศ.2542-2548

	หน่วย: พันตัน						
	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.	พ.ศ.
ประเทศ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548
ไทย	1,886.3	2,166.2	2,042.1	2,354.4	2,573.4	2,637.1	2,120.7
อินโดนีเซีย	1,494.6	1,379.6	1,496.9	1,502.2	1,660.5	1,875.1	1,666.0
มาเลเซีย	435.5	196.4	162.1	430.0	509.7	679.9	564.1
เวียดนาม	230.0	269.0	292.0	351.0	325.0	351.0	308.0
ศรีลังกา	42.7	32.6	32.0	36.1	35.2	40.3	24.4
อื่นๆ	550.9	926.2	1,094.9	566.3	583.2	592.6	479.8
รวม	4,640.0	4,970.0	5,120.0	5,240.0	5,687.0	6,176.0	5,163.0

ที่มา: สมาคมยางพาราไทย (www.thainr.com)

หมายเหตุ: ปีพ.ศ.2548 แสดงการส่งออกยางพาราเดือน มกราคม-ตุลาคม พ.ศ.2548

จากตารางที่ 1.2 ปริมาณการส่งออกยางพาราทั่วโลกในปีพ.ศ.2548 จำนวน 5,163,000 ตัน ประเทศไทยมีจำนวนการส่งออกมากที่สุด จำนวน 2,120,700 ตัน รองลงมาประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 1,666,000 ตันและประเทศมาเลเซีย จำนวน 564,100 ตัน

ในช่วงปีพ.ศ.2545-2547 ปริมาณการใช้ยางของโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยมีอัตราเฉลี่ยปีละ 4.1% ซึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกขยายตัวดีทำให้ปริมาณความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในประเทศที่กำลังพัฒนาและมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบต่อเนื่องจากประเทศที่มีการบริโภคยางเพิ่มสูงขึ้น เช่น จีนและอินเดีย เป็นต้น โดยจีนมีการบริโภคยางเพิ่มขึ้นมากกว่า 20% ตามทิศทางการขยายตัวและการลงทุน ภาคอุตสาหกรรมรถยนต์ของจีนที่เติบโตอย่างรวดเร็วพร้อมกับการสร้างถนนขึ้นเพื่อติดต่อระหว่างมณฑล ยางธรรมชาติจึงได้ถูกแปรรูปเป็นยางล้อรถยนต์และยางคอสพานของถนนที่สร้างใหม่ภายในประเทศจีนและเป็นผลให้ความต้องการบริโภคยางธรรมชาติในตลาดจีนมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด ปัจจุบันจีนได้กลายเป็นประเทศผู้บริโภทยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก ในปีพ.ศ.2547 จีนมีความต้องการบริโภคยางธรรมชาติประมาณ 1.5 ล้านตันหรือประมาณ 18% ของปริมาณการใช้ยางทั้งโลก ขณะที่ในแต่ละปีจีนสามารถผลิตยางได้ไม่เกิน 0.5 ล้านตัน ทำให้จีนมีความจำเป็นที่จะต้องนำเข้ายางพาราจากแหล่งอื่นสำหรับปริมาณความต้องการใช้ยางของประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณปีละ 3-5% โดยในปีพ.ศ.2547 สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศผู้บริโภ

ยางพาราเป็นอันดับสอง มีความต้องการใช้ยางธรรมชาติเท่ากับ 1.1 ล้านตัน สำหรับประเทศญี่ปุ่นมีความต้องการใช้ยางธรรมชาติประมาณ 0.8 ล้านตัน ปริมาณความต้องการใช้ยางของโลกที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ปริมาณสต็อกยางในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 26% ของปริมาณการผลิตยางของโลก ซึ่งเทียบกับในช่วงก่อนหน้านี้อยู่ที่ระดับกว่า 30% ของปริมาณการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปีพ.ศ.2542 สต็อกยางมีสัดส่วนสูงถึง 38% ของปริมาณการผลิตยางของโลกทำให้ระดับราคายางในตลาดโลกมีการปรับตัวดีขึ้น จากปัจจัยด้านความต้องการยางธรรมชาติของโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นประกอบกับในระยะปานกลางและระยะยาว คาดว่าระดับราคาน้ำมันยังคงยากที่จะปรับตัวลดต่ำลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระดับราคายางสังเคราะห์ที่ทำให้มีการขยับตัวสูงขึ้นตาม ดังนั้นความต้องการยางธรรมชาติเพื่อทดแทนยางสังเคราะห์น่าจะยังมียู้อย่างต่อเนื่องทำให้ระดับราคายางธรรมชาติยังคงอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งนับเป็นแรงจูงใจให้ประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ ต่างหันมาเพิ่มปริมาณการผลิตยางธรรมชาติมากขึ้น (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มหาชน, ออนไลน์, 2547)

ตารางที่ 1.3 แสดงปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางพารารายเดือน

ปริมาณ : ตัน,มูลค่า : ล้านบาท

เดือน	พ.ศ. 2546		พ.ศ. 2547		พ.ศ. 2548	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	317,725	10,364	253,536	11,156	272,991	11,630
กุมภาพันธ์	326,993	11,193	269,172	11,955	259,370	10,752
มีนาคม	319,282	11,532	264,763	11,946	263,417	11,371
เมษายน	212,220	7,984	209,323	9,742	207,522	9,131
พฤษภาคม	218,882	7,864	219,634	10,233	216,099	9,685
มิถุนายน	231,656	8,187	220,291	10,521	201,729	9,238
กรกฎาคม	251,020	8,783	250,270	11,843	240,418	12,005
สิงหาคม	220,323	7,881	251,418	11,524	271,397	15,394
กันยายน	265,523	9,884	175,208	7,594	264,357	14,928
ตุลาคม	245,494	9,811	338,214	15,445	242,525	14,162
พฤศจิกายน	218,593	9,778	278,223	12,741	269,061	16,015
ธันวาคม	280,055	12,565	291,566	12,906	0	0
รวม	3,107,766	115,827	3,021,618	137,604	2,708,886	134,310

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www.oae.go.th)

จากตารางที่ 1.3 ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยในปีพ.ศ.2546 มีปริมาณการส่งออก 3,107,766 ตัน คิดเป็นมูลค่า 115,826.76 ล้านบาท ซึ่งในปีพ.ศ.2547 มีปริมาณการส่งออกเพียง 3,021,618 ตันมีมูลค่า 137,604.21 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าปริมาณการส่งออกในปีพ.ศ.2547 มีปริมาณการส่งออกลดลงจากปีพ.ศ.2546 อยู่ 2.77% แต่มีมูลค่าการส่งออกที่สูงขึ้นกว่าปีพ.ศ.2546 อยู่ 18.8% ในปีพ.ศ.2548 มีมูลค่าการส่งออกในเดือนมกราคม-พฤศจิกายน อยู่ที่ 2,708,886 ตัน มีมูลค่า 134,309.74 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2547 ในช่วงเดือนมกราคม-พฤศจิกายน มีปริมาณการส่งออก 2,730,052 ตัน คิดเป็นมูลค่า 124,698.3 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าปริมาณการส่งออกในปีพ.ศ.2548 มีปริมาณการส่งออกลดลงจากปีพ.ศ.2547 อยู่ 0.77% แต่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 7.7%

ตารางที่ 1.4 แสดงปริมาณการผลิต การส่งออก การใช้ในประเทศและการสต็อกยางในประเทศไทย

หน่วย :ตัน				
ปี พ.ศ.	การผลิต	การส่งออก	ใช้ในประเทศ	สต็อก
2541	2,075,950	1,839,396	186,379	209,546
2542	2,154,560	1,886,339	226,917	250,850
2543	2,346,487	2,166,153	242,549	188,635
2544	2,319,549	2,042,079	253,105	213,000
2545	2,615,104	2,354,416	278,355	196,680
2546	2,876,005	2,573,450	298,699	202,240
2547	2,959,431	2,627,442	302,000	3,114,604
2548 มกราคม	340,997	257,612	27,500	288,450
กุมภาพันธ์	263,111	230,841	27,500	293,220
มีนาคม	215,732	219,267	27,500	262,185
เมษายน	201,933	182,688	27,500	253,930
พฤษภาคม	209,334	181,277	27,500	254,510
มิถุนายน	174,790	183,972	27,500	217,828
กรกฎาคม	297,600	19,525	27,500	292,925
สิงหาคม	243,318	238,563	27,500	270,400
กันยายน	220,544	201,359	27,500	262,545
รวมปี พ.ศ. 2548	2,167,359	1,715,104	247,500	2,395,993

ที่มา : สมาคมยางพาราไทย (www.thainr.com)

จากตาราง 1.4 ปริมาณการผลิตยางพาราตั้งแต่ปีพ.ศ.2545 มีปริมาณการผลิตเป็นจำนวน 2,615,104 ตัน มีปริมาณการส่งออกยางพาราเป็นจำนวน 2,354,416 ตัน ปริมาณการใช้ยางพาราในประเทศเป็นจำนวน 278,355 ตัน และมีปริมาณการสต็อกยางพาราเป็นจำนวน 196,680 ตัน ต่อมาในปีพ.ศ.2546 มีปริมาณการผลิตเป็นจำนวน 2,876,005 ตันซึ่งมีปริมาณการผลิตที่สูงขึ้นกว่าปีพ.ศ. 2545 เป็นจำนวน 9.98% มีปริมาณการส่งออกยางพาราเป็นจำนวน 2,573,450 ตัน ปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้นกว่า 9.30% ปริมาณการใช้ยางพาราในประเทศเป็นจำนวน 298,699 ตัน ปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้นกว่า 7.31% และมีปริมาณการสต็อกยางพาราเป็นจำนวน 202,240 ตัน ปริมาณการเก็บสต็อกยางพาราสูงขึ้นกว่า 2.83% และในปีพ.ศ.2547 มีปริมาณการผลิตเป็นจำนวน 2,959,431 ตัน ซึ่ง

มีปริมาณการผลิตที่สูงขึ้นกว่าปีพ.ศ.2546 เป็นจำนวน 2.90% มีปริมาณการส่งออกยางพาราเป็นจำนวน 2,627,442 ตัน ปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้นกว่า 2.10% ปริมาณการใช้อยางพาราในประเทศเป็นจำนวน 302,000 ตัน ปริมาณการส่งออกที่สูงขึ้นกว่า 1.11% และมีปริมาณการสต็อกยางพาราเป็นจำนวน 232,560 ตัน ปริมาณการเก็บสต็อกยางพาราสูงขึ้นกว่า 15% ในปีพ.ศ.2548 ตั้งแต่เดือนมกราคม-กันยายน มีปริมาณการผลิตเป็นจำนวน 2,167,359 ตัน มีปริมาณการส่งออกยางพาราเป็นจำนวน 1,890,604 ตัน ปริมาณการใช้อยางพาราในประเทศเป็นจำนวน 247,500 ตัน และมีปริมาณการสต็อกยางพาราเป็นจำนวน 262,545 ตัน

ตารางที่ 1.5 แสดงการใช้อยางธรรมชาติของประเทศที่สำคัญ ปีพ.ศ. 2543-2548

หน่วย : พันตัน						
ประเทศ	พ.ศ. 2543	พ.ศ. 2544	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2548
สหรัฐอเมริกา	1,194.8	974.1	1,110.8	1,078.5	1,143.6	972.8
ญี่ปุ่น	751.8	729.2	749.0	784.2	814.8	711.7
จีน	1,080.0	1,215.0	1,310.0	1,485.0	1,630.0	1,482.5
เกาหลีใต้	332.4	331.8	325.6	332.6	351.7	308.9
เยอรมัน	250.0	246.0	247.0	260.3	255.0	215.7
มาเลเซีย	365.0	400.0	407.9	420.8	402.5	323.4
ไทย	242.5	253.1	278.4	298.7	302.0	271.5
อื่นๆ	3,103.5	3,040.8	3,121.3	3,309.9	3,420.4	2,966.5
รวม	7,320.0	7,190.0	7,550.0	7,970.0	8,320.0	7,253.0

ที่มา : สมาคมยางพาราไทย (www.thainr.com)

หมายเหตุ: ปีพ.ศ.2548 ข้อมูลเดือนมกราคม-ตุลาคม พ.ศ. 2548

จากตารางที่ 1.5 ปริมาณความต้องการใช้อยางธรรมชาติของประเทศต่างๆมีปริมาณความต้องการสูงขึ้น ในปีพ.ศ.2546 ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีปริมาณการใช้อยางธรรมชาติสูงสุดมีปริมาณการใช้อยางธรรมชาติเป็นจำนวน 1,485 พันตัน ซึ่งมีปริมาณการใช้อยางสูงขึ้นจากปีพ.ศ.2545 เป็นจำนวน 13.36% ปีพ.ศ.2547 มีปริมาณการใช้อยางธรรมชาติสูงขึ้นเป็นจำนวน 1,630 พันตัน มีปริมาณการใช้อยางสูงขึ้นจากปีพ.ศ.2546 เป็นจำนวน 9.76% และปีพ.ศ.2548 เดือนมกราคม-ตุลาคม มีปริมาณการใช้อยาง 1,482.5 พันตัน และประเทศที่มีปริมาณการใช้อยางพารารองลงมาคือประเทศ

สหรัฐอเมริกา มีปริมาณการใช้ยางพาราในปีพ.ศ.2546 เป็นจำนวน 1,078.5 พันตัน ซึ่งมีปริมาณการใช้ยางลดลงจากปีพ.ศ.2545 เป็นจำนวน 2.9% ในปีพ.ศ.2547 มีปริมาณการใช้ยางธรรมชาติสูงขึ้นเป็นจำนวน 1,143.6 พันตัน มีปริมาณการใช้ยางสูงขึ้นจากปีพ.ศ.2546 เป็นจำนวน 6.04% และปีพ.ศ. 2548 เดือนมกราคม-ตุลาคมมีปริมาณการใช้ยาง 972.8 พันตัน

จากความต้องการของยางธรรมชาติที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีการส่งเสริมการปลูกยางพาราเพิ่มมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ.2532 จนถึงปัจจุบัน ภาครัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกสวนยางพาราในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ เนื่องจากยางพาราเป็นพืชส่วนหนึ่งของโครงการอีสานเขียวและเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย จึงทำการค้นคว้าวิจัยและทดสอบการปลูกยางพาราขึ้นในปีพ.ศ.2532 ณ.นิคมสร้างตนเอง อำเภอ บ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ และอำเภอโพธิ์พิสัย จังหวัดหนองคาย ด้วยความร่วมมือวิจัยระหว่างสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กับนิคมสร้างตนเองกรมประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ปีพ.ศ.2521 และในปีพ.ศ.2530 แปลงยางที่ปลูกทดลองมีการเติบโตเหมาะสมที่จะทำการกรีดยางได้ (บดี นพวงศ์ ณ อยุธยา และคณะ, 2539) ปัจจุบันจากการศึกษาวิเคราะห์พื้นที่ปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยสถาบันวิจัยยางพบว่าพื้นที่ที่เหมาะสมประมาณ 10 ล้านไร่ กระจายทั่วไปใน 19 จังหวัด จากการวิจัยการให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจพบว่ายางพาราเป็นพืชที่มีอนาคตน่าจะเป็นทางเลือกใหม่สำหรับเกษตรกร และยังเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ การทำสวนยางเป็นการเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับสิ่งแวดล้อม เป็นการกระจายงานและโอกาสสู่ภูมิภาค ลดการเคลื่อนย้ายแรงงานอีกทางหนึ่งด้วย

ปัจจุบันพื้นที่ปลูกยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณ 46,471 ไร่ สามารถกรีดยางได้ผลผลิตประมาณ 21,841.5 ไร่ รวมจำนวนผลผลิตทั้งหมดต่อปีประมาณ 149,002,909.6 กิโลกรัม หรือไร่ละ 6,822.1 กิโลกรัมต่อปี ในปีพ.ศ. 2549 ปริมาณยางพาราที่สามารถกรีดยางได้ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 15,000 ไร่ และมีอำเภอใกล้เคียงอีกประมาณ 20,000 ไร่ (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง จังหวัดบุรีรัมย์, 2548) โดยพื้นที่ปลูกยางพารามีปริมาณเพิ่มมากขึ้นทุกปี เกษตรกรชาวสวนยางพาราจะทำยางพาราเพื่อขายโดยมีผลผลิตยางพาราออกเป็น 3 ประเภท คือ แผ่นยางพารา, เศษยางพารา และน้ำยางพารา เกษตรกรชาวสวนยางพาราจะนำยางพาราขายให้แก่พ่อค้าคนกลาง ซึ่งในปัจจุบันพ่อค้าคนกลางในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีอยู่ทั้งหมด 3 ร้าน คือร้านนงเยาว์ยางพารา ร้านโชคชัยยางพารา และร้านปทุมยางพารา โดยแต่ละร้านจะรับซื้อยางพาราต่างชนิดกัน ซึ่งจะสร้างความยุ่งยากลำบากในการขายสินค้ารวมไปจนถึงการตรวจสอบราคาของเกษตรกรที่ไม่สามารถตรวจสอบราคาในการขายสินค้าได้มากนัก เกษตรกรชาวสวนยางพาราขายยางพาราในแต่ละครั้งจะมียางพารา

อย่างน้อย 2 ชนิด เพราะในการเก็บน้ำยางมาทำแผ่นยางพารา หรือ ขายน้ำยางพาราสดนั้นจะมีเศษยางพาราที่เหลืออยู่ซึ่งเกิดจากการจับตัวโดยธรรมชาติ นอกเหนือจากเกษตรกรชาวสวนยางพาราที่ตั้งใจทำเศษยางพาราโดยเฉพาะ รวมไปถึงจนถึงราคาของยางพาราในแต่ละชนิดที่มีราคาไม่เท่ากันส่งผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรยางพาราที่จะทำยางพาราขายเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด

จากที่กล่าวมาข้างต้นยางพารามีปริมาณเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนยางพารามีการผลิตยางพาราเพิ่มมากขึ้นและผลผลิตยางพารามีการผลิตสินค้าออกมาเป็น 3 ชนิด แต่ในปัจจุบันนี้เกษตรกรชาวสวนยางพาราแบบเอกชนไม่ได้รับความสะดวกสบายในการขายสินค้ายางพารา รวมไปถึงปริมาณยางพาราในอำเภอบ้านกรวด และอำเภอใกล้เคียงมีปริมาณการกรีดยางพาราเพิ่มมากขึ้นให้จึงเห็นโอกาสในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อสร้างความสะดวกและเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งให้แก่เกษตรกรชาวสวนยางพาราและเป็นการสร้างโอกาสในการทำธุรกิจเกี่ยวกับยางพาราตามความต้องการของเกษตรกร

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อให้ทราบถึงสถานะทางการตลาดโดยทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการของเกษตรกรชาวสวนยางพารา การแข่งขัน และการดำเนินธุรกิจยางพารา

1.2.2 เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพารา

1.2.3 เพื่อเป็นข้อสรุป เสนอแนะแนวทางไปสู่ธุรกิจยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราต่อไป

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยเน้นทางด้านตลาดและการเงินของการลงทุน และทำการศึกษาจากประชากรเป้าหมาย คือเกษตรกรชาวสวนยางพาราและร้านรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยทำการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับต้นทุนในการลงทุนและผลตอบแทนในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทราบถึงความต้องการของเกษตรกรชาวสวนยางพารา
- 1.4.2 ทราบถึงแนวโน้มทางการตลาด ทางการแข่งขันของร้านรับซื้อยางพารา
- 1.4.3 ความเป็นไปได้ของการจัดตั้งศูนย์รวมยางพารา
- 1.4.4 ได้แนวทางในการปรับปรุงศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร

1.5 คำอธิบายศัพท์

เจ้าของสวนยาง หมายความว่า ผู้ทำสวนยางและมีสิทธิได้รับผลิตผลจากต้นยางในสวนยางที่ทำนั้น (พระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2530)

ต้นยาง หมายความว่า ต้นยางพารา (HEVEA SPP) (พระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2530)

ธุรกิจยางพารา หมายถึง ระบบธุรกิจเกษตรแบบหนึ่ง แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งศึกษาเพียง 3 ระบบย่อย คือ ระบบย่อยการผลิตยางพารา ระบบย่อยการแปรรูปและระบบย่อยการตลาด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

น้ำยาง (Latex) หมายถึง ของเหลวสีขาวที่ไหลออกจากต้นยางมีส่วนประกอบหลายชนิด อยู่ในและมียปริมาณเนื้อยางแห้งอยู่ประมาณ 30-40% (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

น้ำยางสด (Fresh Latex) หมายถึง น้ำยางที่ไหลออกจากต้นยางใหม่ๆ ยังไม่มีการผสมสารเคมี มีปริมาณเนื้อยางแห้งประมาณ 30-40% (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

ปริมาณเนื้อยางแห้ง (Dry Rubber Content: DRC) หมายถึง ปริมาณของแข็งที่สามารถจับตัวได้ด้วยกรดหรือปริมาณของเนื้อยางที่อยู่ในน้ำยาง มักวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ของน้ำยาง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

ยาง หมายความว่า น้ำยาง ยางแผ่น ยางเครพ ยางก้อน เศษยาง หรือยางในลักษณะอื่นใดอันเป็นผลขึ้นหรือได้มาจากส่วนใดๆ ของต้นยาง แต่ไม่รวมถึงวัตถุประดิษฐ์จากยาง (พระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2530)

ยางแผ่นดิบ (Unsmoked Sheet: USS) หมายถึง ยางแผ่นที่ทำจากน้ำยางสดที่ทำให้จับตัวเป็นก้อนด้วยกรดแล้วรีดเป็นแผ่นบางๆ เป็นยางแผ่นที่ยังมีความชื้นอยู่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

ยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet: RSS) หมายถึง ยางแผ่นที่ทำให้แห้งโดยใช้ความร้อนและปล่อยให้ควันเข้าไปเคลือบผิวของแผ่นยาง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

ยางแผ่นผึ่งแห้ง (Air Dried Sheet: ADS) หมายถึง ยางแผ่นที่ทำให้แห้งโดยใช้อากาศธรรมชาติหรืออากาศร้อนมีคุณสมบัติพิเศษ คือ มีสีใส (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

ยางเครพ (Crepe) หมายถึง ยางที่ทำเป็นแผ่นบางๆ โดยผ่านเครื่องจักรรีดเครพ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

ยางแท่ง (Block Rubber, Technically Specified Rubber) หมายถึง ยางที่ผ่านการย่อยเป็นชิ้นเล็กๆและอบให้แห้งด้วยความร้อน แล้วจึงอัดเป็นแท่ง เป็นยางที่มีการกำหนดมาตรฐานคุณสมบัติทางเทคนิค (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

เศษยางก้นถ้วย (Cup Lump) หมายถึง ส่วนของยางที่จับตัวอยู่ในถ้วยยาง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

เศษยางจากรอยกรีด (Tree Lace) หมายถึง ส่วนของยางที่จับตัวอยู่ในรอยกรีด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2540)

สวนยาง หมายความว่า ที่ดินปลูกต้นยางมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่าสองไร่ แต่ละไร่มีต้นยางปลูกไม่น้อยกว่าสิบต้น และโดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่าไร่ละยี่สิบห้าต้น (พระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2530)

สวนขนาดเล็ก หมายความว่า สวนยางที่มีเนื้อที่ไม่เกินห้าสิบไร่(พระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2530)

สวนขนาดกลาง หมายความว่า สวนยางที่มีเนื้อที่เกินห้าสิบไร่ แต่ไม่ถึงสองร้อยห้าสิบไร่ (พระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2530)

สวนขนาดใหญ่ หมายความว่า สวนยางที่มีเนื้อที่ตั้งแต่สองร้อยห้าสิบไร่ขึ้นไป (พระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2530)

บทที่ 2

ปรัทัศนัวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการรวบรวมและค้นคว้าวรรณกรรมและผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา แบ่งได้ดังนี้

2.1 อุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ

2.2 กรอบแนวคิดความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนต่างๆดังนี้

2.1 อุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ

ธุรกิจเกษตร หมายถึง กิจกรรมที่ประสานงานในด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายปัจจัยการผลิต การผลิตผลผลิตการเกษตร การแปรรูป และการจัดจำหน่ายอาหารและเส้นใย (Roy P., 1967 อ้างถึงใน สาริต อติตโต, 2544)

ธุรกิจเกษตรเป็นกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาเกษตรและที่ไม่ใช่สาขาเกษตรที่เกี่ยวข้องกับสาขาเกษตร คือในการผลิตผลผลิตเกษตรซึ่งเกษตรกรจำเป็นต้องมีความรู้ที่จะใช้ปัจจัยการผลิต ต้องรู้วิธีการบำรุงรักษาปัจจัยการผลิตให้ใช้ได้อย่างคงทนและมีประสิทธิภาพที่สุดเมื่อได้สินค้าเกษตรขึ้นต้นมาแล้ว ผู้ที่ทำหน้าที่รับช่วงต่อไป ซึ่งได้แก่กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น การรวบรวมสินค้าจากเกษตรกร การขายส่ง การขายปลีก การเก็บรักษาสินค้าไม่ให้เน่าเสีย การแปรรูป ตลอดจนการขนส่งสินค้าเหล่านั้นไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นธุรกิจการเกษตรจึงเกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายแต่ละฝ่ายมีความรู้ ความชำนาญในหลายๆด้านหรือกล่าวได้ว่าธุรกิจเกษตรเป็นการทำธุรกิจให้ครบวงจร มีการเปลี่ยนสินค้าเกษตรขึ้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีกิจกรรมต่างๆที่กระทำต่อสินค้านั้นเพิ่มขึ้นและต้นทุนการทำการกรรมต่างๆเหล่านี้จะรวมเข้าไปกับตัวสินค้านั้นทำให้มูลค่าสินค้านั้นเพิ่มขึ้นตามกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ(สมคิด ทักษิณวิสุทธิ, 2544)

การจัดการธุรกิจการเกษตรเข้ามาเกี่ยวข้องตั้งแต่การคัดเลือกฟาร์มและการจัดรูปองค์ประกอบของธุรกิจการเกษตร ตลอดจนกำหนดวิธีการดำเนินงานธุรกิจการเกษตร นอกจากนี้การจัดการยังเป็นตัวกำหนดชนิดและจำนวนของแรงงาน ชนิดและขนาดของเครื่องมือ เครื่องจักรที่จะนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจเกษตรในด้านการผลิต การจัดการจะเป็นผู้กำหนดว่าต้องใช้ปัจจัยการผลิตอย่างไร ผลิตจำนวนเท่าใด ใช้โรงงานขนาดไหน ในด้านการจัดจำหน่ายการจัดการจะเป็นผู้กำหนดว่าต้องมีการวางแผนการตลาดอย่างไร ต้องรู้จักว่าตลาดอยู่ที่ไหน ใครเป็นลูกค้า ตลาดต้องการสินค้าประเภทไหน จำนวนมากหรือน้อยเท่าใด ในทางการเงิน การจัดการจะต้องเป็นผู้กำหนดระยะเวลาในการกู้ยืมเงินมาลงทุนว่าระยะใดควรกู้ยืม เป็นจำนวนเท่าใด และจะผ่อนชำระอย่างไร ดังนั้นความสามารถและประสิทธิภาพในการจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการประกอบธุรกิจเกษตร

2.1.1 การผลิตยางพารา

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2545) อุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย ประกอบด้วยอุตสาหกรรม 2 ส่วน คือ อุตสาหกรรมยางแปรรูปขั้นต้น ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่งมาตรฐาน และน้ำยางข้น (อุตสาหกรรมยางดิบ อุตสาหกรรมน้ำยางข้น) และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง เช่น ยานพาหนะ ยางรัดของ ถุงมือยาง เป็นต้น อุตสาหกรรมในประเทศไทยมีการใช้ยางที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

เมื่อได้นำยางสดจากต้นยางแล้วจึงนำมาแยกประเภทยางแปรรูปขั้นต้นและผลิตภัณฑ์ยางดังนี้

1) ยางแปรรูปขั้นต้น

1. น้ำยางข้น มีปริมาณเนื้อยางอย่างน้อยร้อยละ 60 โดยวิธีผลิตน้ำยางข้น 4 วิธี คือ วิธีระเหยน้ำ วิธีทำให้เกิดคริม วิธีปั่น และวิธีแยกด้วยไฟฟ้า แต่การผลิตน้ำยางข้นในประเทศไทยใช้วิธีการปั่นด้วยเครื่องปั่นความเร็วสูง เพื่อแยกน้ำและสารอื่นๆที่ละลายอยู่ในน้ำออกไปบางส่วน

2. ยางแผ่นดิบ คุณภาพขึ้นอยู่กับวิธีการผลิต ราคาภายในท้องตลาดก็แตกต่างกันไปตามคุณภาพแผ่นยางพารา การทำยางแผ่นชั้นดีนั้นมีหลักการง่ายๆ คือ ทำยางให้สะอาด ริดแผ่นยางให้บาง สีของยางสม่ำเสมอ ใช้น้ำและน้ำกรดถูกต้องส่วน มีการแบ่งตามคุณภาพของยางได้ 4 ชั้น ดังนี้

2.1 ยางแผ่นดิบคุณภาพ 1 มีคุณภาพดีมีความสะอาด ไม่มีสีคล้ำ มีความยืดหยุ่น ความชื้นไม่เกิน 1.5% ความหนาไม่เกิน 3 มิลลิเมตร เป็นต้น

2.2 ยางแผ่นดิบคุณภาพ 2 มีความชื้นไม่เกินร้อยละ 2 แผ่นยางมีความหนาไม่เกิน 3 มิลลิเมตร ลักษณะของยางมีสีค่อนข้างคล้ำได้บ้างเล็กน้อย

2.3 ขางแผ่นดิบคุณภาพ 3 มีความชื้นไม่เกินร้อยละ 3 แผ่นขางมีความหนาไม่เกิน 4 มิลลิเมตร เนื้อขางแห้งมีสีคล้ำค่อนข้างทึบไม่โปร่งแสงเท่าที่ควร

2.4 แผ่นขางดิบคุณภาพ 4 มีความชื้นไม่เกินร้อยละ 4.5 แผ่นขางมีความหนาไม่เกิน 4 มิลลิเมตร เนื้อขางแห้งมีสีคล้ำค่อนข้างทึบไม่มีความโปร่งแสง

3. ขางรมควัน มีกรรมวิธีการนำน้ำขางสดผ่านการกรอง ทำให้ขางจับตัวเป็นก้อนด้วยกรดฟอร์มิค นำขางไปรีดเพื่อให้ได้ความหนา 2-3 มิลลิเมตร ผึ่งในร่มเป็นขางแผ่นดิบ จากนั้นนำขางมารมควันที่เตารมควันโดยใช้อุณหภูมิ 50-60 องศา และใช้เวลาประมาณ 4-10 วัน โดยแบ่งคุณภาพออกเป็น 3 ชั้น

3.1 ขางรมควันชั้น 1 มีคุณสมบัติแห้ง เนื้อแข็ง ไม่มีจุดฟอง ไม่มีกรวดทราย ไม่มีสิ่งปนเปื้อน ไม่มีตำหนิใดๆ สะอาด ไม่มีราสนิม

3.2 ขางรมควันชั้น 2 มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากขางชั้น 1 คือ มีราสนิมได้เล็กน้อย หรือมีราแห้งที่แผ่นขางที่ใช้ห่อ แต่ไม่เกิน 5% ของตัวอย่างที่ตรวจ

3.3 ขางรมควันชั้น 3 มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากขางชั้นที่ 1 และ 2 คือ มีราสนิมได้เล็กน้อย หรือมีราแห้งที่แผ่นขางที่ใช้ห่อ แต่ไม่เกิน 10% ของตัวอย่างขางที่ตรวจและมีตำหนิที่ยอมรับได้ที่มิจุดดำๆของเปลือกไม้เล็กน้อย

4. ขางแท่ง วัตถุดิบที่ใช้ผลิตขางแท่งใช้ได้ทั้งน้ำขางสดที่จับตัวเป็นก้อนและขางแห้งที่จับตัวแล้ว เช่น ขางแผ่นดิบ เศษขางก้นถ้วย ผ่านกระบวนการแปรรูปเพื่อให้ได้ขางแท่งที่อัดได้ขนาด 33.3 กิโลกรัม

5. ขางเครพ ขางเครพชั้นดี จะผลิตจากขางแห้ง โดยแบ่งเป็นขางเครพขาวและขางเครพลีจาง ส่วนขางเครพชั้นต่ำผลิตจากขางก้นถ้วยเศษขาง แบ่งเป็น

5.1 ขางเครพลีน้ำตาลจากสวนขางขนาดใหญ่

5.2 ขางคอมโปรเครพ

5.3 ขางเครพลีน้ำตาลชนิดบาง

5.4 ขางเครพแผ่นหนา

5.5 ขางเครพจากขี้ขาง

5.6 ขางเครพจากเศษขางแผ่นรมควัน

5.7 ขางก้นถ้วยหรือเศษขางสามารถผลิตเป็นขางแท่งและขางเครพคุณภาพรองลง

มา

2) การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ใช้วัตถุดิบจากน้ำยางข้นและยางแห้ง
ผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางข้น แบ่งเป็น 8 ประเภท คือ

1. ผลิตภัณฑ์จุ่มแบบพิมพ์ ได้แก่ ลูกโป่ง ถุงยางอนามัย หุ่นมยาง และท่อสวนปัสสาวะ เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์ยางในอุตสาหกรรมพรม โดยใช้ยางเคลือบพรมเพื่อเพิ่มแข็งแรงหรือใช้เป็น
พองน้ำเคลือบหลังพรม

3. ผลิตภัณฑ์ยางพองน้ำ ใช้ทำที่นอน หมอนเบาะรองนั่ง เป็นต้น

4. สายยางยืดแบบกลม เช่น ยางยืดขอบกางเกงใน ถุงเท้า เสื้อยกทรง ยางรัดของ และยางรัด
เชือกติดกระเป๋า เป็นต้น

5. พุกโยชนสัตว์และกามมะพร้าว จะใช้น้ำยางเป็นตัวยึดชนสัตว์หรือเส้นใยกามมะพร้าว

6. ท่อยาว สายน้ำเกลือ

7. กาวน้ำยางใช้ในอุตสาหกรรมรองเท้าและเสื่อกันฝน

8. ผลิตภัณฑ์เบ้าพิมพ์ เช่น ทำตุ๊กตา หน้ากาก หุ่นต่างๆ เป็นต้น

การผลิตผลิตภัณฑ์จากยางแห้งยางธรรมชาติใช้ทั้งในรูปยางแห้ง ได้แก่ ยางแผ่น ยางแท่ง
และยางที่มีความหนืดคงที่ เป็นต้น การผลิตผลิตภัณฑ์จากยางแห้งใช้เทคนิคในการผลิตหลัก 3 แบบ
คือ การอัดเบ้าพิมพ์ เช่น อะไหล่รถ ยางปูพื้น การรีดเป็นแผ่นเรียบ เช่น สายพานและการอัดผ่านหัว
ไค เช่น ท่อยาง การอัดเบ้าพิมพ์ยังแบ่งได้ 3 แบบ คือ การใช้เครื่องอัด การใช้เครื่องฉีด และการใช้
ระบบกึ่งฉีด การขึ้นรูปแบบต่างๆ

การเลือกใช้อย่างเป็นการเพิ่มมูลค่าของยางพาราในประเทศ ยางที่ใช้ผลิตอาจเป็นยางธรรมชาติหรือยางสังเคราะห์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือใช้อย่างทั้ง 2 ประเภทผสมกัน

ยางสังเคราะห์ หมายถึง ยางที่สังเคราะห์ขึ้นโดยปฏิกิริยาพอลิเมอร์ไรเซชันของสารตั้งต้น
ชนิดต่างๆ ยางสังเคราะห์ที่ใช้กัน แบ่งเป็นประเภท คือ

1. ยางสังเคราะห์ชนิดใช้งานทั่วไป มีคุณภาพใกล้เคียงกับยางธรรมชาติ เช่น ยางสังเคราะห์
โพลีไอโซพรีน

2. ยางสังเคราะห์ชนิดพิเศษมีคุณภาพเด่นในบางด้าน เช่น ทนต่อน้ำมัน ทนต่ออุณหภูมิสูง
สามารถเก็บกักลมได้ดี ได้แก่ ยางคลอโรพรีน ยางไนไตรล์ ยางบิวทาย และยางซิลิโคน

2.1.2 ด้านการตลาดยางพารา

การตลาดยางพาราของประเทศ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2532) รายงานว่า ตลาดยางพาราในประเทศประกอบด้วยบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขายมาตกลงซื้อขายกัน

ผู้ซื้อ หมายถึง พ่อค้าคนกลางในระดับต่างๆกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

1. พ่อค้าในระดับท้องถิ่น ได้แก่ พ่อค้าเร่หรือชาปัว พ่อค้าในตำบลหรือหมู่บ้านและสหกรณ์การเกษตรเป็นผู้รับซื้อยางจากเกษตรกรโดยตรง โดยอาจจะเข้าไปซื้อถึงในสวนหรือรับซื้อที่ร้านหรือสำนักงานที่ตั้งอยู่ในตำบลหรือหมู่บ้าน

2. พ่อค้าระดับท้องถิ่น ได้แก่ พ่อค้าในเมืองหรือยี่ปัวเป็นผู้รับซื้อยางรายใหญ่จากชาวสวน พ่อค้าเร่ พ่อค้าในตำบลหรือหมู่บ้านและอาจจะประมูลรับซื้อจากกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางด้วย โดยมีร้านรับซื้ออยู่ในอำเภอหรือจังหวัด

3. ผู้แปรรูปหรือผู้ส่งออก ได้แก่ โรงงานยางและโรงงานแปรรูปยางอื่นๆ เป็นผู้รับซื้อยางรายใหญ่จากพ่อค้าท้องถิ่น สหกรณ์การเกษตร และเกษตรกร เพื่อนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ และน้ำยางข้น เป็นต้น สำหรับยางที่ผลิตได้จะถูกส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่และมีบางส่วนนับเป็นส่วนน้อยที่ขายให้โรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในประเทศ เพื่อนำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิต ยางรถยนต์ ถุงมือยาง ยางรัดของรองเท้า (ผ้าใบ , ฟองน้ำ) ยางยืด อะไหล่รถยนต์และอื่นๆ เพื่อใช้ในประเทศและเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

ผู้ขาย หมายถึง ผู้ผลิต ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกยางและเป็นเจ้าของสวนยางในขนาดต่างๆกัน

1. เกษตรกรผู้ปลูกยางรายย่อย หมายถึง เกษตรกรที่ถือครองเนื้อที่สวนยางขนาดเล็ก โดยประมาณ 10-15 ไร่ ทั่วทั้งประเทศมีอยู่ประมาณร้อยละ 95 ของจำนวนผู้ปลูกยางทั้งหมด ประกอบไปด้วยชาวสวนยางอิสระ ชาวสวนยางที่เป็นสมาชิกกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยาง และชาวสวนยางที่เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร เป็นต้น

2. เกษตรกรผู้ปลูกยางรายใหญ่ หมายถึง เกษตรกรที่ถือครองเนื้อที่สวนยางขนาดใหญ่ ในประเทศมีอยู่เพียงร้อยละ 5 เท่านั้น

ประเภทของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการค้ายาง

ผู้ประกอบการในตลาดท้องที่ประกอบด้วยพ่อค้าระดับท้องที่พ่อค้าประเภทนี้จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับภาวะระดับราคาลำปีใดราคาส่ง พ่อค้ารวบรวมท้องที่ที่มีมาก แต่ถ้าปีใดราคาคต่ำก็ จะเปลี่ยนไปทำธุรกิจในสินค้าเกษตรชนิดอื่น การทำธุรกิจค้ายางของพ่อค้ารวบรวมท้องที่จะเป็น

แบบซื้อมาขายไปในปริมาณไม่มากนักและจะไม่มีการสต็อกยาวไวนานเกิน 5-7 วัน เนื่องจากมีเงินทุนน้อยและเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของราคาอีกด้วย

ผู้ประกอบการในตลาดระดับท้องถิ่นประกอบด้วยพ่อค้าระดับท้องถิ่นซึ่ง หมายถึง การรวมถึงกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร พ่อค้าขายส่งรายใหญ่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางดิบ เช่น โรงรมควัน โรงงานผลิตยางแท่ง โรงงานผลิตน้ำยางข้น ยางเครพหน่วยราชการ เช่น องค์การสวนยาง ฯลฯ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะมีบทบาทสำคัญมากในการค้ายางเพราะจะเป็นผู้รวบรวม ผลผลิตจากเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ทั้งในจังหวัดของตนและจังหวัดอื่นๆ ใกล้เคียงในปริมาณที่ค่อนข้างมากและมีการเก็บสต็อกยาวไว้เมื่อราคายางอยู่ในระดับต่ำเป็นการชะลอการขายเพื่อรอให้ราคายางสูงขึ้น ผลผลิตยางที่พ่อค้าท้องถิ่นรวบรวมได้นี้จำหน่ายให้แก่อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออก

ผู้ประกอบการในตลาดปลายทาง ประกอบด้วย ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออกยางธรรมชาติ โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางจะเป็นทั้งผู้ประกอบการค้าในประเทศและผู้ส่งออกด้วย นำผลผลิตยางธรรมชาติซึ่งผ่านการแปรรูป เบื้องต้นมาแล้วมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ยางโดยส่วนหนึ่งเพื่อการจำหน่ายในประเทศ ส่วนหนึ่งเพื่อการส่งออกสำหรับผู้ส่งออกยางธรรมชาติเมื่อรวบรวมผลผลิตได้แล้วจะนำผลผลิตนั้นมาผ่านการแปรรูปเบื้องต้น ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางเครพ ฯลฯ และส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ(วารสิ ศรีสมบัติ, 2542)

วิถีตลาดยางพาราในท้องถิ่นผลผลิตยางธรรมชาติที่เกษตรกรผลิตได้จะอยู่ในแบบต่างๆ ดังนี้

1. ยางแผ่นดิบ เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตยางแผ่นดิบให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โรงงานแปรรูปเบื้องต้น ได้แก่ โรงรมควัน โรงงานผลิตยางแท่ง แต่ถ้าอยู่ใกล้ตลาดกลางยางพารา ก็จำหน่ายผ่านตลาดกลางยางพารา โรงรมควันเป็นแหล่งรวบรวมผลผลิตทั้งจากเกษตรกร พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และตลาดกลางยางพาราเพื่อทำยางแผ่นดิบให้เป็นยางแผ่นรมควันแล้วกระจายผลผลิตไปยังอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออกโรงงานผลิตยางแท่ง รวบรวมผลผลิตยางแผ่นดิบคุณภาพต่ำ จากเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น เพื่อผลิตเป็นยางแท่งแล้วกระจายผลผลิตไปยังอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออก

2. น้ำยางสด เกษตรกรนำน้ำยางสดจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ซึ่งเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมยางดิบที่ใช้น้ำยางสดเป็นวัตถุดิบ เช่น โรงงานยางแท่ง โรงงานผลิตน้ำยางข้น ยางเครพ ยางแผ่นผึ่งแห้ง หรือจำหน่ายให้กับองค์การสวนยาง ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐดำเนินธุรกิจยาง

เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมยางดิบอื่นแล้วกระจายผลผลิตไปยังอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออก(วรลี ศรีสมบัติ, 2542)

เมื่อยางแผ่นดิบผ่านอุตสาหกรรมยางดิบแล้วได้ผลผลิตเป็นยางแผ่นรมควันและยางแท่ง ส่วนน้ำยางสด เมื่อผ่านอุตสาหกรรมยางดิบแล้วจะได้ผลผลิตเป็นน้ำยางข้น ยางเครพ ยางแผ่นฟุ้งแห้ง ฯลฯ ผลผลิตยางธรรมชาติเหล่านี้จะถูกจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ 2 ประเภท คือ

1. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง เช่น อุตสาหกรรมยางรถยนต์ รองเท้า ถุงมือ ยางรัดของ ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศและอีกส่วนหนึ่งส่งออก
2. ผู้ส่งออกยางธรรมชาตินำผลผลิตที่ผ่านการแปรรูปขั้นต้นแล้ว เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ ยางแผ่นฟุ้งแห้ง ฯลฯ ส่งออกจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ

การแปรรูปยางพาราของประเทศไทย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2532) รายงานว่า ผลผลิตยางของประเทศไทย ได้แก่ น้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และเศษยางหรือขี้ยาง สำหรับน้ำยางสดและยางแผ่นจะนำมาแปรรูปได้ 5 ชนิดคือ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ น้ำยางข้น และยางแผ่นฟุ้งแห้ง

1. ยางแผ่นรมควัน การผลิตยางธรรมชาติของไทยส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นรมควันถึงร้อยละ 78.30 ของปริมาณยางทั้งหมด (พ.ศ.2525-2530) สามารถจัดชั้นคุณภาพได้เป็น 7 ระดับ ยางแผ่นรมควันที่ผลิตได้สูงที่สุดจะเป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 ร้อยละ 56.07 รองลงมา ได้แก่ยางแผ่นรมควันชั้น 4 ร้อยละ 10.56, ชั้น 2 ร้อยละ 7.32, ชั้น 5 ร้อยละ 2.38, ชั้น 1 ร้อยละ 1.77 และชั้น 1 พิเศษร้อยละ 0.16 ส่วนที่เหลือจะเป็นยางที่ต่ำกว่าชั้น 5 เศษยางแผ่นรมควันและยางแผ่นรมควันไม่ทราบชั้น เหตุที่ไทยผลิตยางแผ่นรมควันชั้น 3 ได้มากเนื่องมาจากวัตถุดิบ คือ ยางแผ่นดิบที่ได้มาส่วนใหญ่มาจากสวนยางขนาดเล็ก ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ความสกปรกของเนื้อยางมีมาก ทำให้ต้องเสียเวลาในการรมควัน ยางแผ่นรมควันสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางจำพวกยางรถยนต์ ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถจักรยาน ทั้งยางนอกและยางใน ยางเครื่องบิน ท่อยาง ยางรัดของ และสายพานตัววี

2. ยางแท่ง ปริมาณการผลิตยางแท่งนั้นเป็นอันดับสองรองจากการผลิตยางตามปกติในประเทศทั้งหมด ตั้งแต่ปีพ.ศ.2525-2530 ผลิตได้เฉลี่ยต่อปีร้อยละประมาณ 14.66 ของผลผลิตทั้งหมด ยางแท่งที่ผลิตได้ในปี 2530 สามารถจัดชั้นมาตรฐานเป็นยางแท่ง(Technically Specified Rubber-TSR, TTR) TTR 20 ร้อยละ 12.70 ซึ่งผลิตจากยางแผ่นดิบชั้น 3 ขี้ยางและเศษยางแผ่น และยางแท่ง TTR 5L ร้อยละ 1.18 ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบน้ำยางสด(Latex) ส่วนที่เหลือจะเป็นยางแท่ง TTR 5, TTR 10 และ TTR 50 ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยางแท่งจะแตกต่างกันในแต่ละ

ระดับชั้น ขางแท่งสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขางจำพวกขางรถยนต์ ขางเครื่องบิน และขางสำหรับรัดของต่างๆ

3. ขางเครพ ช่วงระยะเวลา 6 ปี ตั้งแต่ปีพ.ศ.2525-2530 ปริมาณการผลิตขางเครพโดยเฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 4.95 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ผลผลิตที่ได้ส่วนใหญ่จะเป็นขางเครพสีน้ำตาลที่ผลิตได้จากขี้ขาง ในปีพ.ศ.2530 มีปริมาณการผลิตเป็นประมาณร้อยละ 3.10 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ผลผลิตที่ได้จะอยู่ในระดับขางเครพสีน้ำตาลบาง ชั้น 2 ร้อยละ 3.07 สีน้ำตาลเข้มหนา ชั้น 3 ร้อยละ 0.02 และชนิดอื่นอีกร้อยละ 0.01 สำหรับขางเครพชนิดขาวซึ่งผลิตจากน้ำขางสดที่เป็นขางเครพคุณภาพดีไทยยังผลิตไม่ได้ สำหรับผลิตภัณฑ์ขางที่ทำจากขางเครพ ได้แก่ ขางรถชนิดต่างๆ เป็นต้น

4. น้ำขางชั้น ปริมาณการผลิตน้ำขางชั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากจากปริมาณการผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.24 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ในปีพ.ศ.2525 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.90 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ในปีพ.ศ.2530 เนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ขางหลายประเภทที่มีศักยภาพในการส่งออกมีการใช้น้ำขางชั้นเป็นวัตถุดิบสำคัญ เช่น การผลิตถุงมือขาง ขูดขางอนามัย เส้นขางยัด เบาะพองน้ำ อุปกรณ์ทางการแพทย์ อื่นๆ เป็นต้น

5. ขางแผ่นผึ่งแห้ง เป็นขางดิบแห้งชนิดหนึ่งเช่นเดียวกับขางแผ่นรมควันแต่ทำแห้งโดยกรรมวิธีผึ่งลมร้อนหรืออบในห้องอบขาง โดยใช้ความร้อนที่ไม่มีควันไฟ ปริมาณการผลิตขางแผ่นผึ่งแห้งในช่วงปีพ.ศ.2525-2530 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปริมาณการผลิตเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.28 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดในปีพ.ศ.2525 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.76 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดในปีพ.ศ.2530 ขางแผ่นผึ่งแห้งจะใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตขางรัดของเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันขางชนิดนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นขางที่สามารถนำมาทดแทนขางแท่ง TTR 5L ได้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2541) รายงานว่า ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตขางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 เป็นต้นมา โดยมีการผลิตขางธรรมชาติในรูปแบบต่างๆ คือ ขางรมควัน ขางแท่งSTR ขางแผ่นอบแห้ง ขางสกิม น้ำขางชั้น และน้ำขางคงรูป มีศักยภาพการผลิตประมาณปีละ 1.8ล้านตัน มีอัตราการเพิ่มผลผลิตร้อยละ 5-6 ต่อปี ผลผลิตเกือบทั้งหมดเป็นผลผลิตจากสวนขางขนาดเล็กที่มีพื้นที่สวนขาง 13-25 ไร่ กว่า 1ล้านบาท หรือมีชาวสวนขางกว่า 5ล้านคน คาดว่าเมื่อสิ้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (ในปีพ.ศ.2544) ปริมาณการผลิตจะสูงถึง 2.23 ล้านตัน ปริมาณการผลิตข้างต้นร้อยละ 90 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกที่มีอัตราการส่งออกเพิ่มในระดับน่าพอใจ คือ เฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี ที่เหลืออีกร้อยละ 10 เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ที่มีอัตราส่งออกเพิ่มในระดับน่าพอใจ คือ เฉลี่ยกว่าร้อยละ 14 ต่อปี ปัจจุบันขางที่ส่งออก

ส่วนใหญ่ร้อยละ 66 เป็นยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet : RSS) รองลงมาร้อยละ 17 เป็นยางแท่ง (Standard Thai Rubber : STR) และร้อยละ 10 เป็นน้ำยางข้น (Concentrated latex : 60% D.R.C.) ที่เหลือเป็นยางชนิดอื่นๆ การใช้ยางในประเทศนั้นมีการใช้ยางรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน(ประมาณร้อยละ 30 ต่อชนิด) ในภาพรวมยางทำรายได้ให้ประเทศประมาณปีละ 80,000 ล้านบาท แยกเป็นจากการส่งออกยางดิบประมาณ 60,000 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ยางประมาณ 20,000 ล้านบาท ส่วนปัญหาการเป็นผู้นำด้านปริมาณการผลิตยางเท่า นั้นยังไม่ได้เป็นผู้นำด้านคุณภาพยางที่แท้จริง เพราะยางที่ผลิตและส่งออกส่วนใหญ่มีเพียง 2-3 ชนิดและเป็นยางที่มีคุณภาพปานกลาง ปัญหาข้างต้นเกิดจากโครงสร้างการผลิตยางของประเทศเกือบทั้งหมด (ประมาณร้อยละ 97) เป็นส่วนยางขนาดเล็กซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนายางของประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพยางและการปรับโครงสร้างการผลิตยางให้สอดคล้องกับความต้องการการใช้ยางของประเทศและของโลก การที่ไทยผลิตและส่งออกยางแผ่นรมควันเป็นจำนวนมากประมาณปีละ 1.1-1.2 ล้านตัน มีอัตราการเพิ่มร้อยละ 5-6 ต่อปีนั้น ในขณะที่ความต้องการใช้ยางรมควันของโลกที่มีประมาณปีละ 1.5-1.6 ล้านตัน เห็นได้ว่าตลาดยางแผ่นเริ่มถึงจุดอิ่มแล้วและมีอัตราการเพิ่มไม่มากนัก ตรงกันข้ามกับความต้องการใช้ยางแท่งและน้ำยางข้นกลับเพิ่มมากกว่า

เมื่อกรีดยางจะได้น้ำยาง (Latex) และน้ำยางส่วนที่เหลือบนรอบกรีด (Tree lace) เมื่อเก็บน้ำยางจะได้น้ำยางและส่วนที่ติดอยู่ตามภาชนะและน้ำยางบางส่วนที่เสีย ยางที่ติดอยู่ตามรอยกรีดยางที่รวบรวมจากส่วนที่ติดอยู่ตามภาชนะและจากน้ำยางส่วนที่เสียรวมส่วนเหล่านี้เข้าด้วยกัน เรียกว่า ขี้ยางก้อน ยางเส้น ผลผลิตจากสวนยางจะได้ส่วนที่เป็นน้ำยางประมาณร้อยละ 85-90 และส่วนที่เป็นขี้ยางก้อน ยางเส้น ประมาณร้อยละ 10-15

สถาบันวิจัยยาง (2540) รายงานว่า ในระยะเริ่มแรกของการกรีดยางของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในช่วงปีพ.ศ.2530-2535 นั้น หลังจากที่กรีดได้น้ำยางแล้ว เกษตรกรจะผลิตเป็นยางแผ่นดิบเช่นเดียวกับภาคใต้และภาคตะวันออกแล้วฝึ่งให้แห้งและเก็บสะสมไว้เพื่อรอการขาย วิธีการตลาดเริ่มขึ้นครั้งแรกโดยการติดต่อกับพ่อค้าในจังหวัดระยองให้ทราบถึงแหล่งยางที่สามารถนำออกขายได้ เมื่อเป็นที่ทราบกันแล้วพ่อค้าในจังหวัดระยองจึงเดินทางมาเก็บรวบรวมซื้อทุก 15 หรือ 30 วัน ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตในแต่ละแหล่งจะมียางสะสมไว้มากน้อยเพียงใด ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้จะซื้อในราคาที่ต่ำกว่าราคาในจังหวัดระยองเล็กน้อย หรือไม่เกิน 1 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้เพื่อชดเชยค่าใช้จ่ายในการขนส่งและกำไรสำหรับตนเอง พ่อค้าในจังหวัดระยองจะใช้รถออกตระเวนรับซื้อทั่วทุกจังหวัดที่มียางออกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และในขณะเดียวกันนั่นเองได้เกิดมีแหล่งรับซื้อยางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเองขึ้นอีกแหล่งหนึ่ง คือ โรงงานหล่อดอกยางรถยนต์ใน

จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นโรงงานขนาดใหญ่ใช้ยางธรรมชาติเป็นส่วนผสมกับยางสังเคราะห์ทำยางล้อดอกยางรถยนต์ปีก้อหรือรถบรรทุกงานเกษตรทั่วไป โรงงานล้อดอกแห่งนี้ตั้งขึ้นตั้งแต่ยังไม่มีกรริเริ่มปลูกยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและไม่คิดมาก่อนว่าจะได้พึ่งผลผลิตยางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะได้ซื้อยางแผ่นดิบและยางรมควันจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดระยองอยู่เป็นจำนวนมากตลอดมา เมื่อโรงงานล้อดอกแห่งนี้ทราบว่ามียางแผ่นดิบของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดขึ้นแล้ว ประกอบกับได้รับการติดต่อขายจากพ่อค้าและชาวสวนในระยะนั้นด้วย ทางโรงงานจึงตัดสินใจรับซื้อยางแผ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วยและได้รับซื้อในปริมาณไม่จำกัดเพราะแม้จนถึงขณะนี้ปริมาณการใช้ยางของโรงงานก็ยังคงสูงกว่าปริมาณยางที่ผลิตได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาก ส่วนราคารับซื้อนั้นจะซื้อในราคาตลาดหรือราคาตามประกาศของทางราชการเพราะต้องการสนับสนุนผู้ปลูกอยู่แล้ว เช่นในกรณีเมื่อปีพ.ศ.2525-2526 รัฐบาลประกันราคารับซื้อที่ 17 บาทต่อกิโลกรัม ทางโรงงานก็ยินดีรับซื้อในราคานี้ตลอดเวลาเช่นกัน ส่วนแหล่งรับซื้อรายล่าสุด ได้แก่ หน่วยรับซื้อสาขาของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ซึ่งดำเนินการรับซื้ออยู่ที่สำนักงานทุกแห่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมีนโยบายในงานรวมกลุ่มพัฒนาการผลิตยางแผ่น การรมควัน ใช้ชาวสวนมรความสามารถในการผลิตยางที่มีคุณภาพด้วยต้นทุนต่ำและมีอำนาจต่อรองทางตลาดต่อไป และเมื่อรวบรวมซื้อยางได้มากพอแล้วก็จะขายต่อไปให้แก่โรงรมควันต่อไป นอกจากแหล่งซื้อทั้ง 3 แหล่งแล้ว ในระยะหลังมีพ่อค้าคนกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเข้ามาเริ่มซื้อน้ำยางสด เพื่อนำไปขายต่อไปให้แก่โรงงานแปรรูปเป็นน้ำยางข้นและยางประเภทอื่นๆต่อไป จึงนับเป็นสัญญาณที่ดีสำหรับรูปแบบและวิธีการรับซื้อที่จะได้รับการพัฒนาให้ทัดเทียมกับภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเวลาอันรวดเร็ว เพราะการขายน้ำยางพาราสดของชาวสวนเป็นวิธีการสำคัญอันหนึ่งในการแก้ปัญหาการผลิตยางแผ่นดิบที่มีคุณภาพต่ำแลพสกปรกเป็นการแก้ปัญหาการตากยางในที่สกปรก ตลอดจนการแก้ปัญหาการขาดแคลนน้สะอาดในการทำยางอีกด้วย

2.2 กรอบแนวคิดความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา

ในการศึกษากรอบแนวคิดเกี่ยวกับยางพาราได้นำเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study) มาเป็นกรอบแนวคิดโดยมีความหมายหลายความหมายด้วยกัน สามารถสรุปได้ดังนี้(ประสิทธิ์ ดงยงศิริ, 2545)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาที่ช่วยให้การกำหนดโครงการสามารถได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุดจากการลงทุน

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาที่ช่วยให้ทราบถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จของโครงการลงทุน และเมื่อมีการดำเนินงานตามโครงการนั้นแล้ว จะทำให้ผู้ลงทุนได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุด

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ เอกสาร (Document) ที่พรรณนาอย่างชัดเจนและเป็นระบบของโครงการภายใต้การศึกษาที่พรรณนาอย่างชัดเจน และเป็นระบบของโครงการภายใต้การศึกษาเอกสารดังกล่าวจะระบุผลการวิเคราะห์ทางด้านต่างๆ ที่สำคัญของโครงการ เพื่อให้ผู้ตัดสินใจสามารถทำการตัดสินใจได้ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านต่าง คือ

ความเป็นไปได้ทางการตลาดหรืออุปสงค์ (Market or demand feasibility)

การวิเคราะห์และคาดคะเนอุปสงค์ผลิตของโครงการ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการการวางแผนและการวิเคราะห์โครงการเป็นอย่างยิ่ง โดยส่วนใหญ่การวิเคราะห์อุปสงค์จะเกี่ยวข้องกับการพยายามตอบปัญหาสำคัญ 3 ประการ คือ

1. อุปสงค์ในการผลิตของโครงการมีมากน้อยแค่ไหน
2. อุปสงค์ในการผลิตชนิดนี้จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลง และในอัตราากน้อยเพียงใด
3. โครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้น จะสนองความต้องการได้มากน้อยเพียงใด

เพื่อให้สามารถตอบคำถามดังกล่าวได้ จะต้องเริ่มด้วยการจัดเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในอดีตด้านราคาและปริมาณของผลผลิตชนิดนั้นจากข้อมูลในอดีตและปัจจุบันของปริมาณการผลิตและการนำเข้าหรือส่งออกของผลผลิตก็พอจะทำให้ทราบได้ว่าขนาดอุปสงค์เป็นอย่างไร หลังจากได้ตรวจสอบขนาดอุปสงค์เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันแล้ว ก็ทำการคาดคะเนขนาดอุปสงค์ในอนาคต ในการคาดคะเนก็เป็นการคาดคะเนขนาดอุปสงค์ทั้งหมดของผลผลิตชนิดนั้น แล้วคาดคะเนปริมาณการขายที่คาดว่าจะขายได้และในการคาดคะเนก็อาจอาศัยวิธีการต่างๆ เช่น การคาดคะเนโดยอาศัยค่าแนวโน้มในอดีต และการคาดคะเนโดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ อันเป็นการคาดคะเนจากปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของผลผลิตชนิดนั้น

ส่วนการพิจารณาว่าเมื่อมีผลผลิตออกมาแล้วจะสนองความต้องการของตลาดได้มากน้อยเพียงใด จำเป็นต้องพิจารณาคู่แข่งขันที่มีอยู่เดิมทั้งในปริมาณการผลิตคุณภาพ สถานที่ตั้ง ราคา และต้นทุน เพื่อพิจารณาว่าคุณภาพผลผลิตของโครงการเป็นอย่างไร ดีกว่าคู่แข่งหรือไม่ และต้นทุนการผลิตสูงกว่าหรือต่ำกว่า เพื่อจะได้พิจารณาหาทางปรับปรุงให้สามารถทำการแข่งขันได้

ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค (Technical feasibility)

การผลิตสินค้าและบริการจะมีเทคนิคการผลิตให้ได้หลายประเภท ซึ่งเทคนิคการผลิตแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไปในด้านกรรมวิธีการผลิต เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต ชนิด ปริมาณ และคุณภาพของปัจจัยการผลิตที่ต้องการสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาข้อดีข้อเสียของเทคนิคการผลิตประเภทต่างๆ แล้วคัดเลือกเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมที่สุด การวิเคราะห์ทางด้านนี้จึงเน้นไปที่การกำหนดทางเลือกและการคัดเลือกทางเลือกด้านเทคนิคที่ดีที่สุดให้กับโครงการ ด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จึงต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ขนาดของโครงการ และความประหยัจากขนาดที่อาจเกิดขึ้น
2. สถานที่ตั้งโครงการ การเข้าถึงสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และแหล่งทรัพยากร
3. จำนวนประชากรที่คาดว่าจะได้ประโยชน์จากโครงการ และลักษณะการกระจายตัวด้านกายภาพของประชากรในพื้นที่โครงการ
4. ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ
5. ประมาณการต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ต้องการ

ปัญหาด้านเทคนิคจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทหรือสาขาโครงการ เทคนิคที่มีความเหมาะสมกับประเทศหนึ่งอาจมีความไม่เหมาะสมกับอีกประเทศหนึ่ง นอกจากนั้นเทคนิคการผลิตที่มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดก็ไม่จำเป็นต้องเสมอไปว่าจะช่วยให้โครงการมีประสิทธิภาพสูงสุดก็ได้ เนื่องจากเทคนิคที่แตกต่างกันอาจให้ผลตอบแทนแตกต่างกันได้ การเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนของแต่ละทางเลือกเท่านั้นจึงจะทำให้ทราบได้ว่าทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial feasibility)

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์การลงทุนและผลตอบแทนของโครงการในแง่เอกชนหรือผลกำไรทางการเงินเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังรวมการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมให้กับโครงการเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ ในทุกขั้นตอนของโครงการและรวมตลอดถึงการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของผู้ร่วมโครงการ

เช่น เกษตรกร ธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อให้แน่ใจว่าโครงการมีผลตอบแทนให้กับผู้ร่วมโครงการมากเพียงพอที่จะจูงใจให้เขาเหล่านั้นเข้าร่วมโครงการด้วย

ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน จะต้องจัดทำงบการเงินต่างๆ เช่น งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด เพื่อกำหนดว่าโครงการจะมีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินงานในอนาคตหรือไม่ กำหนดอัตราผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ ประเมินสภาพคล่อง และความสามารถในการชำระหนี้เครื่องมือที่ใช้วัดการดำเนินการโดยทั่วไปก็ได้แก่ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Ratio analysis)

การวิเคราะห์ทางการเงินจะเริ่มด้วยการคาดคะเนอุปสงค์ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของโครงการ ซึ่งจะช่วยให้สามารถประมาณการรายรับ นอกจากนั้นก็มีการคาดคะเนต้นทุนในแต่ละระดับการผลิตหรือการดำเนินงานภายใต้ข้อสมมุติเกี่ยวกับราคาสินค้าหรือการบริการที่ผลิต นอกจากนั้นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) โดยวิเคราะห์โครงการดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์โครงการเป็นการประเมินข้อดีและข้อเสียหรือผลตอบแทนและต้นทุนของโครงการ เน้นการประเมินความคุ้มค่าของโครงการ โดยโครงการจะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อผลตอบแทนมีค่าสูงกว่าต้นทุน การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์การลงทุนและผลตอบแทนของโครงการในแง่ เอกชน หรือผลกำไรทางการเงินเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังรวมการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมให้กับโครงการเพื่อทำให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงิน ในทุกขั้นตอนของโครงการขั้นตอนการวิเคราะห์จะเริ่มด้วย

1. การคาดคะเน

2. อุปสงค์ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของโครงการเพื่อช่วยในการประมาณการรายรับ

3. การคาดคะเนต้นทุนในแต่ละระดับการดำเนินงานภายใต้ข้อสมมุติเกี่ยวกับราคา สินค้า หรือบริการการผลิตเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ วิธีการปรับลดกระแสเงินสด (Discount cash flow method) จะต้องมีการจัดเตรียมกระแสเงินสดของโครงการ การทำส่วนลดกระแสเงินสด การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) (ประสิทธิ์ ตั้งยั้งศิริ, 2545)

หลักเกณฑ์การประเมินโครงการ

วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV)

มูลค่าสุทธิของโครงการ คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนสุทธิหรือกระแสเงินสดของโครงการ ซึ่งคำนวณได้โดยการทำส่วนลดกระแสผลตอบแทนสุทธิตลอดชั่วอายุของโครงการให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน หรืออาจคำนวณหา NPV จากความแตกต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวม และมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนรวม ซึ่งเขียนเป็นสูตรคำนวณได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}$$

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

โดยกำหนดให้	B_t	=	ผลตอบแทนในปีที่ t
	C	=	ต้นทุนในปีที่ t
	r	=	อัตราส่วนลดที่เหมาะสม
	n	=	จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

เกณฑ์ในการตัดสินใจ

ในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธินี้มากกว่าหรือเท่ากับ 0 ($NPV \geq 0$) หมายความว่า มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย แสดงว่า โครงการนั้นคุ้มค่ากับการลงทุน

ในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิน้อยกว่า 0 ($NPV < 0$) หมายความว่า มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับน้อยกว่าหรือเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย แสดงว่า โครงการนั้นไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

อัตราผลตอบแทนต่อทุน (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อทุน คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทน กับมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุน ซึ่งเขียนเป็นสูตรคำนวณ ได้ดังนี้

$$B/C = \frac{PV \text{ of benefit}}{PV \text{ of cost}}$$

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

เกณฑ์ในการตัดสินใจ

ในกรณีที่อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมีค่ามากกว่า 1 ($B/C \geq 1$) หมายความว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่ามากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุน แสดงว่าโครงการนั้นคุ้มค่ากับการลงทุน

ในกรณีที่อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ($B/C < 1$) หมายความว่า มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนสูงกว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน แสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

อัตราผลตอบแทนภายในการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นหลักเกณฑ์การประเมินความคุ้มค่าของโครงการที่ได้รับวามนิยมนที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดของ IRR มีความสอดคล้องกับอัตราผลกำไรของโครงการ ดังนั้นจึงทำให้เข้าใจง่าย อีกทั้งไม่ต้องมีการกำหนดอัตราส่วนลดไว้ก่อน ดังเช่น NPV และ B/C

อัตราผลตอบแทนของโครงการอาจนิยามได้ว่า คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับ 0 ดังนั้น IRR จึงได้แก่อัตราส่วนลดหรือ r ที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับ 0

ดังสมการ

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1-r)^t} = 0$$

เกณฑ์ในการตัดสินใจ

โดยที่ IRR คืออัตราส่วนลดภายในของโครงการ การคำนวณหาค่า IRR จึงไม่ขึ้นอยู่กับ การเลือกอัตราส่วนลดไว้ก่อน หากเป็นแต่อัตราส่วนลดที่ทำให้โครงการมีความคุ้มทุน นั่นคือจะเป็นอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่โครงการสามารถจ่ายให้กับทรัพยากรที่ใช้ เกณฑ์ในการตัดสินใจ ให้นำ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่คำนวณได้ไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายอันเนื่องมา จากการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในโครงการนั้น หรือ ค่าเสียโอกาสการลงทุน

ในกรณีที่อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายอันเนื่องมาจากการ กู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนในโครงการ แสดงว่า โครงการนั้นคุ้มค่ากับการลงทุน

ในกรณีที่อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายอันเนื่องมาจากการ กู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนในโครงการ แสดงว่า โครงการนั้นไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

ระยะเวลาคืนทุน ได้แก่ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับค่าลง ทุนของโครงการ หลักเกณฑ์นี้พิจารณาจำนวนปีที่ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุน เกณฑ์ในการตัดสินใจ

กรณีกระแสเงินสดเข้าสู่สุทธิเท่ากันทุกปี

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเริ่มโครงการ}}{\text{เงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

กรณีกระแสเงินสดเข้าสู่สุทธิต่อปีแตกต่างกัน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{ส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

การลงทุนใด ๆ ที่ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับจำนวนเงินที่ลงทุนอย่างรวดเร็วย่อมเป็นการดี เพราะโอกาสเสี่ยงต่อการขาดทุนในอนาคตมีน้อยลง และผู้ลงทุนสามารถนำเงินผลตอบแทนส่วน เกินจากเงินที่ลงทุนมาหาผลประโยชน์อย่างอื่นต่อไปได้อีกเพื่อทราบว่าสิ่งสำคัญที่สุดของเกษตรกร ชาวสวนยางพาราในการตัดสินใจขายสินค้าคือราคาหรือไม่ และทราบถึงความเป็นไปได้ในการลง ทุนเพื่อประมวลผลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

การวิเคราะห์งบการเงิน แหล่งที่มาของข้อมูลมี 2 ส่วน คือ

1) ข้อมูลที่เป็นตัวเลขจำนวนเงินจากงบการเงินอัน ได้แก่ งบต้นทุนโครงการ งบดุล (Balance Sheet) งบกำไรขาดทุน (Income Statement) งบกำไรสะสม (The Statement of Retained Earning) และ งบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement)

2) งบต้นทุนโครงการ

เป็นงบที่แสดงให้เห็นการประมาณการรายการทรัพย์สินและจำนวนเงินลงทุนเมื่อแรกเริ่มดำเนินธุรกิจ ควรมีการระบุแหล่งที่มาของเงินทุน (เจ้าหนี้การค้า เงินกู้ หรือเงินทุนส่วนตัว) ส่วนประกอบที่สำคัญของงบต้นทุนโครงการ ได้แก่

- 2.1) เงินทุนหมุนเวียน เป็นเงินสำหรับใช้จ่ายก่อนที่จะได้รับเงินจากลูกค้า
- 2.2) เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เป็นเงินลงทุนสำหรับการลงทุนการลงทุนในที่ดิน อาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ ยานพาหนะ และเครื่องใช้สำนักงาน
- 2.3) รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน เป็นรายจ่ายที่จ่ายไปก่อนที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ เช่น รายจ่ายในการศึกษาความเป็นไปได้ รายจ่ายในการจัดเตรียมโครงการ และรายจ่ายในการยื่นขออนุญาต จดทะเบียน เป็นต้น

งบดุล (Balance Sheet)

เป็นงบแสดงฐานะทางการเงิน ภายใต้อยู่รายการบัญชีเป็นหมวดใหญ่ ณ วันใดวันหนึ่ง เพื่อให้ทราบว่ามีสินทรัพย์, หนี้สิน (สิทธิเรียกร้องในสินทรัพย์) และส่วนของผู้ถือหุ้นมีจำนวนเท่าใด ณ วันใดวันหนึ่ง โดยทั่วไปการรายงานงบการเงินมี 2 ระยะ คือ รายไตรมาสและระยะเวลา 1 ปี งบดุลมีส่วนประกอบ 3 ส่วน คือ

1. สินทรัพย์ (Assets) หมายถึง ประโยชน์ทางเศรษฐกิจในอนาคตที่คาดว่าจะได้รับหรือมีอำนาจควบคุมได้โดยกิจการ ซึ่งเป็นผลจากรายการค้าหรือเหตุการณ์ในอดีต
2. หนี้สิน (Liabilities) หมายถึง ภาระผูกพันที่จะชดเชยด้วยประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เกิดขึ้นจากการผูกพันในปัจจุบันของกิจการที่จะต้องโอนสินทรัพย์และบริการให้แก่หน่วยธุรกิจอื่นในอนาคต ซึ่งเป็นผลจากรายการค้าหรือเหตุการณ์ในอดีต
3. ส่วนของผู้ถือหุ้น (Equities) หมายถึง ผลได้ในสินทรัพย์สุทธิของกิจการซึ่งคือยอดคงเหลือหลังจากนำเอาทรัพย์สินหักด้วยหนี้สินทั้งหมดจากความหมายข้างต้น นักบัญชีจึงสรุปสมการบัญชีได้ดังนี้ (Eugene F. Brigham, 2544)

ส่วนของผู้ถือหุ้น	=	สินทรัพย์ – หนี้สิน
Stockholders Equity	=	Assets – Liabilities
สินทรัพย์	=	หนี้สิน + ส่วนของผู้ถือหุ้น
Assets	=	Liabilities + Stockholders Equity

งบกำไรขาดทุน (The Income Statement)

เป็นงบแสดงผลการดำเนินงานให้รายละเอียดเกี่ยวกับรายได้, ค่าใช้จ่าย, กำไร(ขาดทุน) สุทธิ, และกำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นสำหรับงวดระยะเวลาบัญชีหนึ่งๆ

กำไรสุทธิ (Net Income) คือ ส่วนเกินของค่าขายที่สูงกว่าต้นทุนสินค้าและบริการที่ขายนั้น ต้นทุนสินค้าและบริการนี้จะต้องเป็นของช่วงเวลาระยะเวลาเดียวกับการเกิดการขายนั้นจะคำนวณหากำไรสุทธิของธุรกิจ โดย

1. หาค่าขายของสินค้าและบริการของช่วงเวลานั้น
2. หาด้านทุนของสินค้าและบริการที่ได้ใช้ในการขายนั้น ในทางบัญชีจะเรียกค่าขายของช่วงระยะเวลาว่ารายได้ (Revenue) และเรียกต้นทุนสินค้าและบริการที่ได้มาซึ่งรายได้นั้นว่า ค่าใช้จ่าย (Expenses) การเปิดเผยรายการที่แสดงในงบกำไรขาดทุนจะต้องเปิดเผยข้อมูลต่อไปนี้ ยอดขาย รายได้อื่นๆ ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ รายการพิเศษ กำไรสุทธิ กำไรต่อหุ้น

งบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow)

งบกระแสเงินสด เป็นงบที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเงินสดไหลเข้า และเงินสดไหลออกจากกิจการระหว่างงวดบัญชี งบกระแสเงินสดเป็นงบที่จัดทำขึ้นแทนงบเงินทุนหมุนเวียน โดยที่งบกระแสเงินสดให้ประโยชน์แก่ผู้ใช้งบการเงินมากกว่า เพราะเน้นเงินทุนส่วนที่เป็นเงินสด โดยแบ่งออกเป็นกระแสเงินสดจาก

1. กิจการดำเนินงาน (Operating activities) หมายถึง กิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งมาจากกิจกรรมหลักของกิจการและไม่ใช้กิจกรรมลงทุนหรือกิจกรรมจัดหาเงิน เช่น กระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกที่ได้จากการขาย การให้บริการ หรือการผลิต เป็นต้น
2. กิจกรรมลงทุน (Investing activities) หมายถึง กิจกรรมการซื้อและการจำหน่ายทรัพย์สินระยะยาว และเงินลงทุนอื่นๆที่ไม่ใช่ รายการเทียบเท่าเงินสด เช่น กระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกที่ได้จากการขายเงินลงทุน และที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เป็นต้น
3. กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing activities) หมายถึง กิจกรรมที่มีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในขนาดและองค์ประกอบของส่วนของผู้ถือหุ้นและส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการ เช่น กระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกจากการได้รับทรัพยากรจากผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้และให้ผลตอบแทนการลงทุนเหล่านั้นในรูปเงินปันผลหรือดอกเบี้ยจ่าย และการจ่ายเงินคืน เงินกู้ยืม เป็นต้น (เรีงรัก จำปาเงิน, 2544)

จากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้นจะทำให้ทราบถึงเงินสดของกิจการในปีปัจจุบันว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากปีก่อนเท่าใดและมีสาเหตุเกิดจากอะไร ข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเลขจำนวนเงินการวิเคราะห์หังบการเงินจะทำให้ได้ผลถูกต้องตามความเป็นจริงนั้น จะใช้ตัวเลขอัตราส่วนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ เพราะมีข้อจำกัดในการใช้อัตราส่วนและตัวเลขที่จะต้องคำนึงถึงอยู่หลายประการดังนั้นจะต้องอาศัยข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเลขประจำประกอบด้วย เช่น สภาพเศรษฐกิจ ลักษณะของธุรกิจ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ทางด้านบริหารธุรกิจ ซึ่งต้องยอมรับว่าระยะหลังจากปีพ.ศ.2536 ที่ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างของการเมืองของโลกการเปลี่ยนแปลงในสหภาพโซเวียต โดยสาธารณรัฐต่างๆ มีการปกครองเป็นรัฐอิสระ การเปลี่ยนแปลงในกัมพูชา ในยุโรป และจุดอื่นๆของโลก ทำให้สภาพแวดล้อมทางการค้าเปลี่ยนไป การปรับเปลี่ยนและการพัฒนาอันรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีทำให้โลกนี้เป็นตลาดเดียว มีการสื่อสารอันรวดเร็ว เมื่อเกิดการกระทำอะไรในจุดหนึ่งก็จะกระทบต่อจุดอื่นของโลกทันที สภาพแวดล้อมด้านต่างๆได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น การประกาศลดอัตราดอกเบี้ยฝากในอเมริกา ในเยอรมัน แต่ประเทศไทยยังไม่ได้ลด ก็จะทำให้เงินตราไหลเข้ามาฝากในประเทศที่ไม่ได้ลดดอกเบี้ยลงหรือในทางตรงกันข้ามถ้าดอกเบี้ยภายนอกประเทศสูงกว่าก็จะเกิดเงินทุนไหลออกจากประเทศ รวมทั้งการเก็งกำไร ดังนั้น หากผู้ลงทุนมีข้อมูลล้ำสมัย ไม่ทันต่อการตัดสินใจอาจมีผลให้ทำกำไรลดต่ำลง ทำให้มีธุรกิจจำนวนมากที่ต้องปิดกิจการลง

พลังผลักดันด้านการแข่งขัน

พลังผลักดัน 5 ประการเพื่อวัดความน่าดึงดูดใจในการทำกำไรที่แท้จริงในระยะยาวของตลาดหรือส่วนแบ่งทางการตลาด พลังผลักดัน 5 ประการได้แก่ คู่แข่งในอุตสาหกรรมนั้น คู่แข่งรายใหม่ สินค้าทดแทน ผู้ซื้อและSupplier ตัวแบบ (Model) ในภักคูกคามจากพลังผลักดันมีดังต่อไปนี้ (Kotler, 2547)

1. ภักคูกคามจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน (Threat of intense segment rivalry) ตลาดส่วนนี้ไม่น่าดึงดูดใจถ้ามีคู่แข่งจำนวนมาก และยิ่งไม่น่าดึงดูดใจถ้าธุรกิจกำลังถดถอยต้นทุนคงที่เกิดขึ้นสูง การออกจากอุตสาหกรรมทำได้ยาก หรือคู่แข่งมีส่วนได้เสียมาก เงื่อนไขเหล่านี้ก่อให้เกิดสงครามสินค้า (Price war) มีการต่อสู้กันโฆษณาและแข่งขันกันแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งทำให้ต้นทุนของการแข่งขันสูงขึ้น

2. ภักคูกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of new entrants) ความดึงดูดใจขึ้นอยู่กับความยากง่ายของการเข้าออกจากอุตสาหกรรม ธุรกิจนี้น่าดึงดูดใจมากถ้าอุปสรรคขวากหนามที่กีดกันคู่แข่งรายใหม่ไม่ให้เข้ามาอยู่มากและการออกไปจากธุรกิจของคู่แข่งได้ง่าย ทำให้คู่แข่งรายใหม่น้อยรายสามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมได้และกิจการที่อ่อนแอก็ต้องถอนตัวออกไป เมื่ออุปสรรค

ในการเข้าออกจากอุตสาหกรรมมีสูง ศักยภาพในการทำกำไรก็จะสูงด้วย แต่กิจการก็จะเผชิญกับความเสี่ยงมากขึ้นเพราะถ้าอ่อนแอก็ต้องอยู่และต้องต่อสู้กับอุปสรรคในการเข้าออกจากอุตสาหกรรมมีน้อย หลายธุรกิจสามารถเข้าและออกจากอุตสาหกรรมได้ง่ายให้ผลตอบแทนที่มั่นคงในระดับต่ำ กรณีที่แย่ที่สุดคืออุปสรรคในการเข้ามีน้อยแต่อุปสรรคในการออกมีมาก ทำให้กิจการต่างๆ เข้าได้ง่ายเมื่ออยู่ในภาวะเติบโต แต่กลับออกยากในภาวะถดถอย ผลก็คือเกิดความเรื้อรังและผลตอบแทนตกต่ำ

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products) อุตสาหกรรมนั้นจะไม่น่าดึงดูดใจถ้ามีสินค้าทดแทนที่มีศักยภาพ สินค้าทดแทนก่อให้เกิดข้อจำกัดทางด้านราคาและผลกำไร บริษัทต้องตรวจสอบแนวโน้มของราคาอย่างใกล้ชิด ถ้ามีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นในสินค้าทดแทน จะทำให้ราคาและผลกำไรยิ่งตกต่ำลงไปอีก

4. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Threat of buyers' growing bargaining power) อุตสาหกรรมนั้นไม่น่าดึงดูดใจถ้าผู้ซื้อ (Buyer) มีอำนาจต่อรองสูง ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้นเมื่อ

- 4.1 ผู้ซื้อรวมตัวกัน
- 4.2 ไม่มีความแตกต่างในสินค้า
- 4.3 ต้นทุนการเปลี่ยนแปลงของผู้ซื้อต่ำ
- 4.4 ผู้ซื้อมีความไวต่อราคา
- 4.5 เมื่อผู้ซื้อสามารถจัดการหรือทำสินค้านั้นได้เอง

เพื่อเป็นการป้องกันตนเอง ผู้ขายควรเลือกผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองน้อยที่สุดหรือเปลี่ยนแปลงผู้ซื้อ การป้องกันที่ดีกว่าคือ มอบข้อเสนอที่ดีกว่าให้ผู้ซื้อจนผู้ซื้อมีอาชญากรรมได้

5. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของ Supplier (Threat of suppliers' growing bargaining power) อุตสาหกรรมนั้นไม่เป็นที่น่าดึงดูดใจ Supplier สามารถขึ้นราคาสินค้า หรือลดคุณภาพสินค้า Suppliers มักมีแนวโน้มที่จะเพิ่มอำนาจต่อรองเมื่อกลุ่มของ Suppliers รวมตัวกันได้ เมื่อสินค้าทดแทนมีน้อย เมื่อสินค้านั้นเป็นสินค้าจำเป็น เมื่อต้นทุนในการเปลี่ยนแปลง Supplier เกิดสูงขึ้น และเมื่อ Supplier สามารถขยายตัวในแนวดิ่ง การป้องกันที่ดีที่สุดคือ สร้างความสัมพันธ์แบบชนะ – ชนะ (Win – win relations) กับ Supplier หรือใช้ Supplier หลายราย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบันวิจัยยาง(2540) ทำการศึกษาวิจัยข้อมูลด้านเศรษฐศาสตร์ยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยศึกษาจากรายได้การปลูกยางพาราเปรียบเทียบกับรายได้เกษตรกรพื้นบ้านพบว่า พืชไร่ที่สำคัญที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ มันสำปะหลัง ถั่วเขียว ถั่วเหลือง ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ฝ้าย ถั่วลิสง และปอ ปัญหาหาการปลูกพืชไร่ที่สำคัญ คือ ผลผลิตต่อไร่ต่ำลงเรื่อยๆ เพราะเนื่องมาจากดินเสื่อมสภาพขาดการบำรุงดิน และใช้พันธุ์พืชไม่ดี นอกจากนั้นยังมีปัญหาด้านราคาขายที่ตกต่ำลงตลอดเวลา เพราะมีระบบตลาดที่ไม่เอื้ออำนวยเกษตรกรผู้ขาดอำนาจต่อรองในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการเตรียมดินและการปลูกสูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะต้องจ่ายเครื่องทุ่นแรงที่สูงขึ้น เมื่อสิ้นฤดูปลูกจึงปรากฏว่าเกษตรกรได้ส่วนที่เหลือเป็นผลตอบแทนสุทธิจากการปลูกพืชไร่ต่างๆเป็นจำนวนเงินเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จะพบว่ามันสำปะหลังมีผลตอบแทนสุทธิต่อไร่เพียง 105 บาทเท่านั้น ส่วนพืชอื่นๆ ได้แก่ ถั่วเขียวได้ 403 บาทต่อไร่ ถั่วเหลือง 370 บาทต่อไร่ ข้าวโพด 516 บาทต่อไร่ ข้าวฟ่าง 238 บาทต่อไร่ ฝ้าย 356 บาทต่อไร่ ถั่วลิสง 596 บาทต่อไร่ และปอ 365 บาทต่อไร่ ในขณะที่ยางพาราสามารถให้รายได้สูงถึง 1,062 บาทต่อไร่หรือสูงกว่าประมาณ 2-3 เท่าของพืชไร่ในท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าอาชีพการทำสวนยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ น่าจะเป็นพืชที่ควรนำไปเผยแพร่ให้เกษตรกรได้นำไปปลูกเป็นอาชีพหลักเลี้ยงชีพต่อไป อย่างไรก็ตามบางคนอาจจะแย้งว่าพืชไร่แต่ละชนิดตามที่กล่าวมานั้นเป็นพืชอายุสั้นเกษตรกรที่ขยันทั่วไปสามารถปลูกได้ปีละ 2 พืชติดต่อกันก็ทำให้มีรายได้สูงขึ้น เหตุผลนี้เป็นจริงแต่รายได้รวมทั้ง 2 พืชก็ยังนับว่าอยู่ในระดับต่ำสำหรับประเทศไทยและต่ำกว่ารายได้จากการปลูกยางพารา ยิ่งกว่านั้นตามความเป็นจริงเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถจะปลูกพืช 2 ชนิดในปีเดียวและมีรายได้ถึงระดับที่แสดงไว้เพราะจะต้องใช้แรงงานและความพยายามค่อนข้างสูง

สถาบันวิจัยยาง (2542) ศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนายางพาราครบวงจร พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลกมีศักยภาพการผลิต ประมาณปีละ 20 ล้านตันหรือประมาณร้อยละ 32 ของการผลิตของโลก มีอัตราการเพิ่มผลผลิตร้อยละ 7-10 ต่อปี มีเนื้อที่ปลูกยาง 12 ล้านไร่ กระจายใน 36 จังหวัดของประเทศ มีครอบครัวสวนยางกว่า 1 ล้านครอบครัว หรือประมาณ 6 ล้านคน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสวนขนาดเล็กมีเนื้อที่น้อยกว่า 25 ไร่ มีผู้ประกอบการธุรกิจยาง 3,640 ราย ประกอบด้วยผู้ส่งออก 284 ราย ผู้ค้ายาง 2,498 ราย โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยาง 198 แห่ง โรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง 518 แห่งและ โรงงานอุตสาหกรรมไม้ยางพารา 660 แห่ง เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซีย และอินโดนีเซีย แล้วเห็นได้ว่าไทยมีศักยภาพสูงในการผลิตในอนาคตการผลิตยางของไทยยังการผลิต

เพื่อการส่งออกอยู่ ซึ่งแนวทางการขยายตลาดส่งออกของไทย นอกจากจะรักษาตลาดหลักและแข่งขันการเปิดตลาดส่งออกใหม่กับอินโดนีเซียและแทนที่ตลาดเดิมของมาเลเซีย

วรลี ศรีสมบัติ (2542) ได้กล่าวถึงวิธีการตลาดยางพาราของไทย ทั้งในตลาดท้องถิ่นและในตลาดปลายทางไว้ว่า วิธีการตลาดในตลาดท้องถิ่นนั้น ผลผลิตที่เป็นยางแผ่นดิบนั้นเกษตรกรจะจำหน่ายผลผลิตยางแผ่นดิบให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องที่ พ่อค้ารวบรวมในท้องที่และโรงงานแปรรูปเบื้องต้น ได้แก่ โรงงานรมควัน โรงงานผลิตยางแท่ง โดยหากอยู่ใกล้ตลาดกลางยางพารา ก็จะจำหน่ายผ่านตลาดกลางยางพารา ส่วนโรงรมควันเป็นแหล่งรวบรวมผลผลิตทั้งจากเกษตรกร พ่อค้าท้องที่ พ่อค้าท้องถิ่น และตลาดกลางยางพาราเพื่อทำยางแผ่นดิบให้เป็นยางแผ่นรมควัน แล้วกระจายผลผลิตไปยังโรงงานอุตสาหกรรม โรงงานผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออกสำหรับยางแท่งจะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตยางแผ่นดิบคุณภาพต่ำจากเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น เพื่อผลิตเป็นยางแท่ง แล้วกระจายผลผลิตไปยังโรงงานผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออก ส่วนผลผลิตที่เป็นน้ำยางสดนั้น เกษตรกรจะนำน้ำยางสดจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางรวบรวมในท้องที่ ซึ่งเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมยางดิบที่ใช้น้ำยางสดเป็นวัตถุดิบ เช่น โรงงานยางแท่ง โรงงานน้ำยางข้น ยางเครพ ยางแผ่นผึ่งแห้ง หรือจำหน่ายให้กับองค์กรสวนยาง ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐดำเนินธุรกิจยางเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมยางดิบอื่น แล้วกระจายผลผลิตไปยังอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและผู้ส่งออกสำหรับวิธีการตลาดของยางพาราในตลาดปลายทางนั้นเริ่มเมื่อยางแผ่นดิบผ่านอุตสาหกรรมยางดิบแล้ว จะได้ผลผลิตเป็นยางแผ่นรมควันและยางแท่ง ส่วนยางสด เมื่อผ่านอุตสาหกรรมยางดิบแล้ว จะได้ผลผลิตเป็นน้ำยางข้น ยางเครพ ยางแผ่นผึ่งแห้ง ฯลฯ ซึ่งผลผลิตยางธรรมชาติเหล่านี้ จะถูกจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ 2 ประเภท ประเภทแรก คือ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ได้แก่ อุตสาหกรรมยางรถยนต์ รองเท้า ถุงมือ ยางรัดของ ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศและอีกส่วนหนึ่งส่งออก ส่วนประเภทที่ 2 คือ ผู้ส่งออกยางธรรมชาติ จะเป็นผู้นำผลผลิตที่ผ่านการแปรรูปขึ้นต้นแล้ว เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ ยางแผ่นผึ่งแห้ง ฯลฯ ส่งออกจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ

จรินทร์ศรี ธรณนพแก้ว (2544) ได้ศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนระหว่างการปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมันในอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี โดยใช้ปาล์มน้ำมันพันธุ์เทนอรา จำนวน 44 ตัวอย่างและยางพาราพันธุ์ RRIM 600 จำนวน 68 ตัวอย่าง ผลการศึกษาโดยให้ค่าเสียโอกาสของการลงทุนที่ร้อยละ 12 ต่อปี พบว่า NPV เท่ากับ 383,099.15 บาท BCR เท่ากับ 1.16 และ IRR เท่ากับ ร้อยละ 13 พบว่าผลการลงทุนปลูกยางพาราจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าทางการเงิน ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนปลูกปาล์มน้ำมันโดยให้ค่าเสียโอกาสของการลงทุนที่ร้อยละ 12 ต่อปี พบว่า NPV เท่ากับ 376,142.52 บาท BCR เท่ากับ

กับ 1.17 และ IRR เท่ากับ ร้อยละ 13 พบว่า ผลการลงทุนการปลูกปาล์มน้ำมันจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าทางการเงินเช่นเดียวกัน ในการเพิ่มการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนที่มีความเสี่ยงเกิดขึ้นในการลงทุนพบว่า ผลการวิเคราะห์ของการลงทุนทั้งคู่มีระดับความเสี่ยงต่ำ ส่วนผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างการลงทุนปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมันพบว่าให้ผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า ไม่มีกำไร NPV ติดลบ แต่ถ้าราคาของปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้นมากกว่า 1.67 พบว่า การลงทุนเปลี่ยนแปลงการปลูกยางพาราเป็นปาล์มน้ำมันมีผลกำไร

อภิสมมา เย็นบุตร (2544) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการผลิตยางพาราในเขตสหกรณ์กองทุนสวนยางสตึก-คูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการเงินของการปลูกยางพาราของการลงทุนทำสวนยางพาราในพื้นที่ใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้ตัวชี้วัด NPV BCR และ FIRR อัตราคิดลดทางการเงินกำหนดให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ปี 2542 เท่ากับ ร้อยละ 10.5 ต่อปี ผลการวิเคราะห์กรณีที่เกษตรกรได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล ได้ค่า NPV เท่ากับ 962,861.80 บาท BCR เท่ากับ 1.64 บาท และ FIRR เท่ากับ 26 % เมื่อพิจารณาค่าชี้วัดที่ได้ทั้งกรณีที่มิได้รับเงินอุดหนุน และกรณีที่ได้รับเงินอุดหนุนตามโครงการพบว่า มีความเป็นไปได้หรือการปลูกยางพาราให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุน และสมมติให้ราคายางพารา เปลี่ยนแปลงลดลงเหลือกิโลกรัมละ 20 17 และ 15 บาท ผลการวิเคราะห์ยังคงให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุน

เอกพงษ์ หนูพลับ (2545) ได้ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่มีอิทธิพลต่อการปลูกยางพาราของเกษตรกรในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการปลูกยางพาราอยู่ในระดับปานกลาง และผลจากการวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการปลูกยางพารา คือตลาดยางพารา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ในฐานะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมของภาครัฐ ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพล คือ นโยบายของรัฐบาล ปัจจัยด้านชีวภาพคือ ปัจจัยการผลิต ส่วนปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการปลูกยางพาราเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสภาพพื้นที่ปลูกยางพารา สำหรับปัญหาของเกษตรกรในการปลูกยางพารา คือ เกษตรกรมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ ด้านการส่งเสริมการเกษตร ด้านกายภาพ ด้านสังคม และด้านชีวภาพ สำหรับข้อเสนอแนะในด้านเศรษฐกิจ ควรเร่งจัดสร้างแรงงานกรีดยางที่มีฝีมือ ด้านการส่งเสริมการเกษตร ควรให้มีการศึกษาดูงานมากยิ่งขึ้น ด้านกายภาพ ควรแนะนำให้เกษตรกรปรับปรุงดินก่อนการปลูกยางพารา ด้านสังคม ควรมีนโยบายที่ชัดเจนและด้านชีวภาพ ควรจัดหาปัจจัยการผลิตบริการแก่ประชาชน

ขมพูนุช ยอดไพลินทร์ (2546) ได้วิเคราะห์ผลการศึกษารื่องการจัดการธุรกิจยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สภาพเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราพบว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่เป็นแรงงานในการปลูกยางพาราเฉลี่ย 3.35 คน อาชีพหลักของครัวเรือนเกษตรกร ทำสวนยางพาราร้อยละ 76.19 มีขนาดพื้นที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ยต่อครัวเรือน 44.55 ไร่ มีพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมดเฉลี่ยเท่ากับ 47.37 ไร่ สถานะทางการเงินของครัวเรือนเกษตรกรพบว่าในปีพ.ศ.2544 เกษตรกรมีรายได้สุทธิเฉลี่ย 53,692.14 บาทต่อครัวเรือน ภาวะหนี้สินของเกษตรกรร้อยละ 80.95 มีการกู้ยืมเงินโดยมีจำนวนเงินกู้ยืมเฉลี่ยต่อครัวเรือน 36,820.88 บาท เกษตรกรทำการปลูกยางพาราเฉลี่ย 11.27 ปี สิ่งจูงใจที่ทำให้เกษตรกรปลูกยางพารา คือได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ขนาดพื้นที่ปลูกยางพาราเฉลี่ยเท่ากับ 29.39 ไร่ โดยมีขนาดพื้นที่ที่สามารถเก็บผลผลิตได้เฉลี่ย 17.26 ไร่ ด้านการปลูกพืชแซมเกษตรกร ไม่ปลูกพืชแซม ร้อยละ 66.67 ผลผลิตที่ครัวเรือนเกษตรกรได้รับเฉลี่ย 5,127.73 กิโลกรัมต่อครัวเรือนต่อปี ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 297.09 กิโลกรัม การจำหน่ายเกษตรกรจำหน่ายในลักษณะยางแผ่นดิบ ร้อยละ 72.13 ในการจัดระดับการจัดการด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน พบว่าในภาพรวมเกษตรกรไม่มีการจัดการ ส่วนต้นทุนการแปรรูปยางแผ่นดิบของเกษตรกรพบว่า ต้นทุนการผลิตต่อกิโลกรัม เท่ากับ 22.37 บาท ราคาเฉลี่ยยางแผ่นดิบเท่ากับ 22.95 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรมีกำไรสุทธิต่อกิโลกรัมเท่ากับ 0.58 บาท โดยมีจุดคุ้มทุนที่ 35,023.62 กิโลกรัมของยางแผ่นดิบใช้เวลาประมาณ 4 ปี 8 เดือน ด้านปัญหาในการปลูกยางพาราจากการศึกษาในภาพรวมพบว่าเกษตรกรไม่ประสบปัญหาแต่เมื่อพิจารณาในแต่ละปัญหพบว่าปัญหาที่เกษตรกรประสบมากมี 2 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาดโดยเกษตรกรประสบปัญหาด้านราคาตกต่ำและปัญหาด้านการจัดจำหน่ายผลผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการคัดเกรดยางพารา

ประภาภรณ์ คำโอพาธ (2546) ได้ศึกษาถึงการเปรียบเทียบต้นทุน-ผลตอบแทนของการลงทุนระหว่างการปลูกยางพาราและอ้อยในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จากการศึกษาพบว่า การลงทุนยางพารา ในกรณีที่เกษตรกรได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล พบว่า NPV มีค่าเท่ากับ 5,870.59 บาท BCR เท่ากับ 1.29 และ IRR เท่ากับ 19.31 % ส่วนกรณีที่ไม่มีเงินอุดหนุนจากรัฐบาลโดยใช้เงินทุนของตนเองทั้งหมด ได้ค่า NPV เท่ากับ 48.21 บาท BCR เท่ากับ 1.00 และ IRR เท่ากับ 10.18 % ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าในกรณีที่ได้รับการอุดหนุนจากรัฐบาลมีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือการปลูกยางพาราให้ผลคุ้มค่ากับการลงทุน แต่ในกรณีที่ไม่มีเงินอุดหนุนจากรัฐบาลหากอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า ร้อยละ 10 ก็จะได้รับผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับการลงทุน สำหรับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการลงทุนยางพารา โดยสมมติให้รายได้และค่าใช้จ่ายในการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ในทุกกรณีที่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลผลการวิเคราะห์ พบว่า ยังคงให้ผลคุ้มค่ากับ

การลงทุนสำหรับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนปลูกอ้อย พบว่า NPV มีค่าเท่ากับ -4,861.57 บาท BCR มีค่าเท่ากับ 0.90 และ IRR ที่ค่าเท่ากับ 2.77% การศึกษานี้เป็นการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนระหว่างอ้อยและยางพารา เท่านั้น โดยการวิเคราะห์ไม่ได้ครอบคลุมถึงประเด็นที่เกี่ยวกับความแตกต่างของประสิทธิภาพการผลิตระหว่างฟาร์มที่มีขนาดแตกต่างกันและผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบระหว่างการใช้ที่ดิน 1 ไร่ เพื่อปลูกยางพาราแล้วจะคุ้มค่ากว่าการใช้ที่ดิน 1 ไร่เพื่อการปลูกอ้อย อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ได้

แสดงให้เห็นว่าการอุดหนุนของรัฐ ตลอดจนราคาของยางพาราในช่วงของการศึกษาอยู่ในเกณฑ์สูงมีส่วนทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกยางพาราจะคุ้มทุนมากกว่า ดังนั้นการจะกำหนดนโยบายการส่งเสริมจึงต้องคำนึงถึงการผลิตในภาวะปกติที่ไม่มีการอุดหนุนของรัฐและความไม่แน่นอนของราคายางพารา ซึ่งอาจจะทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนเปลี่ยนแปลงไป

ภัทรา กานตศิลป์ และ วิภา เสวตกนิษฐ์ (2547) ศึกษาเรื่องผลิตภัณฑ์ยางหลายอย่างจำเป็นต้องเข้าจากต่างประเทศ เช่น ผลิตภัณฑ์ยางทางการแพทย์ ทำให้การใช้ยางธรรมชาติมีปริมาณน้อยมาก ซึ่งมีโรงงานผลิตภัณฑ์ยางทางการแพทย์ในประเทศ เพียง 6 แห่ง และส่วนใหญ่เป็นกระเป๋าน้ำร้อน จึงได้ทำโครงการวิจัยนี้เพื่อหาแนวทางและกรรมวิธีเพิ่มปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์โดยใช้ยางธรรมชาติให้มากขึ้น โดยตั้งใจที่จะศึกษาความต้องการของผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่สั่งเข้า สมบัติที่ต้องการและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หาสาเหตุที่โรงงานผลิตภัณฑ์ยางทางการแพทย์ของไทยไม่ได้มาตรฐาน และศึกษาสูตรและเทคนิคการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่เหมาะสมแก่การใช้งานและมีมาตรฐานสากล แต่หัวหน้าโครงการวิจัยนี้ได้เสียชีวิตลง และไม่มีผู้ดำเนินงานวิจัยต่อ โครงการวิจัยนี้จึงได้ผลเฉพาะในโครงการวิจัยนี้จึงได้ผลเฉพาะในช่วงแรกที่ทำงานวิจัย คือ การรวบรวมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ในประเทศ ซึ่งรวบรวมได้ 5 ชนิด ได้แก่ ถุงมือยางปราศจากเชื้อสำหรับการศัลยกรรมชนิดใช้ครั้งเดียว ถุงมือยางสำหรับตรวจโรคชนิดใช้ครั้งเดียว ถุงยางอนามัย ห้วนมยางสำหรับขวดนม และกระเป๋าน้ำร้อนยาง

ชเนต กองประเสริฐ (2548) ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรครั้งแรกและครั้งหลังของปีพ.ศ.2548 แนวโน้มของเศรษฐกิจการเกษตรในช่วงครึ่งหลังของปีพ.ศ.2548 นั้น ภาพการณ์ผลิตสินค้าเกษตรในช่วงดังกล่าว โดยเฉพาะในช่วงปลายปีจะเป็นระยะการเก็บเกี่ยวของพืชสำคัญหลายชนิด เช่น ข้าว นาปี อ้อยโรงงาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง ยางพารา ถั่วต่างๆ และพืชไร่อื่นๆ คาดว่าผลผลิตที่จะเก็บเกี่ยวได้และออกสู่ตลาดในช่วงปลายปีนี้ จะมีมากกว่าช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากมีปัจจัยบวกหลายประการ เช่น สภาพภูมิอากาศที่อยู่ในเกณฑ์ปกติและฝนที่ตกอย่างสม่ำเสมอ ในช่วงต้นฤดูฝน ราคาสินค้าเกษตรโดยรวมที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งจูงใจให้เกษตรกรขยายการผลิตและดูแล

และเอาใจใส่พืชผลมากขึ้น สำหรับปัจจัยลบในช่วงครึ่งหลังของปีพ.ศ.2548 ส่วนใหญ่ยังคงเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเนื่องมาจากช่วงแรกของปี คือ ราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยที่เริ่มสูงขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มชะลอตัวลง

ยางพารา ในช่วงครึ่งแรกของปีพ.ศ.2548 มีผลผลิตยางพารารอออกสู่ตลาดประมาณ 1.44 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจาก 1.42 ล้านตันของช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.48 เนื่องจากราคาอยู่ในระดับสูงมาก จึงจูงใจให้เกษตรกรชะลอการตัดโค่นต้นยางเก่าไว้ก่อน ประกอบกับพื้นที่ปลูกยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มทยอยเปิดกรีดมากขึ้นในช่วงแรกของปีพ.ศ.2548 ราคาแผ่นรมควันชั้น 3 ที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยกิโลกรัมละ 44.48 บาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีพ.ศ.2547 เล็กน้อย เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมายางไทยมีราคาสูง ทำให้สาธารณรัฐประชาชนจีนที่เป็นผู้ซื้อยางรายสำคัญของไทยหันไปซื้อยางราคาถูกจากผู้ผลิตอื่นแทน สำหรับในช่วงครึ่งปีหลังของปีพ.ศ.2548 คาดว่าการผลิตยางจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาที่อยู่ในระดับสูงจะจูงใจให้เกษตรกรเพิ่มจำนวนวันกรีดยาง และเอาใจใส่บำรุงสวนยางมากขึ้น อีกทั้งคาดว่าปริมาณฝนจะมีเพียงพอกับความต้องการของยาง และพื้นที่เปิดกรีดยางก็เพิ่มขึ้นด้วย ส่วนแนวโน้มของราคายางในช่วงครึ่งหลังของปีพ.ศ.2548 คาดว่าเพิ่มสูงขึ้น เพราะตลาดต่างประเทศมีความต้องการเพิ่มขึ้นและผู้นำเข้าของสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งมีความมั่นใจในนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับค่าเงินยวน คงจะเพิ่มการนำเข้ามากขึ้น ประกอบกับยางสังเคราะห์มีราคาแพงขึ้นตามราคาน้ำมันในตลาดโลก ผู้ใช้ยางจึงหันมาหายางธรรมชาติกันมากขึ้น

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร (www, 2548) สถานการณ์การผลิต เนื้อที่กรีดได้ ปีพ.ศ.2548 มีเพิ่มขึ้นในทุกภาค เนื้อที่ขึ้นต้นในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ที่เกษตรกรขายได้ในปีที่ผ่านมาในเกณฑ์ดี เฉลี่ยอยู่ที่ 44.31 บาทต่อกิโลกรัม และในช่วงต้นปีพ.ศ.2548 นี้ เดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ราคายังอยู่ในเกณฑ์สูง จูงใจให้เกษตรกรเข้าร่วมโครงการปลูกยางพาราเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงในแหล่งปลูกยางใหม่หนึ่งล้านไร่ โดยเป้าหมายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกยางพาราในปีพ.ศ.2547 พ.ศ.2548 และพ.ศ.2549 จำนวน 200,000, 300,000 และ 500,000 ไร่ตามลำดับ แยกเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 700,000 ไร่ และภาคเหนือ 300,000 ไร่ ซึ่งจะทำให้การส่งเสริมด้านพันธุ์ยางและสิทธิในการกู้เงินดอกเบี้ยต่ำจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดเลย อุตรดิตถ์ หนองคาย อุบลราชธานี สุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา เกษตรกรขยายเนื้อที่เพาะปลูกมันสำปะหลังอ้อยโรงงาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปอ ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงราย พะเยา ปลูกแทนข้าวโพดและไม้ผล ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดตรัง นครศรีธรรมราช ขยายเนื้อที่ในพื้นที่ปลูกไม้ผลอื่นและภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี ระยอง ตราด ปลูกแทนไม้ผล อ้อย

และที่ว่างส่วนผลผลิตต่อไร่ ในภาพรวมทั้งประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากราคายางสูงจูงใจให้เกษตรกรกรีดยางเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ภาครัฐยังได้ปรับอัตราค่าการสงเคราะห์ยางเพิ่มอีกไร่ละ 500 บาท ทำให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการที่เข้าร่วมโครงการสงเคราะห์สวนยางมีเงินทุนในการบำรุงดูแลใส่ปุ๋ยเพิ่มขึ้น สถานการณ์ตลาดและราคา ในช่วงต้นปีความต้องการซื้อขายในตลาดมีเพิ่มขึ้น โดยจีนซึ่งชะลอการรับซื้อขายเมื่อปลายปีที่ผ่านมาได้เริ่มเข้าตลาดเพื่อซื้อขายเก็บเข้าสต็อกก่อนถึงช่วงเทศกาลตรุษจีน ซึ่งจะมีวันหยุดติดต่อกันนานหลายวัน แต่ขณะเดียวกันผลผลิตยางได้ออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนมกราคม เนื่องจากเป็นช่วงฤดูการกรีดยาง จึงทำให้ราคายางที่เกษตรกรขายได้อยู่ที่กิโลกรัมละ 39.14 บาท ลดลงจาก 39.94 บาทของเดือนธันวาคม พ.ศ.2547 และเมื่อผ่านเทศกาลตรุษจีนความต้องการซื้อยังคงมีอย่างต่อเนื่องขณะที่ผลผลิตยางเริ่มลดลง จากการเริ่มต้นฤดูผลัดใบของต้นยาง ส่งผลให้ราคายางในเดือนกุมภาพันธ์สูงขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 41.99 บาทและคาดว่าราคายางจะยังคงมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไปจนถึงมีนาคม พ.ศ.2548

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www, 2548) ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรได้ศึกษาถึงปริมาณการผลิตปีพ.ศ.2548 มีประมาณ 2.91 ล้านตันลดลงจากปีพ.ศ.2547 ร้อยละ 2.98 เนื่องจากเกิดภาวะภัยแล้งในช่วงเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงที่ต้นยางต้องการน้ำในการสร้างน้ำยาง หลังจากผลัดใบในเดือนมีนาคม-เมษายน หลังจากนั้นได้เกิดมรสุม มีฝนตกหนัก รวมทั้งปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการกรีดยางของเกษตรกรอย่างไรก็ตามมูลค่าการผลิตยางพาราในปีพ.ศ.2548 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากราคาที่เกษตรกรได้รับเพิ่มสูงขึ้น การส่งออกในช่วงเดือนมกราคม-กันยายน พ.ศ.2548 ไทยส่งออกยางพาราในรูปวัตถุดิบ (ยางพารารมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ฯลฯ) ปริมาณ 1.956 ล้านตัน มูลค่า 104,133 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.16 และ 8.05 ตามลำดับ โดยคาดว่าจะการส่งออกยางพาราปี พ.ศ. 2548 มีทั้งสิ้น 2.6 ล้านตัน ลดลงจากปีพ.ศ.2547 ร้อยละ 3.19 ปริมาณการส่งออกลดลง เนื่องจากมีผลผลิตเพื่อการส่งออกลดลง สำหรับมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคายางในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการใช้และสภาวะราคาน้ำมันในตลาดโลก ราคายางรมควันชั้น 3 ที่เกษตรกรขายได้ปีพ.ศ. 2548 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 52.44 บาทสูงกว่าปีก่อนที่มีราคากิโลกรัมละ 44.13 หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจขยายตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมยางล้อมีความต้องการใช้ยางเพิ่มขึ้น แต่จากการที่ราคายางสังเคราะห์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามสภาวะราคาน้ำมันในตลาดโลก ประเทศผู้ซื้อจึงหันมาใช้ยางพาราเพิ่มขึ้นแทนการใช้ยางสังเคราะห์ ทำให้ความต้องการใช้ยางพาราโลกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงมาก ในขณะที่ปริมาณการผลิตยางพาราของโลกเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่า

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www, 2548) แนวโน้มเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ในปีพ.ศ.2548 คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น ในอัตราร้อยละ 5.9 โดยภาคนอกเกษตรขยายตัวร้อยละ 6.2 เป็นการขยายตัวต่อเนื่องจากปีพ.ศ.2547 ในอัตราที่ลดลง สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มชะลอตัวลง ซึ่งอาจจะเป็นข้อจำกัดต่อการส่งออกของไทย รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยนที่มีแนวโน้มจะแข็งค่าขึ้น นอกจากนี้อัตราเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับราคาน้ำมันอยู่ในระดับสูง และภาครัฐจะยกเลิกการตรึงราคาน้ำมันดีเซลในช่วงต้นปีพ.ศ.2548 สำหรับแนวโน้มภาคเกษตรปีพ.ศ.2548 คาดว่าจะมีการขยายตัวมากขึ้นกว่าปีพ.ศ.2547 ในอัตราร้อยละ 3.5 อันเนื่องมาจากราคาสินค้าเกษตรโดยรวมในปีพ.ศ.2547 ค่อนข้างสูง ซึ่งจะจูงใจให้เกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูก และเอาใจใส่ดูแลผลผลิตดีขึ้น ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายภายใต้ยุทธศาสตร์เกษตรในการเพิ่มผลผลิตการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร การสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร และการพัฒนาสู่ครัวโลก โดยกำหนดให้มีโครงการต่างๆ ที่สำคัญ อาทิ โครงการ Sea food bank การพัฒนาสินค้าชนิดใหม่ โครงการผลิตพืชพลังงานทดแทน และโครงการเกษตรอินทรีย์ โครงการโคกแก้ง จนถึงแม้ในช่วงต้นปีภาคเกษตรจะยังคงได้รับผลกระทบจากปัญหาคลื่นความร้อน ต่อเนื่องจากปีพ.ศ.2547 ก็ตาม ซึ่งการประมาณการนี้อยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานที่ภาครัฐจะต้องแก้ไขปัญหาเรื่องไข้หวัดนกระบาดได้ในปีพ.ศ.2547 สภาพดินฟ้าอากาศปกติ และเศรษฐกิจโลกไม่ผันแปรมากนัก ทั้งนี้ภาวะในการผลิตทางการเกษตรของยางพารามีภาวะในการผลิต โดยมูลค่าการผลิตยางพาราจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.4 คาดว่าการผลิตน้ำยางพาราจะเพิ่มจากปีพ.ศ.2547 ประมาณ ร้อยละ 4.6 เนื่องจากพื้นที่กรีดยางได้เพิ่มขึ้น จากพื้นที่ที่ปลูกยางใหม่ตั้งแต่ปีพ.ศ.2541 ซึ่งจะสามารถเริ่มกรีดยางได้ในปีพ.ศ.2548 ประมาณ 5 แสนไร่ และประกอบกับเกษตรกรกรีดยางอย่างเต็มที่จากแรงจูงใจทางด้านราคาที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ถึงแม้ว่าจะมีปัญหาคความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้บ้าง แต่ไม่ได้ส่งผลกระทบมากนัก การส่งออกคาดว่าจะการส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ ในปีพ.ศ.2548 จะเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2547 ประมาณ ร้อยละ 7 ตามความต้องการใช้ยางธรรมชาติของโลกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีนซึ่งเป็นประเทศผู้ใช้อย่างธรรมชาติรายใหญ่ของโลก ถึงแม้ว่าจีนจะมีการกำหนดเป้าหมายทางเศรษฐกิจลดลงก็ตาม ระดับราคา คาดว่าราคายางพาราที่เกษตรกรได้รับปีพ.ศ.2548 จะลดลงจากปีพ.ศ.2547 ตามคาดการณ์ภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง

สุภาพร บัวแก้ว (2548) โครงการศึกษาด้านการผลิตและตลาดยาง ผลสรุปการทดลองดังนี้ ความต้องการใช้ยางของโลกอนาคต ความต้องการใช้ยางของโลกจากการศึกษาของ LMC คาดการณ์ความต้องการใช้ยางธรรมชาติจะเพิ่มขึ้นเป็น 8.493 ล้านตัน 9.528 ล้านตัน 10.601 ล้านตัน และ 11.681 ล้านตัน ในปีพ.ศ.2548 ปีพ.ศ.2553 ปีพ.ศ.2558 และปีพ.ศ.2563 ตามลำดับ

สถานการณ์การผลิตและการใช้ยางปัจจุบัน ในปีพ.ศ.2547 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของโลกมีปริมาณ 8.62 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2538 ที่มีปริมาณ 6.04 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.7 อัตราส่วนการขยายตัวของการผลิตยางธรรมชาติระหว่างปีพ.ศ.2538-2547 ขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4.09 ต่อปี การใช้ยางธรรมชาติได้เพิ่มขึ้นเป็น 8.28 ล้านตัน ในปีพ.ศ.2547 จากจำนวน 5.98 ล้านตัน ในปีพ.ศ.2538 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.4 และอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.73 ต่อปี ในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2538-2547 ในปีพ.ศ.2547 เปรียบกับปีพ.ศ.2538 ที่มีปริมาณการใช้ 9.25 ล้านตันหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 ในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2538-2547 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์เห็นได้ว่าช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวของการผลิตและการใช้ยางธรรมชาติเพิ่มขึ้นมากกว่ายางสังเคราะห์ อย่างไรก็ตามสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติต่อยางสังเคราะห์เปลี่ยนแปลงไปไม่มากนักในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ในปีพ.ศ.2538 สัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติต่อยางสังเคราะห์เป็น 39.3 : 60.7 และเพิ่มขึ้นเป็น 41.3 : 58.7 ในปีพ.ศ.2547 สักยภาพการผลิตยางของไทย ประเทศไทยมีโรงงานแปรรูปยางดิบของไทยในปีพ.ศ.2547 มีจำนวนทั้งสิ้น 323 โรง แยกเป็น โรงยางผลิตแผ่นรมควันและแผ่นผึ่งแห้ง 133 โรง ยางแท่ง 62 โรง น้ำยางข้น 76 โรง ยางเครพ 36 โรง ยางผสม 16 โรง มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 4,275 ล้านตัน แต่ปัจจุบันมีปริมาณการผลิตเพียง 2.959 ล้านตัน หรือร้อยละ 69.2 ของกำลังการผลิตเต็มที่ ข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแปรรูปยางดิบในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม พ.ศ.2548 พบว่าโรงงานผลิตยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางสกิมบ์ลอค ในปัจจุบันใช้กำลังผลิตเพียงร้อยละ 56 ร้อยละ 55 ร้อยละ 55 และร้อยละ 86 ของกำลังการผลิตเต็มที่ ปัญหาอุปสรรคในการผลิตยาง ร้อยละ 46 มีปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบระดับที่รุนแรงมาก ขณะที่ร้อยละ 43 มีปัญหาปานกลางในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบ ส่วนปัญหาทางด้านการตลาดร้อยละ 43 มีความเห็นว่าระเบียบขั้นตอนของทางการเป็นปัญหาในการส่งออกในระดับปานกลาง ร้อยละ 53 เห็นด้วยว่าควรขยายฐานตลาดส่งออกยางของไทยให้กว้างขึ้นกว่าปัจจุบัน ปัญหาหารขายล่วงหน้าและความผันผวนของราคายางเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นปัญหารุนแรงมากถึงร้อยละ 43 ขณะที่ร้อยละ 27 ยอมรับว่าเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการแปรรูปยางดิบร้อยละ 91 เห็นด้วยกับนโยบายขยายพื้นที่ปลูกยางของรัฐบาล ร้อยละ 76 เห็นด้วยกับการให้สิทธิประโยชน์พิเศษด้านการลงทุนแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ในการแปรรูปยางขึ้นต้น ในส่วนของการแก้ไขปัญหาวัตถุขาดแคลน ร้อยละ 50 เห็นด้วยกับการอนุญาตให้มีการนำเข้าวัตถุดิบยาง เช่น ยางก้อน เศษยาง ยางแผ่นดิบ น้ำยางสดจากประเทศอินโดจีน

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (2548) แนวโน้มการตลาดอุตสาหกรรมผลิตยางพารา พบว่า แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทย น่าสดใสและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น เพราะสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ทิศทางการพัฒนาในระยะเวลาของแผนเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) มีข้อสรุปการเสนอยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้ 1) การเป็นศูนย์กลางยางพาราโลก มีแนวทางดังนี้ 1.1) ศูนย์กลางการศึกษาวิจัยและพัฒนายางพาราระดับโลก 1.2) เพิ่มมูลค่ายางพารา 1.3) เพิ่มปริมาณการผลิต การใช้ และการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพารา 1.4) เป็นผู้กำหนดมาตรฐานสินค้า 1.5) เป็นผู้กำหนดราคาสินค้า 1.6) เพิ่มแรงจูงใจในการลงทุนจากต่างประเทศ 1.7) มีแผนงานโครงการสร้างอุตสาหกรรมครบวงจร (Rubber Industrial) 2) เป็นศูนย์กลางการค้าและบริการเชื่อมโยงภาคใต้กับนานาชาติ 3) เป็นเมืองท่องเที่ยวและกีฬาในระดับมาตรฐานสากล และ 4) เป็นศูนย์กลางการศึกษาของภูมิภาค และเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ.2548 คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบต่อพระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย ในการจัดตั้ง การยางแห่งประเทศไทย ให้ดำเนินการบริหารการจัดการยางทั้งระบบ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ผู้ประกอบกิจการยางดำเนินงานโดยเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น ด้านแนวโน้มการตลาดในภาคอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ยางมีอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกภายใต้การบริโภคของกลุ่มประเทศที่สำคัญ ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อินเดีย และสหภาพยุโรป ที่จะส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการบริโภคยางของโลกในอนาคตจะมีการเพิ่มปริมาณการบริโภคขึ้นประมาณร้อยละ 3 ต่อปี แนวโน้มราคายางพาราในตลาดโลก จากสถานการณ์ราคายางพาราโลกในระหว่างปีพ.ศ.2544-2547 ราคายางพาราได้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตลอด ซึ่งคาดว่าสถานการณ์ยางพาราน่าจะอยู่ในเกณฑ์ที่สูงขึ้นเช่นกัน เนื่องด้วยปัจจัยหลายอย่างที่ส่งสัญญาณที่ดี เช่น ปริมาณการผลิตยางและปริมาณความต้องการใช้ยางมีความใกล้เคียงกันในเชิงปริมาณ อัตราแลกเปลี่ยนที่ได้เปรียบเมื่อเทียบกับประเทศผู้บริโภค การเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของประเทศจีน ทำให้เศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ของจีนมีการขยายตัวอย่างมาก และราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น ทำให้ยางสังเคราะห์ขยับตัวสูงขึ้นด้วย ส่งผลให้ผู้ผลิตหันมาใช้ยางธรรมชาติทดแทนยางสังเคราะห์เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งได้เกิดการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนระหว่างกลุ่มประเทศหลักผู้ผลิตยางธรรมชาติของโลก ระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่ก่อเกิดตั้งขึ้นในปีพ.ศ.2546-2547 ดังนั้นด้วยปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ราคายางธรรมชาติมีแนวโน้มคงระดับอยู่ในเกณฑ์สูงที่จะส่งผลดีต่อเกษตรกรชาวสวนยางพาราและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหลายกับยางพาราทั้งระบบ

Hidde P.Smit (2005) จากบทความเรื่องการพัฒนาราคายางธรรมชาติ 2.00 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม โดยกองเลขานุการของ IRSG (International Rubber Study Group) : การคาดคะเนอุปสงค์อุปทานของยางสำหรับระยะสั้นและระยะยาว มีการวางแผนการบริโภคยางครอบคลุมไปทั่วโลก ที่สำคัญจะต้องสังเกตการบริโภคยางโดยรวมในปีพ.ศ.2543 ซึ่งเชื่อว่าเป็นเหตุผลของการเติบโตที่แข็งแกร่งของการบริโภคยางในจีน เศรษฐกิจของโลกได้ก้าวเข้ามาสู่ยุคใหม่ ด้านการจัดหายางธรรมชาติได้ใช้ความคิดของการผลิตโดยทั่วไปเป็นแบบอย่าง ซึ่งรวมถึงทุกขนาดที่มีผลกระทบองค์ประกอบและคุณภาพของพื้นที่ยางธรรมชาติแต่ไม่รวมผลกระทบด้านราคา ผลผลิตจะอยู่เหนือการผลิตทั่วไป ถ้าหากมีราคาสูงและในทางกลับกัน ผลกระทบจากราคาที่สูงในปีพ.ศ.2546 และปีพ.ศ.2547 ได้สะท้อนถึงข้อมูลที่อยู่เหนือแนวโน้ม ข้อสรุปที่เกิดขึ้นจากการศึกษารายละเอียดของประเทศที่ว่า การผลิตโดยทั่วไปจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะไม่อยู่ในอัตราเดิมเหมือนในอดีต ในเดือนตุลาคม พ.ศ.2544 อัตราการเติบโตของการบริโภคยางก้าวแซ่งหน้าการเติบโตของยางธรรมชาติและราคาของยางธรรมชาติจะขึ้นมาถึง 1 เหรียญต่อกิโลกรัม เป็นเพราะภัยคุกคามของสงครามอิรักและปัญหาในตลาดหุ้น ราคาที่ 1.00 เหรียญ ได้ขึ้นมาถึงในช่วงต้นปีพ.ศ.2546 ราคาอาจจะขึ้นถึง 1.40 เหรียญในปีพ.ศ.2547 การปรับปรุงตัวเลขการผลิตที่เพิ่มขึ้นของมาเลเซียประมาณ 300,000 ตันต่อปีในช่วงปีพ.ศ.2546 ทำให้การคาดคะเนราคาต่ำลง นอกจากนี้ผลผลิตในมาเลเซียเพิ่มขึ้นอีก 180,000 ตันในปีพ.ศ.2547 เป็น 1,168,700 ตัน หมายความว่าตลาดไม่ได้ดังอย่างที่ควรจะเป็น ราคากลางในการวิจัย TSR20 ในสิงคโปร์มีราคา 1.20 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัมโดยเฉลี่ยในปีพ.ศ. 2547 ราคายางสังเคราะห์ที่ใช้ในการวิจัย เป็นหน่วยราคาส่งออกของ SBR (Standard On Board Rubber) ราคาตามสัญญาของ US SBR ยืนยันว่าเป็นตัวบ่งชี้ที่น่าเชื่อถือราคาของ SBR ขึ้นกับราคาของน้ำมัน การพัฒนาความต้องการ และในของเขตที่เล็กมากก็คือ ราคายางธรรมชาติ ได้มีการคาดคะเนว่าราคาจะเพิ่มขึ้นเกิน 2.00 เหรียญต่อกิโลกรัม ภายในปีพ.ศ.2563 จากพื้นฐานข้อมูลในปัจจุบัน ราคายางธรรมชาติจะสูงขึ้นจากปีพ.ศ.2547 พ.ศ.2548 และพ.ศ.2549 โดยการเพิ่มขึ้นประมาณ 25-30 เซ็นต่อกิโลกรัมต่อปี ราคาจะขึ้นถึง 2.00 เหรียญต่อกิโลกรัมในปีพ.ศ.2550 และพ.ศ.2551 ราคามีสิทธิที่จะเพิ่มขึ้นอีกต่อไป หลังจากนั้น การตลาดมีความผันผวนมาก และยังคงเป็นเช่นนั้นต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อันเนื่องมาจากการจัดหาที่ไม่เพียงพอ แม้แต่ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2548 ราคายางของ RSS3 ในประเทศไทย ได้เพิ่มขึ้นมาถึงระดับ 1.85 เหรียญต่อกิโลกรัม

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (www.2549) แนวโน้มเศรษฐกิจการเกษตรมีการคาดว่าผลผลิตจะเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2548 ประมาณ ร้อยละ 8.6 เนื่องจากคาดว่าสภาพภูมิอากาศกลับเข้าสู่ภาวะปกติ และพื้นที่ปลูกทดแทนอยู่ในช่วงให้ผลผลิตสูง รวมทั้งมีการเปิดกรีดหน้ายางเพิ่มขึ้น คาดว่าการส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ปีพ.ศ.2549 จะเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2548 ประมาณร้อยละ 7.7 ตามความต้องการใช้ยางธรรมชาติของโลกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีนและญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศผู้ใช้ยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลกที่มีความต้องการนำเข้าสูงเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ประกอบกับราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการใช้ยางธรรมชาติทดแทนยางสังเคราะห์เพิ่มขึ้นด้วย คาดว่าราคายางพาราที่เกษตรกรได้รับ ปีพ.ศ.2549 จะอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกับปีพ.ศ.2548 ทั้งนี้เป็นผลมาจากความต้องการใช้ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างสินค้าเกษตรในสินค้ายางพารา ที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ รวมทั้งนโยบายภาครัฐที่ต้องการให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนของเอเชีย (Detroit of Asia) และตั้งเป้าที่จะผลิตรถยนต์ในปีพ.ศ.2549 จำนวน 1 ล้านคัน รวมทั้งภาคเกษตรมีนโยบายในการพัฒนาลุ่มน้ำ โดยสร้างเขื่อนยางพารา จึงคาดว่าจะมีความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มขึ้นกว่า 70,000 ต้นต่อปี

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แบ่งการศึกษาออกเป็นดังนี้

3.1 วิธีวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6 สถานที่เก็บข้อมูล

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ดังมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยต่างๆดังต่อไปนี้

3.1 วิธีการวิจัย

ในการศึกษาสภาพของตลาดทั่วไป ใช้การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิของภาครัฐและภาคเอกชนตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ (The five force model) (Kotler, 2547) ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเด็นหลักดังต่อไปนี้

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกัน (Threat of intense segment rivalry)
2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of new entrants)
3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products)
4. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Threat of buyers' growing bargaining power)
5. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของ Supplier (Threat of suppliers' growing bargaining power)

สำหรับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการศูนย์รวมรับซื้อยางพารานั้น ประเมินการลงทุนในธุรกิจศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีแนวทางดังต่อไปนี้

1. โดยการประมาณทางการเงินของโครงการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการบริหารและอื่นๆ ประมาณการงบกำไร-ขาดทุน ประมาณการงบกระแสเงินสด ประมาณการงบดุลและวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

2. วิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุน โดยปรับค่าของเงินตามเวลา ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ผลตอบแทนต่ออัตราผลตอบแทนภายในการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรการศึกษาแบ่งกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. เกษตรกรชาวสวนยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,103 ราย (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง จังหวัดบุรีรัมย์, 2548)

2. ร้านรับซื้อยางพาราในเขตอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 3 ร้าน คือ

2.1 ร้านนางเยาว์ยางพารา

2.2 ร้านโชคชัยยางพารา

2.3 ร้านปฐมยางพารา

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้จะใช้เกษตรกรชาวสวนยางพารา ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,103 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบทราบบประชากรมีขนาดจำกัดและทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) ซึ่งจะสุ่มตัวอย่างจากตัวแทนของประชากรที่มีอยู่ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างมาจาก (คณิต ไข่มุกด์, 2546)

$$n = \frac{\frac{z_{\alpha}^2 \sigma^2 N}{2}}{d^2 (N-1) + \frac{z_{\alpha}^2 \sigma^2}{2}}$$

โดย กำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรขนาดจำกัด = 1,103 ราย

$$\begin{aligned}
 Z &= \text{ค่าที่ } Z \text{ ระดับความเชื่อมั่น } 95\% = 1.96 \\
 d &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ } 0.1 \\
 \sigma^2 &= \text{ค่าความแปรปรวนของตัวอย่างเท่ากับ } 1
 \end{aligned}$$

ค่าความแปรปรวนประมาณจาก

$$\begin{aligned}
 \sigma &= \frac{1}{4}(\max - \min) \\
 &= \frac{1}{4}(5 - 1) \\
 &= 1
 \end{aligned}$$

$$\text{ตัวอย่างขั้นต่ำ} \quad n = \frac{(1.96)^2 (1)^2 (1,103)}{(0.1)^2 (1,103 - 1) + (1.96)^2 (1)^2}$$

$$\text{ตัวอย่างขั้นต่ำ} = 285 \text{ ราย}$$

ดังนั้นใช้กลุ่มตัวอย่าง 300 ราย

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรประมาณ 300 ราย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลสายตะกู ตำบล
จันทบเพชร และตำบลปราสาท

กลุ่มที่ 2 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลหนองไม้งาม
ตำบลบึงเจริญ และตำบลบ้านกรวด

กลุ่มที่ 3 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลหินลาด ตำบล
โนนเจริญ และตำบลเขาคินเหนือ

จะแบ่งจำนวนการสุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนเท่าๆกันทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มละ 100 ราย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามสำหรับเกษตรกรชาวสวนยางพาราและแบบสัมภาษณ์ซึ่งจะใช้เก็บข้อมูลจากร้านรับซื้อยางพาราเป็นเครื่องมือ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา เกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา สมาชิกในครอบครัว และรายได้

2. ทักษะและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในการตัดสินใจขายยางพาราเกี่ยวกับทักษะและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพาราต่อการขายสินค้าว่าต้องการขายสินค้าในรูปแบบใด รวมถึงการตัดสินใจขายยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางพารา

3. ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจขายยางพารา โดยใช้การเรียงลำดับความสำคัญ 5 อันดับ (Rating Scale) ได้แก่

5 หมายถึง ความสำคัญมากที่สุด

4 หมายถึง ความสำคัญมาก

3 หมายถึง ความสำคัญปานกลาง

2 หมายถึง ความสำคัญน้อย

1 หมายถึง ความสำคัญน้อยมาก

4. ข้อเสนอแนะของเกษตรกร

คำถามเป็นแบบปลายเปิดเพื่อให้เกษตรกรแสดงความคิดเห็นและปลายปิดโดยใช้แบบสอบถามแบบมีตัวเลือก (Multiple Choices) และแบบให้ความสำคัญมาก-น้อย (Multiple Rating) (นราศรีและชูศักดิ์, 2547)

แบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของร้านยางพารา เกี่ยวกับประวัติการจัดตั้งร้าน โครงสร้างของร้าน การจัดการในร้าน แนวทางในการดำเนินงาน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับซื้อยางพาราและต้นทุนการรับซื้อยางพารา เกี่ยวกับวิธีการในการรับซื้อยางพาราการนำยางพาราที่รับซื้อไปขายต่อสถานที่ไหน ใช้กลยุทธ์ในการทำตลาด การเก็บสินค้ายางพารารวมไปถึงต้นทุนในการรับซื้อยางพารา

3. ข้อเสนอแนะ

ลักษณะของแบบสัมภาษณ์จะใช้การสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก (Depth Interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เฉพาะบุคคลคนเดียวถึงความคิดเห็น ความรู้สึก และข้อมูลต่างๆที่เจาะจงเป็นรายๆไป (นราศรีและชูศักดิ์, 2547)

3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

วิธีการสร้างแบบสอบถามสำหรับเกษตรกรชาวสวนยางพารา มีดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ งานวิจัย สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับยางพารา เพื่อหาแนวทางในการตั้งคำถาม
2. กำหนดกรอบหรือขอบเขตของข้อมูลที่จะจัดเก็บให้สอดคล้องกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการทำงานวิจัยจำนวน 1 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. แก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
5. สัมภาษณ์เกษตรกรชาวสวนยางพาราจำนวน 40-50 ราย เพื่อให้ได้คำตอบและความคิดเห็นต่างๆในแบบสอบถามและนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (alpha coefficient) เพื่อวัดค่าความเชื่อถือของแบบสอบถามและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามลำดับ
6. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในการออกแบบสำรวจภาคสนาม

วิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์สำหรับร้านรับซื้อยางพารา มีดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ งานวิจัย สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับยางพารา
2. กำหนดกรอบหรือขอบเขตของข้อมูลที่จะจัดเก็บให้สอดคล้องกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. ออกแบบสัมภาษณ์และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ
4. สัมภาษณ์ร้านรับซื้อยางพาราจำนวน 3 ร้าน

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบวิธีการสำรวจ(Survey) โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยแบ่งรูปแบบการเก็บข้อมูลเป็น 2 ลักษณะ คือ

แบบสอบถามเกษตรกรชาวสวนยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,103 ราย โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) และเลือกสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างประชากรประมาณ 300 ราย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลสายตะกู ตำบลจันทบเพชร และตำบลปราสาท

กลุ่มที่ 2 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลหนองไม้งาม ตำบลบึงเจริญ และตำบลบ้านกรวด

กลุ่มที่ 3 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลหินลาด ตำบลโนนเจริญ และตำบลเขาดินเหนือ

โดยทั้ง 3 กลุ่มเป้าหมายมีจำนวนการสุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนเท่าๆกันทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มละ 100 ราย

แบบสอบถามร้านรับซื้อยางพารา นั้นทำการสอบถามทั้ง 3 ร้านที่มีอยู่ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ คือ

- 1) ร้านนางเยาว์ยางพารา
- 2) ร้านโชคชัยยางพารา
- 3) ร้านปฐมยางพารา

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากเอกสารทางวิชาการ บทความ สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของรัฐและเอกชนเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาต่อไป

3.6 สถานที่เก็บข้อมูล

พื้นที่ตำบลสายตะกู ตำบลจันทบเพชร ตำบลปราสาท ตำบลหนองไม้งาม ตำบลบึงเจริญ ตำบลบ้านกรวด ตำบลหินลาด ตำบลโนนเจริญและตำบลเขาดินเหนือ ในพื้นที่อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบประมวลผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ทดสอบค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าสถิติแบบพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่

การประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา
- 2) บันทึกข้อมูลในรูปแบบที่เป็นรหัสลงในช่องสำหรับบันทึกข้อมูลและป้อนข้อมูลเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์
- 3) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ประมวลผลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะเน้นวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานดังนี้

- 1) อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มประชากรโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละในการวิเคราะห์
- 2) วิเคราะห์ ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
- 3) วิเคราะห์ถึงความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพารา โดยทำการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจจากลักษณะแบบวัดที่เป็นคำถามแบบปลายปิด มีคำตอบให้เลือกตอบ โดยมีเกณฑ์การวัดระดับค่าเฉลี่ย 3 ระดับดังนี้(คณิต ไช่มุกด์, 2546)

คะแนนเฉลี่ย 3.67 - 5.00 แปลความหมายว่า สำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.34 - 3.66 แปลความหมายว่า สำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.33 แปลความหมายว่า สำคัญน้อย

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนโดยใช้วิธีการทางการเงินดังนี้ (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ, 2545)

วิธีการคำนวณที่คำนึงถึงค่าของเงินตามเวลา

- 1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
- 2) อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)
- 3) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)

วิธีการคำนวณที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินตามเวลา คือ ระยะเวลาคืนทุน(Pay Back Period) ซึ่งรายละเอียดอยู่ในบทที่ 2

การทดสอบเครื่องมือโดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Alpha coefficient) การทดสอบเครื่องมือแบบสอบถาม คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรชาวสวนยางพาราได้แสดงผลจากการทดสอบทั้งหมด 5 ครั้งเพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นมากที่สุดของแต่ละครั้งในการทดสอบจะใช้แบบสอบถามทำการทดสอบครั้งละ 40 และ 50 ชุด ได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้โดยกำหนดให้ทุกๆส่วนของแบบสอบถามมีค่ารวมกันมากกว่า 0.7 จึงจะยอมรับว่าค่าถามชุดนั้นมีค่าความน่าเชื่อถือมาก (Nunnally and Bernstein, 1994)

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าอัลฟาของครอนบัคในการทดสอบแบบสอบถามจากเกษตรกร

	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5
ผลิตภัณฑ์	0.0568	0.6539	0.6539	0.6539	0.7476
ราคา	0.1450	0.1692	0.5520	0.6920	0.7276
สถานที่	0.7643	0.4401	0.4401	0.4401	0.7661
ส่งเสริมการขาย	0.7237	0.6531	0.657	0.7024	0.7231
รวมทั้งหมด	0.5049	0.6621	0.6988	0.756	0.7394

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 โดยแบบสอบถามในภาคผนวก ก และทดสอบโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

จากการสำรวจครั้งที่ 1 ทำการสำรวจแบบสอบถามทั้งหมด 40 ชุด จะเห็นได้ว่าผลของค่าอัลฟาของครอนบักไม่ผ่านเกณฑ์จึงทำการเปลี่ยนแปลงแบบสอบถามเป็นส่วนตัว คือ ส่วนผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และส่งเสริมการขาย มีการเปลี่ยนแปลงแบบสอบถามในครั้งที่ 2-4 ได้มีการเพิ่มเติมแบบสอบถามในส่วน of ราคาและส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นเป็นทั้งหมด 16 ข้อแล้วทำการทดสอบใหม่ผลสรุปว่าค่ารวมของทั้งหมดผ่านเกณฑ์ แต่ในแต่ละส่วนนั้น ไม่ผ่านการทดสอบจึงทำการทดสอบครั้งที่ 5 ใหม่ โดยทำการสำรวจทั้งหมด 50 ชุดและทำการทดสอบกับกลุ่มใหม่เพื่อหาค่าอัลฟาของครอนบัก และได้ผลของค่าอัลฟาของครอนบักผ่านเกณฑ์ในทุกๆ ส่วนจึงใช้แบบสอบถามชุดนี้ทำการทดสอบจริง

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเกษตรกรชาวสวนยางพารา

ผลจากการสำรวจเกษตรกรชาวสวนยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทั้งหมด 300 ชุด สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา พบว่า เกษตรกรทั่วไปที่ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามเพศมีจำนวนที่แตกต่างกัน โดยเกษตรกรเป็นผู้ชายจำนวน 197 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.7 ซึ่งมากกว่าเพศหญิงที่มีจำนวน 103 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.3

เกษตรกรส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.3 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.3 ช่วงอายุ 15-25 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16 ช่วงอายุ 46-55 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.3 ช่วงอายุ 56-55 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.7 ช่วงอายุมากกว่า 66 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 230 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.7 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 47 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.7 สถานภาพหม้าย จำนวน 14 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.7 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีการระดับการศึกษา ป.4-ป.6 จำนวน 181 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.3 รองลงมามีระดับการศึกษา ม.1-ม.3 จำนวน 51 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17 ระดับการศึกษา ไม่ได้เรียนหนังสือ จำนวน 28 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.3 ระดับการศึกษา ม.4-ม.6 จำนวน 25 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.3 ระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2 ระดับการศึกษา ป.1-ป.3 จำนวน 4 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.3 ระดับการศึกษา ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4-6 คนจำนวน 191 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.7 รองลงมามีจำนวนสมาชิกในครอบครัว น้อยกว่า 4 คน จำนวน 80 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ

26.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 7-9 คน จำนวน 28 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.3 จำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 10 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการทำสวนยางพาราขนาดเล็ก (2-50 ไร่) จำนวน 283 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 94.3 รองลงมา มีพื้นที่ในการทำสวนยางพารากลาง (51-250 ไร่) จำนวน 17 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

เกษตรกรชาวสวนยางพารามีรายได้จากยางพาราน้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 129 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43 รองลงมา มีรายได้ตั้งแต่ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 123 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41 รายได้ตั้งแต่ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 22 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.3 รายได้ตั้งแต่ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 12 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 รายได้ มากกว่า 60,001 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.7 รายได้ 50,001-60,000 บาทต่อเดือน จำนวน 6 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 2 รายละเอียดทั้งหมดดังกล่าวแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
เพศ		
ชาย	197	65.7
หญิง	103	34.3
รวม	300	100
อายุ		
15-25 ปี	48	16
26-35 ปี	73	24.3
36-45 ปี	91	30.4
46-55 ปี	43	14.3
56-65 ปี	35	11.7
มากกว่า 66 ปี	10	3.3
รวม	300	100

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
สถานภาพ		
สมรส	230	76.7
โสด	47	15.7
หม้าย	14	4.6
หย่าร้าง	9	3
รวม	300	100
ระดับการศึกษา		
ไม่เรียนหนังสือ	28	9.3
ป.1-ป.3	4	1.3
ป.4-ป.6	181	60.4
ม.1-ม.3	51	17
ม.4-ม.6	25	8.3
ปวช.	1	0.4
ปวส.หรืออนุปริญญา	6	2
ปริญญาตรี	4	1.3
รวม	300	100
จำนวนสมาชิก		
น้อยกว่า 4 คน	80	26.7
4 - 6 คน	191	63.7
7 - 9 คน	28	9.3
มากกว่า 10 คน	1	0.3
รวม	300	100

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
ขนาดสวนยาง		
ขนาดเล็ก (2 - 50 ไร่)	283	94.3
ขนาดกลาง (51 - 250 ไร่)	17	5.7
ขนาดใหญ่ (มากกว่า 251 ไร่)	0	0
รวม	300	100
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	129	43
20,001-30,000 บาท	123	41
30,001-40,000 บาท	22	7.3
40,001-50,000 บาท	12	4
50,001-60,000 บาท	6	2
มากกว่า 60,001 บาท	8	2.7
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และจากการคำนวณ

ทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกร

ผลการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรทั่วไปที่ตอบแบบสอบถามที่มีกริดของตัวเอง จำนวน 242 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.7 รองลงมาใช้วิธีจ้างคนอื่นกริด จำนวน 42 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14 การกริดยางโดยกริดเองและจ้างคนอื่นกริดบางส่วน จำนวน 16 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

เกษตรกรมีระบบการกริดยาง 2 วันเว้น 1 วัน จำนวน 214 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.3 รองลงมา มีระบบการกริดยางวันเว้นวัน จำนวน 73 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.3 ระบบการกริดยางทุกวัน จำนวน 10 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.3 ระบบการกริดยาง 1 วันเว้น 2 วัน จำนวน 2 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.7 ระบบการกริดยางอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

เกษตรกรได้ปริมาณน้ำยางพาราในการกริดแต่ละครั้งเป็นจำนวน 51-100 กิโลกรัม จำนวน 140 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.7 รองลงมาได้ปริมาณน้ำยางพาราในการกริดแต่ละครั้งน้อยกว่า

50 กิโลกรัม จำนวน 73 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.3 ปริมาณน้ำยางพาราในการกรีดแต่ละครั้งเป็นจำนวน 101-150 กิโลกรัม จำนวน 51 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17 ปริมาณน้ำยางพาราในการกรีดแต่ละครั้งเป็นจำนวน 151-200 กิโลกรัม จำนวน 20 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.7 ปริมาณน้ำยางพาราในการกรีดแต่ละครั้งมากกว่า 201 กิโลกรัม จำนวน 16 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่เกษตรกรร่อนน้ำยางพารามาทำแผ่นยางพาราเพื่อขาย จำนวน 104 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.7 รองลงมาเกษตรกรร่อนน้ำยางพารามาทำน้ำยางพารา เศษยางพาราและแผ่นยางพาราเพื่อขาย จำนวน 58 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.3 เกษตรกรร่อนน้ำยางพารามาทำเศษยางพาราและแผ่นยางพาราเพื่อขาย จำนวน 50 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.7 เกษตรกรร่อนน้ำยางพารามาขายเป็นน้ำยางพาราสด จำนวน 31 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.3 เกษตรกรร่อนน้ำยางพารามาทำน้ำยางพาราสดและแผ่นยางพาราเพื่อขาย จำนวน 26 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.7 เกษตรกรร่อนน้ำยางพารามาทำน้ำยางพาราสดและเศษยางพาราเพื่อขาย จำนวน 24 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 เกษตรกรร่อนน้ำยางพารามาทำเศษยางพาราเพื่อขาย จำนวน 7 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ราคาน้ำยางพาราสดที่เกษตรกรทำการขายในปีพ.ศ.2548 พบว่า เกษตรกรไม่ได้ขายน้ำยางพาราสด จำนวน 164 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.7 รองลงมาขายน้ำยางพาราสดได้ราคา 51-60 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 ขายน้ำยางพาราสดได้ราคา 41-50 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.7 ขายน้ำยางพาราสดอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.3 ขายน้ำยางพาราสดได้ราคา 30-40 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ราคาเศษพาราที่เกษตรกรทำการขายในปีพ.ศ.2548 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้ขายเศษยางพารา จำนวน 160 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.3 รองลงมาเศษยางพาราได้ราคา 21-30 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.3 ขายเศษยางพาราได้ราคา 31-40 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.7 ขายเศษยางพาราได้ราคา 31-40 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ราคาแผ่นยางพาราที่เกษตรกรทำการขายในปีพ.ศ.2548 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ขายแผ่นยางพาราได้ราคา 61-70 บาท จำนวน 213 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71 รองลงมาไม่ได้ขายแผ่นยางพารา จำนวน 60 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ขายแผ่นยางพาราได้ราคา 51-60 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.3 ขายแผ่นยางพาราได้ราคา 40-50 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของเกษตรกรเรื่องร้านรับซื้อยางพารามีเพียงพอหรือไม่ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่คิดว่าร้านรับซื้อยางพารามีเพียงพอแล้ว จำนวน 184 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.3 รองลงมา เกษตรกรคิดว่าร้านรับซื้อยางพารามีไม่เพียงพอต่อความต้องการ จำนวน 116 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.7 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของเกษตรกรถ้ามีศูนย์รับซื้อยางพาราที่รับซื้อยางพาราครบทั้ง 3 ชนิด เกษตรกรจะขายยางพาราที่ศูนย์รับซื้อหรือไม่ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่คิดว่าจะขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา จำนวน 295 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98.33 รองลงมา เกษตรกรคิดว่าจะไม่แน่ว่าจะขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา จำนวน 4 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.34 และไม่ขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา จำนวน 1 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนใหญ่ทำสวนยางพาราเพราะราคา จำนวน 250 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.3 รองลงมา ไม่ได้ทำสวนยางพาราเพราะราคา จำนวน 50 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.7 โดยเกษตรกรไม่ได้ทำสวนยางพาราเพราะความถนัด จำนวน 258 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86 รองลงมา ทำสวนยางพาราเพราะความถนัด จำนวน 42 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14 ตามลำดับ เกษตรกรไม่ได้ทำสวนยางพาราเพราะระยะเวลาในการกรีดยางพาราได้นาน จำนวน 191 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.7 รองลงมา ทำสวนยางพาราเพราะระยะเวลาในการกรีดยางพาราได้นาน จำนวน 109 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.3 ตามลำดับ และเกษตรกรไม่ได้ทำสวนยางพาราเพราะการดูแลรักษาด้านยางพาราไม่ยุ่งยาก จำนวน 224 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.7 รองลงมา ทำสวนยางพาราเพราะการดูแลรักษาด้านยางพาราไม่ยุ่งยาก จำนวน 76 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.3 ตามลำดับ นอกจากนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่คิดว่าไม่ได้ทำสวนยางพาราเพราะสภาพของที่ดินและภูมิอากาศที่เหมาะสม จำนวน 236 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.7 รองลงมา ทำสวนยางพาราเพราะสภาพของที่ดินและภูมิอากาศที่เหมาะสม จำนวน 64 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.3 ตามลำดับ ประเด็นสำคัญพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ทำสวนยางพาราเพราะรัฐบาลสนับสนุนตลาดยางพารา จำนวน 268 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 89.3 รองลงมา ไม่ได้ทำสวนยางพาราเพราะรัฐบาลสนับสนุนตลาดยางพารา จำนวน 32 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนมากทำการขายยางพาราให้แก่ร้านรับซื้อยางพาราโดยเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆ เนื่องจากราคาสูง จำนวน 265 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.3 ,รองลงมาเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่าง ไม่เกี่ยวกับราคาสูง จำนวน 35 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.7 นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจขายยางพารา คือระยะทางใกล้บ้าน จำนวน 157 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.3 รองลงมาเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆ ไม่เกี่ยวกับร้านค้าใกล้บ้าน จำนวน 143 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.7 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนมากทำการขายยางพาราให้แก่ร้านรับซื้อยางพาราในปัจจุบันโดยเลือกร้านต่างๆ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆไม่เกี่ยวกับการรู้จักเป็นการส่วนตัวกับเจ้าของร้าน จำนวน 285 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95 รองลงมาเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆเนื่องจากรู้จักเป็นการส่วนตัวกับเจ้าของร้าน จำนวน 15 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนมากทำการขายยางพาราให้แก่ร้านรับซื้อยางพาราในปัจจุบันโดยเลือกร้านต่างๆ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆไม่เกี่ยวกับการบริการที่รวดเร็วของร้านค้า จำนวน 282 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94 รองลงมาเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆเนื่องจากรู้จักเป็นการบริการที่รวดเร็วของร้านค้า จำนวน 18 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนมากทำการขายยางพาราให้แก่ร้านรับซื้อยางพาราในปัจจุบันโดยเลือกร้านต่างๆ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆไม่เกี่ยวกับการที่ร้านค้ารับซื้อสินค้าครบทั้ง 3 ชนิด จำนวน 300 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100

เกษตรกรส่วนมากทำการขายยางพาราให้แก่ร้านรับซื้อยางพาราในปัจจุบันโดยเลือกร้านต่างๆ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆไม่เกี่ยวกับการมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในการการชั่งวัดที่เที่ยงตรง จำนวน 166 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.3 รองลงมาเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆเนื่องจากการมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในการชั่งวัดที่เที่ยงตรง จำนวน 134 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.7 ตามลำดับ

เกษตรกรส่วนมากทำการขายยางพาราให้แก่ร้านรับซื้อยางพาราในปัจจุบันโดยเลือกร้านต่างๆ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆเนื่องจากทางร้านค้าจ่ายเงินสด จำนวน 236 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.7 รองลงมาเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านไม่เกี่ยวกับการจ่ายเงินสด จำนวน 64 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพารา

ทัศนคติและพฤติกรรม	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
กริดยางเองหรือไม่		
กริดเอง	242	80.7
จ้างคนอื่นกริด	42	14
กริดเองและจ้างคนอื่นกริด	16	5.3
รวม	300	100

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพารา(ต่อ)

ทัศนคติและพฤติกรรม	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
ระบบการกรีดยาง		
กรีดยาง 2 วันเว้น 1 วัน	214	71.3
กรีดยางวันเว้นวัน	73	24.4
กรีดยางทุกวัน	10	3.3
กรีดยาง 1 วันเว้น 2 วัน	2	0.7
อื่นๆ	1	0.3
รวม	300	100
ปริมาณน้ำยางต่อ 1 วันที่กรีดยางได้		
น้อยกว่า 50 กิโลกรัม	73	24.3
51-100 กิโลกรัม	140	46.7
101-150 กิโลกรัม	51	17
151-200 กิโลกรัม	20	6.7
มากกว่า 201 กิโลกรัม	16	5.3
รวม	300	100
ประเภทยางพาราที่นำมาขาย		
แผ่นยางพารา	104	34.7
น้ำยางพาราสด + เศษยางพารา + แผ่นยางพารา	58	19.3
เศษยางพารา + แผ่นยางพารา	50	16.7
น้ำยางพาราสด	31	10.3
น้ำยางพาราสด + แผ่นยางพารา	26	8.7
น้ำยางพาราสด + เศษยางพารา	24	8
เศษยางพารา	7	2.3
รวม	300	100

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพารา(ต่อ)

ทัศนคติและพฤติกรรม	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
ราคาน้ำยางพาราที่ขาย		
30-40 บาท	1	0.3
41-50 บาท	26	8.7
51-60 บาท	105	35
อื่นๆ	4	1.3
ไม่ได้ขายน้ำยางสด	164	54.7
รวม	300	100
ราคาเศษยางพาราที่ขาย		
15-20 บาท	2	0.7
21-30 บาท	136	45.3
31-40 บาท	2	0.7
อื่นๆ	0	0
ไม่ได้ขายเศษยางพารา	160	53.3
รวม	300	100
ราคาแผ่นยางพาราที่ขาย		
40-50 บาท	2	0.7
51-60 บาท	25	8.3
61-70 บาท	213	71
อื่นๆ	0	0
ไม่ได้ขายแผ่นยางพารา	60	20
รวม	300	100
ร้านรับซื้อยางมีเพียงพอลหรือไม่		
เพียงพอ	184	61.3
ไม่เพียงพอ	116	38.7
รวม	300	100

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพารา(ต่อ)

ทัศนคติและพฤติกรรม	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
ถ้ามีศูนย์รับซื้อยางจะขายหรือไม่		
ขาย	295	98.33
ไม่แน่	4	1.34
ไม่ขาย	1	0.33
รวม	300	100
ทำสวนยางพารา เพราะราคา		
ใช่	250	83.3
ไม่ใช่	50	16.7
รวม	300	100
ทำสวนยางพารา เพราะความถนัดและประสบการณ์		
ใช่	42	14
ไม่ใช่	258	86
รวม	300	100
ทำสวนยางพารา เพราะระยะเวลาในการกรีดยาง		
ใช่	109	36.3
ไม่ใช่	191	63.7
รวม	300	100
ทำสวนยาง เพราะการดูแลไม่ยุ่งยาก		
ใช่	76	25.3
ไม่ใช่	224	74.7
รวม	300	100
ทำสวนยางพารา เพราะสภาพของที่ดินและภูมิอากาศ		
ใช่	64	21.3
ไม่ใช่	236	78.7
รวม	300	100

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพารา(ต่อ)

ทัศนคติและพฤติกรรม	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
ทำสวนยางพารา เพราะรัฐบาลสนับสนุนตลาดยางพารา		
ใช่	268	89.3
ไม่ใช่	32	10.7
รวม	300	100
เลือกขายยางพาราร้านต่างๆ เพราะราคาสูง		
ใช่	265	88.3
ไม่ใช่	35	11.7
รวม	300	100
เลือกขายยางพาราร้านต่างๆ เพราะใกล้บ้าน		
ใช่	157	52.3
ไม่ใช่	143	47.7
รวม	300	100
เลือกขายยางพาราร้านต่างๆ เพราะรู้จักกับเจ้าของร้าน		
ใช่	15	5
ไม่ใช่	285	95
รวม	300	100
เลือกขายยางพาราร้านต่างๆ เพราะบริการรวดเร็ว		
ใช่	18	6
ไม่ใช่	282	94
รวม	300	100
เลือกขายยางพาราร้านต่างๆ เพราะรับซื้อผลิตภัณฑ์ทุกชนิด		
ใช่	0	0
ไม่ใช่	300	100
รวม	300	100

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพารา(ต่อ)

ทัศนคติและพฤติกรรม	จำนวนคน	สัดส่วนร้อยละ
เลือกขายยางพาราร้านต่างๆ เพราะมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในการชั่งวัด		
ใช่	134	44.7
ไม่ใช่	166	55.3
รวม	300	100
เลือกขายยางพาราร้านต่างๆ เพราะจ่ายเงินสด		
ใช่	236	78.7
ไม่ใช่	64	21.3
รวม	300	100

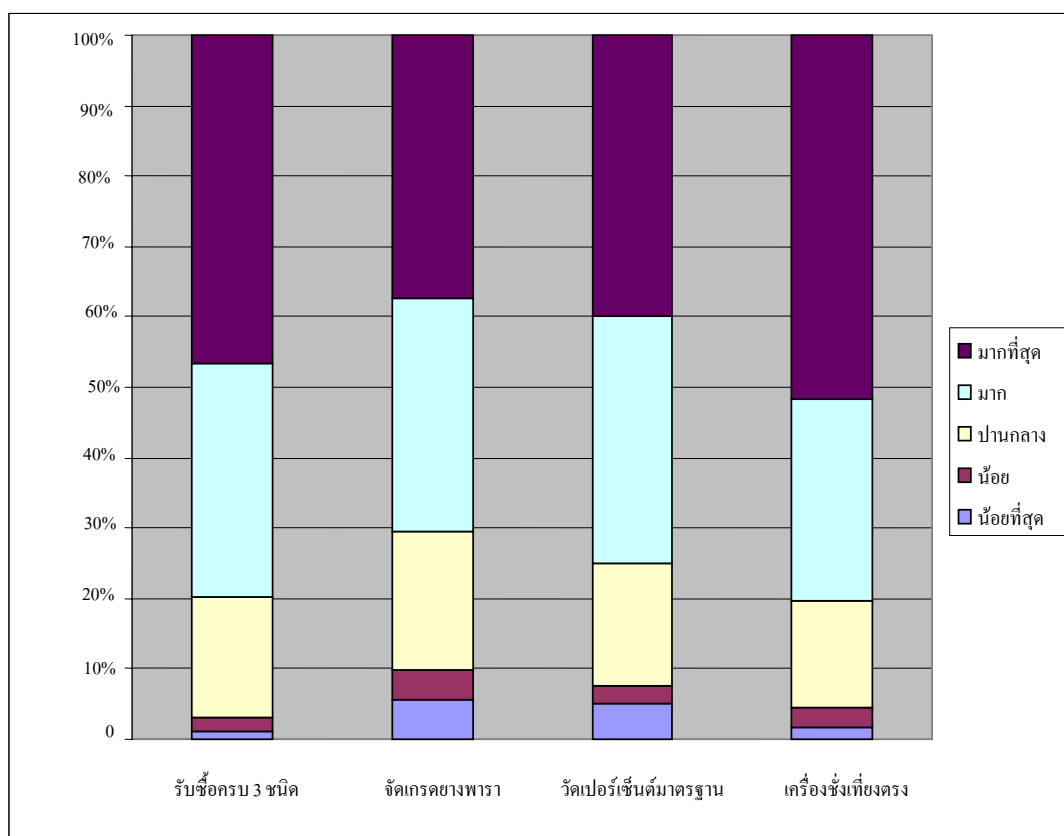
ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพารา

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจการเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านค้าต่างๆมากที่สุด ได้แก่ การที่ศูนย์รับซื้อยางพารามีเครื่องชั่งน้ำหนักที่มีความเที่ยงตรง จำนวน 155 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 51.7 รองลงมาคือศูนย์รับซื้อยางพารามีการรับซื้อสินค้าทั้ง 3 ประเภท จำนวน 140 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.7

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจการเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านค้าต่างๆมากที่สุด ได้แก่ การที่ศูนย์รับซื้อยางพารามีการวัดค่าเปอร์เซ็นต์น้ำยางพาราสดได้มาตรฐาน จำนวน 105 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 35 รองลงมาคือศูนย์มีการจัดเกรดยางพาราที่รับซื้อ จำนวน 99 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 33 ดังแสดงรูปที่ 4.1



รูปที่ 4.1 แสดงความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 4.3 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านผลิตภัณฑ์

รายการ	จำนวนทั้งหมด(คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
มีตราชั่งเที่ยงตรง	300	4.26	0.928
รับซื้อยางพาราครบทั้ง 3 ชนิด	300	4.22	0.873
วัดเปอร์เซ็นต์น้ำยางมาตรฐาน	300	4.02	1.065
จัดเกรดยางตามมาตรฐาน	300	3.93	1.115
รวม		4.11	0.804

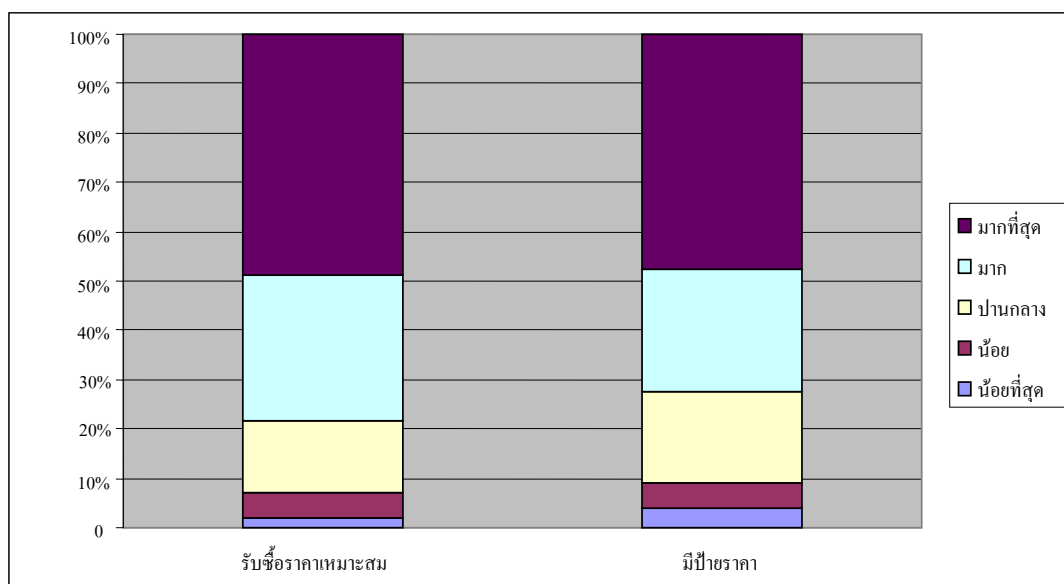
ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3 แสดงถึงปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา โดยให้ความสำคัญมากในด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.11$) มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.804 เกษตรกรให้ความสำคัญในเรื่องตราชั่งที่เที่ยงตรงมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่องการรับซื้อยางพาราทั้ง 3 ชนิด คือ น้ำยางพาราสด เศษยางพาราและแผ่นยางพารา ($\bar{X} = 4.22$) ส่วนการวัด

เปอร์เซ็นต์น้ำยางมาตรฐานและจัดเกรดยางมาตรฐานมีความสำคัญมากเช่นกัน ($\bar{X} = 4.02$) และ ($\bar{X} = 3.93$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.873 - 1.115 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผลของการศึกษารายการต่างๆ ในตารางดังกล่าวไม่แตกต่างไปจากค่าเฉลี่ย

ด้านราคา (Price)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเลือกขายยางพาราให้แก่วางค้าต่างๆมากที่สุด ได้แก่ การที่ศูนย์รับซื้อยางพารามีการรับซื้อยางพาราในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของเกรดยางพารา จำนวน 147 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 รองลงมาคือศูนย์รับซื้อยางพารามีป้ายแสดงราคายางพารา จำนวน 143 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.7 ดังแสดงรูปที่ 4.2



รูปที่ 4.2 แสดงความสำคัญด้านราคา (Price)

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 4.4 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านราคา

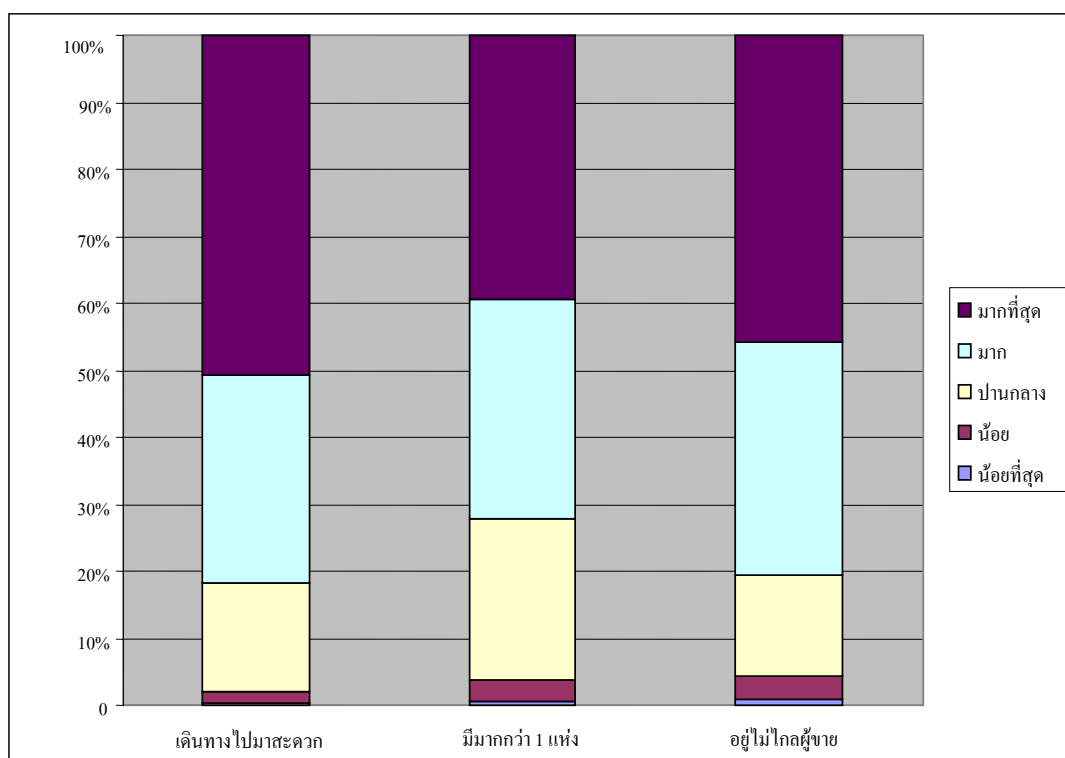
รายการ	จำนวนทั้งหมด(คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ราคาที่เหมาะสม	300	4.18	1.993
มีป้ายราคาหน้าร้าน	300	4.07	1.106
รวม		4.13	0.942

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 แสดงถึงปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา โดยให้ความสำคัญมากในด้านราคา ($\bar{X} = 4.13$) มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.942 เกษตรกรให้ความสำคัญในเรื่องราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่องมีป้ายแสดงราคาหน้าร้าน ($\bar{X} = 4.07$) โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.106 – 1.993 ดังนั้นจึงสรุปว่า ผลของการศึกษารายการต่างๆในตารางดังกล่าวไม่แตกต่างไปจากค่าเฉลี่ย

ด้านสถานที่ (Place)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจการเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านค้าต่างๆมากที่สุด ได้แก่ การที่ศูนย์รับซื้อยางพารามีสถานที่เดินทางไป-มาสะดวก จำนวน 152 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.7 รองลงมาคือศูนย์รับซื้อยางพารามีศูนย์รับซื้อยางพาราไม่ไกลจากผู้ขายยางพารา จำนวน 137 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.7 , ศูนย์รับซื้อยางพารามีจุดรับซื้อยางพารามากกว่า 1 แห่ง จำนวน 118 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.3 ดังแสดงรูปที่ 4.3



รูปที่ 4.3 แสดงความสำคัญด้านสถานที่ (Place)

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 4.5 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านสถานที่

รายการ	จำนวนทั้งหมด(คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ไป-มาสะดวก	300	4.30	0.824
ไม่ไกลจากผู้ขายยางพารา	300	4.21	0.888
มีจุดรับซื้อมากกว่า 1 แห่ง	300	4.07	0.900
รวม		4.19	0.727

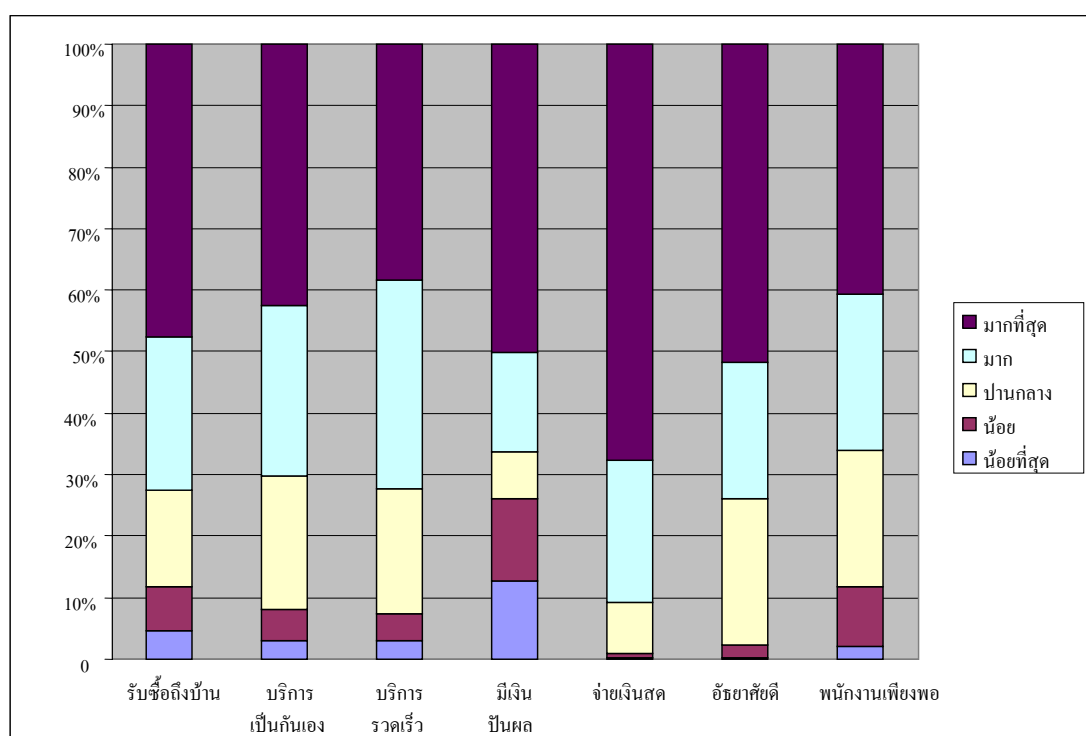
ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 แสดงถึงปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา โดยให้ความสำคัญมากในด้านสถานที่ ($\bar{X} = 4.19$) มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.727 เกษตรกรให้ความสำคัญในเรื่องการเดินทางไป-มาสะดวกที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งไม่ไกลจากผู้ขายยางพารา ($\bar{X} = 4.21$) และให้ความสำคัญกับการมีจุดรับซื้อมากกว่า 1 แห่งมากเช่นกัน ($\bar{X} = 4.07$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.824 – 0.9 ดังนั้นจึงสรุปว่า ผลของการศึกษารายการต่างๆในตารางดังกล่าวไม่แตกต่างไปจากค่าเฉลี่ย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านค้าต่างๆมากที่สุด ได้แก่ การที่ศูนย์รับซื้อยางพาราจ่ายเงินสด จำนวน 203 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.7 รองลงมาคือศูนย์รับซื้อยางพารามีอัตราซื้อดีต่อลูกค้า จำนวน 155 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.7 ศูนย์รับซื้อยางพารามีเงินปันผลสำหรับสมาชิกที่ขายยางพารา จำนวน 150 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ศูนย์รับซื้อยางพารามีการรับซื้อยางพาราถึงบ้าน จำนวน 143 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.7

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านค้าต่างๆมากที่สุด ได้แก่ การที่ศูนย์รับซื้อยางพารามีบริการที่รวดเร็ว จำนวน 102 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 รองลงมาคือศูนย์รับซื้อยางพารามีการบริการเป็นกันเองต่อลูกค้า จำนวน 83 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.7 ศูนย์รับซื้อยางพารามีพนักงานเพียงพอต่อการบริการ จำนวน 76 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.7 ดังแสดงรูปที่ 4.4



รูปที่ 4.4 แสดงความสำคัญด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 4.6 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดด้านส่งเสริมการขาย

รายการ	จำนวนทั้งหมด(คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จ่ายเงินสด	300	4.57	0.702
อรรถาศัยดี	300	4.23	0.902
รับซื้อยางพาราถึงบ้าน	300	4.04	1.156
บริการเป็นกันเอง	300	4.02	1.057
บริการรวดเร็ว	300	4.00	1.017
พนักงานมีเพียงพอต่อการบริการ	300	3.93	1.094
มีเงินปันผลสำหรับสมาชิก	300	3.78	1.486
รวม		4.08	0.837

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 แสดงถึงปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา โดยให้ความสำคัญมากในด้านส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 4.08$) มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.837 เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการจ่ายเงินสดสำหรับการรับซื้อยางพารา ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมาให้

ความสำคัญมากในเรื่องอรรถาธิบายในการบริการ ($\bar{X} = 4.23$) ให้ความสำคัญมากในส่วนการบริการรับซื้อถึงบ้าน ($\bar{X} = 4.04$) บริการเป็นกันเอง ($\bar{X} = 4.02$) มีบริการรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.00$) มีพนักงานเพียงพอต่อการบริการ ($\bar{X} = 3.93$) และมีเงินปันผล ($\bar{X} = 3.78$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน $0.702 - 1.486$ ดังนั้นจึงสรุปว่า ผลของการศึกษารายการต่างๆในตารางดังกล่าวไม่แตกต่างไปจากค่าเฉลี่ย

จากการสำรวจข้อมูลโดยการสอบถามเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราสรุปได้ดังนี้

1. อยากให้ทางศูนย์รวมรับซื้อยางพาราไม่เอาเปรียบด้านราคา
2. อยากให้ทางศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการจัดการเกี่ยวกับเงินปันผลที่แน่นอนและทำได้จริงๆ
3. อยากให้ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการพัฒนาเป็นโรงงานแปรรูป

เมื่อทราบถึงความต้องการของเกษตรกรดังกล่าว สามารถนำมาเขียนเป็นแผนการประเมินโครงการในการทำธุรกิจเพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดตั้งธุรกิจ ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งการเขียนแผนประเมินโครงการจะให้รายละเอียดต่างๆในเรื่องแผนการตลาด แผนการจัดการ และแผนการเงิน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลร้านรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

จากการสัมภาษณ์ร้านรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 3 ร้าน คือ ร้านนางเยาว์ยางพารา ร้านโชคชัยยางพารา และร้านปทุมยางพารา สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ร้านรับซื้อยางพาราทั้ง 3 ร้านเป็นการทำธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว โดยทุกร้านไม่มีการจดทะเบียนในการทำการค้า (เป็นการทำธุรกิจแบบครอบครัว) แหล่งเงินทุนใช้เงินส่วนตัวในการทำธุรกิจยางพารา ในการเลือกสถานที่ตั้งของร้านรับซื้อยางพาราจะทำการรับซื้อ ณ ที่บ้านที่อยู่อาศัย ไม่ได้เน้นในการเลือกที่ตั้งของร้าน ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ร้านนางเยาว์ยางพาราก่อการรับซื้อยางพาราเป็นระยะเวลา 5 ปี ร้านโชคชัยยางพาราเปิดร้านรับซื้อยางพาราเป็นระยะเวลา 2 ปี และร้านปทุมยางพารารับซื้อยางพาราเป็นระยะเวลา 4 ปี ระยะเวลาการเปิดร้านยางพาราทั้ง 3 ร้านมีผลสรุปว่าทุกร้านมีความคุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากมีผลกำไรในการทำธุรกิจ

ทั้ง 3 ร้านเริ่มต้นจากการเป็นเจ้าของสวนยางพาราแล้วไม่มีสถานที่ขายจึงเริ่มคิดที่จะเปิดร้านรับซื้อยางพาราโดยร้านนางเยาว์ยางพาราเริ่มรับซื้อแผ่นยางพาราตั้งแต่เริ่มเปิดรับซื้อจนถึงปัจจุบัน โดยร้านนางเยาว์ยางพารามีการรับซื้อยางพาราเฉพาะยางแผ่นชั้น 1 เท่านั้น ต่อมาร้านปทุมยางพาราเห็นว่าเป็นโอกาสในการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดทำการสอนให้เกษตรกรทำเศษ

ยางพาราโดยไม่จำเป็นจะต้องใช้เวลานานในการทำแผ่นยางพารา หลังจากนั้นร้านโชคชัยยางพารามีการรับซื้อน้ำยางพาราสดซึ่งการทำการค้าทั้ง 3 ร้านจะเน้นการแบ่งผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยในแต่ละร้านจะมีการรับซื้อสินค้าไว้ให้ซึ่งกันและกัน โดยจะให้ราคาแก่เกษตรกรในราคาที่ต่ำกว่าหน้าร้านหลักที่รับซื้อ โครงสร้างของร้านทั้ง 3 ร้านมีการทำธุรกิจแบบครอบครัวไม่มีการแบ่งแยกส่วนต่างๆ มีเจ้าของร้านเป็นผู้ตัดสินใจในทุกๆ เรื่อง มีการจ้างพนักงานหน้าร้านเท่านั้น ส่วนด้านการบริหาร การเงิน การตลาด จะขึ้นอยู่กับเจ้าของเป็นผู้ตัดสินใจทั้งหมด แนวทางในการดำเนินงานเน้นการทำธุรกิจซื้อมาขายไป โดยคิดหักค่าใช้จ่ายต่างๆ คิดผลกำไรไว้ประมาณ 2-3 บาทจากราคาหน้าโรงงาน โรงงานที่ร้านรับซื้อยางพาราทั้ง 3 ร้านมีการจัดส่งยางพาราให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดระยองและจังหวัดชลบุรี โดยร้านต่างๆ ไม่ได้เจาะจงโรงงานใดขึ้นอยู่กับราคาของโรงงานอุตสาหกรรมนั้นๆ ถ้าโรงงานใดให้ราคาดีที่สุดก็จะส่งโรงงานนั้น การดูแลตลาดในการทำธุรกิจยางพาราร้านรับซื้อยางพาราจะทำการดูราคาจากราคาประมูลทางภาคใต้ของแต่ละวันมาเปรียบเทียบกับราคาของทางภาคตะวันออก โดยราคาของภาคตะวันออกจะต่ำกว่าราคาของภาคใต้อยู่ประมาณ 2 บาทและจะดูที่ราคาน้ำมันถ้าราคาน้ำมันสูงขึ้นราคายางพาราก็จะสูงขึ้นด้วยส่วนเรื่องการรับซื้อยางพาราจะรับซื้อยางพาราในราคาที่ต่ำกว่าราคาของโรงงานอยู่ประมาณ 2-3 บาทเพื่อตัดเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและผลกำไร

การเก็บรักษาของร้านมีการเก็บรักษาโดยร้านนงเยาว์ยางพารามีการเก็บแผ่นยางพาราในร้านค้าเพื่อรอการส่ง ร้านปฐมยางพาราเก็บเศษยางพาราโดยการตากเศษยางพาราให้แห้งหรือพองหมาดๆ ก็จะนำส่งโรงงานอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก ส่วนร้านโชคชัยยางพารามีการเก็บน้ำยางพาราโดยการเก็บน้ำยางพาราในแท็งก์เก็บน้ำยางพาราโดยการใส่แอมป์เพื่อรักษาสภาพของน้ำยางพาราให้อยู่สภาพเดิม ต้นทุนในการซื้อแผ่นยางพาราคือ 1 เทียวประมาณ 2,170,000 บาท คิดค่าใช้จ่ายต่อเดือนประมาณเดือนละ 17,360,000 บาท เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2 เทียว เทียวละ 31 ต้น งบประมาณในการใช้จะเป็นเงินทุนหมุนเวียน ต้นทุนในการซื้อเศษยางพาราคือ 1 เทียว ประมาณ 525,000 บาท คิดค่าใช้จ่ายต่อเดือนประมาณ 4,200,000 บาท บาท เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2 เทียว เทียวละ 15 ต้น งบประมาณในการใช้จะเป็นเงินทุนหมุนเวียน ต้นทุนในการซื้อน้ำยางพาราสดคือ 1 เทียวประมาณ 510,000 บาท คิดค่าใช้จ่ายต่อเดือนประมาณ 4,080,000 บาท บาท เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2 เทียว เทียวละ 15 ต้น งบประมาณในการใช้จะเป็นเงินทุนหมุนเวียน ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมดมีค่าดำเนินงานในการขนส่งแผ่นยางพาราคิดกิโลกรัมละ 50 สตางค์ เศษยางพาราคิดเทียวละ 10,000 บาท น้ำยางพาราสดคิดเทียวละ 10,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายคนงานทุกร้านคิดค่าคนงานเป็นรายวันวันละ 150 บาทพนักงานร้านละ 1 คน ค่าใช้จ่ายเดือนละ 4,500 บาท

อนาคตของร้านนงเยาว์ยางพารามีอนาคตในการขยายกิจการเพิ่มขึ้นในเขตอื่นๆ เช่น อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ ร้านปฐมยางพาราไม่มีแนวโน้มในการขยายกิจการเนื่องจากร้านปฐม

ยางพาราเน้นการทำธุรกิจในการทำโรงสีข้าวมากกว่า ส่วนร้านโชกซ์ยางพารามีแนวโน้มในการขยายร้านรับซื้อยางพาราเป็นโรงงานปั่นน้ำยางพาราสดเป็นน้ำยางข้นเพื่อส่งโรงงานผลิตสินค้าเกี่ยวกับยางพารา คู่แข่งในการทำกรับซื้อยางพาราคือร้านรับซื้อกันเองเนื่องจากราคายางพาราของแต่ละประเภทมีราคาที่แตกต่างกันทำให้เกษตรกรหันมาทำยางพาราในประเภทที่มีราคาสูงโดยไม่ยึดติดกับประเภทของยางพาราในแต่ละประเภท

4.3 วิเคราะห์จากแบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ (Five force model)

การวิเคราะห์จากแบบจำลองแรงกดดันของการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีการวิเคราะห์แบบจำลองการกดดันในด้านต่างๆ 5 ประการดังนี้

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกัน (Threat of intense segment rivalry)

ธุรกิจรับซื้อยางพารามีระดับการแข่งขันต่ำ เนื่องจากคู่แข่งในตลาดจำนวน 3 รายและทั้ง 3 รายนั้นรับซื้อยางพาราในประเภทที่ต่างกันไป จึงทำให้การแข่งขันในการเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการแข่งขันที่ต่ำกว่าธุรกิจประเภทอื่นๆ

2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of new entrants)

ธุรกิจรับซื้อยางพาราเป็นธุรกิจที่สามารถเข้าตลาดได้ไม่ยากมากนัก เนื่องจากต้นทุนในการจัดตั้งร้านรับซื้อยางพาราไม่สูงและโรงงานอุตสาหกรรมยางพารามีจำนวนมาก จึงเป็นทางเลือกแก่ร้านรับซื้อยางพาราในการเลือกส่งยางพาราแก่โรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง ชลบุรี และกรุงเทพมหานคร

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products)

ธุรกิจรับซื้อยางพาราเป็นธุรกิจที่มีสินค้าทดแทน คือ การทำมันสำปะหลังซึ่งปัจจุบันมีราคาที่สูงขึ้นตามความต้องการของตลาดทำให้เกษตรกรหันไปปลูกมันสำปะหลังมากขึ้น รวมไปถึงจนถึงการใช้ยางสังเคราะห์ที่สามารถนำมาทดแทนยางพารา

4. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Threat of buyers' growing bargaining power)

ธุรกิจรับซื้อยางพาราเป็นธุรกิจที่ผู้ซื้อยางมีอำนาจในการต่อรองสูง เนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดระยองและชลบุรีมีการร่วมมือกันในการต่อรองราคา ทำให้ร้านรับซื้อยางพารามีอำนาจในการต่อรองเกี่ยวกับราคามากกว่าที่คาดการณ์ไว้ แต่ภาคใต้มีร้านค้ารับซื้อยางพารามากและโรงงานอุตสาหกรรมยางพารามารกเช่นกัน ทำให้ร้านรับซื้อยางพารามีอำนาจในการต่อรองสูง แต่ยางพารามีเพียงจำกัดไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมที่มี

ความต้องการมากขึ้นตามความต้องการของตลาดโลก

5. ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจต่อรองของ Supplier (Threat of suppliers' growing bargaining power)

ผู้ขายยางพารามีอำนาจต่อรองต่ำ เนื่องจากร้านรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีน้อย ทำให้เกษตรกรไม่มาทางเลือกในการต่อรองขายยางพารา

4.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์การจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีการวิเคราะห์สถานการณ์ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา โดยวิเคราะห์สถานการณ์ของโครงการในปัจจุบันภายในและภายนอก ดังนี้

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็งของกิจการ (Strengths) :	จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses) :
1. ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีจุดรับซื้อมากกว่า 1 แห่ง และมีจุดรับซื้อที่ไปมาสะดวก ใกล้กับเกษตรกรมีการคมนาคมสะดวก 2. ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการบริการรับซื้อสินค้าถึงบ้าน 3. ศูนย์รวมรับซื้อยางพารารับซื้อสินค้าทุกประเภท คือ น้ำยางพาราสด เศษยางพารา และแผ่นยางพารา 4. ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการรับสมาชิก เพื่อรับเงินปันผลสำหรับเกษตรกรที่ขายยางพาราให้แก่ศูนย์รับซื้อยางพารา	1. บุคลากรไม่มีความชำนาญในยางพาราทุกประเภท 2. ต้นทุนการรับซื้อยางพาราสูง
ปัจจัยภายนอก	
โอกาสของธุรกิจ (Opportunities) :	อุปสรรคของธุรกิจ (Threats) :
1. เกษตรกรชาวสวนยางพาราสามารถขายสินค้าได้ ณ จุดเดียวในยางพาราหลายประเภทจุดรับซื้อยางพารามีมากกว่า 1 จุดทำให้ง่ายต่อการขาย 2. จำนวนคู่แข่งมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากราคายางพารามีการใช้เงินทุนที่สูงขึ้นและคู่แข่งที่เข้ามาใหม่มีน้อยราย 3. ภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มดีขึ้น 4. การขยายตัวของโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้ยางพาราเป็นส่วนประกอบมีมาก ทำให้ความต้องการยางพารามีมากขึ้น	1. สินค้าทดแทนยางพารา เช่น มันสำปะหลัง 2. ภัยธรรมชาติ เช่น ความแห้งแล้ง พายุ

4.5 ความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา

การจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการจัดทำแผนเพื่อเป็นแนวทางและวิเคราะห์โครงการถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราโดยการวิเคราะห์ 1.แผนด้านการตลาดหรืออุปสงค์ เพื่อทราบถึงความต้องการของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ถึงความต้องการที่แท้จริงรวมทั้งทราบถึงปริมาณสินค้าที่มีอยู่มีปริมาณเพียงพอต่อการจัดตั้งโครงการนี้ได้หรือไม่ 2.แผนด้านเทคนิค เพื่อทราบถึงสิ่งที่จะต้องใช้ในการจัดตั้งโครงการรวมไปจนถึงบุคลากรที่สำคัญต่อการจัดตั้งโครงการ 3.แผนด้านการเงิน เพื่อทราบถึงงบประมาณทางการเงินในการจัดตั้งโครงการรวมไปจนถึงผลตอบแทนและความคุ้มค่าต่อการจัดตั้งโครงการ

แผนด้านการตลาดหรืออุปสงค์ (Market or demand Plan)

จากการสำรวจแบบสอบถามจะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุประมาณ 36-45 ปี สวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นสวนยางขนาดเล็ก (2-50 ไร่) มีปริมาณน้ำยางพาราต่อครั้งเท่ากับ 51-100 กิโลกรัม ส่วนใหญ่เกษตรกรจะนำน้ำยางพารามาทำแผ่นยางพารามากที่สุด พฤติกรรมในการขายยางพาราของเกษตรกรชาวสวนยางพารายางพาราโดยเลือกจากราคา ตราซังที่เที่ยงตรง จ่ายเงินสด รวมไปจนถึงการบริการที่เป็นกันเอง

การประมาณการยอดขายยางพาราได้จากการสำรวจเกษตรกรชาวสวนยางพาราจำนวน 300 ราย ได้ผลปริมาณยางพาราทั้งหมด 390,610 กิโลกรัม นำมาเทียบกับเกษตรกรทั้งหมดในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1,103 ราย จำนวนยางพาราทั้งหมด 1,436,143 กิโลกรัมต่อเดือน และ 17,233,713 กิโลกรัมต่อปี เมื่อนำน้ำหนักยางพาราแต่ละประเภทแล้วนำมาคิดเป็นจำนวนเงินจะต้องนำค่าน้ำยางพาราที่แท้จริงมาคิด โดยน้ำยางพาราสดมีน้ำยางพาราประมาณ 40% เศษยางพารามีน้ำยางพาราประมาณ 45% และแผ่นยางพารามีน้ำยางพาราประมาณ 40% (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง, 2540) และจากการสำรวจโดยแบบสอบถามทั้งหมด 300 ชุดจะเห็นว่าเกษตรกรชาวสวนยางพารามีความต้องการขายยางพาราให้แก่ศูนย์รวมรับซื้อยางพาราทั้งหมด 98.33% แต่เนื่องจากปัจจุบันร้านรับซื้อยางพารามีทั้งหมด 3 ร้าน เมื่อรวมศูนย์รวมรับซื้อยางพาราที่จัดตั้งใหม่แล้วมีทั้งหมด 4 ร้าน ศูนย์รวมรับซื้อยางพาราจึงเล็งเห็นว่ายอดการรับซื้อยางพาราของศูนย์มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็น 40% ของจำนวนยางพาราทั้งหมด เนื่องจากศูนย์มีกลยุทธ์ในการรับซื้อยางพาราที่แตกต่างไปจากร้านรับซื้อยางพาราในปัจจุบัน ดังนั้นการพยากรณ์ยอดรับซื้อน้ำยางสด 3,636,370 กิโลกรัมต่อปี เศษยางพารา 3,587,838 กิโลกรัมต่อปี และแผ่นยางพารา 10,009,504 กิโลกรัมต่อปี โดยการคำนวณแสดงในตารางที่ 4.7และตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.7 แสดงปริมาณยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

หน่วย : กิโลกรัม

รายการ	ผลการสำรวจจาก ตัวอย่าง 300 ราย	เฉลี่ยต่อคน ต่อเดือน	เฉลี่ยปริมาณ ทั้งหมดต่อเดือน	เฉลี่ยปริมาณ ทั้งหมดต่อปี
น้ำยางพาราสด	82,420	275	303,031	3,636,370
เศษยางพารา	81,320	271	298,987	3,587,838
แผ่นยางพารา	226,870	756	834,125	10,009,504
รวม	390,610	1,302	1,436,143	17,233,713

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 4.8 แสดงพยากรณ์ยอดการรับซื้อยางพาราของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราแห่งใหม่

รายการ	ส่วนแบ่ง 40% (กก.)	เนื้อยาง จริง	น้ำหนักยางพารา จริง (กิโลกรัม)	เฉลี่ยราคา ซื้อ (บาท)	จำนวนเงินซื้อ ต่อปี (บาท)
น้ำยางพาราสด	1,454,548	40%	581,819	70	40,727,348
เศษยางพารา	1,435,135	45%	645,811	65	41,977,709
แผ่นยางพารา	4,003,802	40%	1,601,521	70	112,106,449
รวม	6,893,485		2,829,151		194,811,507

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

หมายเหตุ : การคิดสัดส่วนเนื้อยางพาราจริงมาจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง

กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (The Marketing Mix)

การจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการจัดวางกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดเพื่อรองรับความต้องการของเกษตรกรและการแข่งขันของกลุ่มแข่งขันในตลาดยางพาราโดยสามารถวางกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดได้ทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

กลยุทธ์ในการรับซื้อยางพาราของศูนย์รวมรับซื้อยางพารานั้นมีการจัดการด้านตราซัง ซึ่งตราซังที่ใช้ของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราจะต้องเป็นตราซังที่ได้มาตรฐานและสามารถทำการตรวจสอบได้จากลูกค้า โดยตราซังของทางศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการตรวจสอบตราซังจากทางราชการทุกปี โดยการแจ้งความประสงค์เพื่อรับการตรวจสอบรวมถึงการรับซื้อยางพาราของศูนย์

รวมรับซื้อยางพาราจะมีการรับซื้อยางพาราทั้ง 3 ชนิด คือ น้ำยางพาราสด เศษยางพาราและแผ่นยางพารา โดยการรับซื้อน้ำยางพาราสดจะมีการรับซื้อโดยการวัดเปอร์เซ็นต์แบบเปียกและแบบแห้ง เพื่อเป็นการเปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์ยางของยางพาราเพื่อให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เศษยางพารามีการตั้งมาตรฐานของความแห้งโดยการสุ่มตัวอย่างเศษยางพาราทำการรีดเพื่อหาค่าเปอร์เซ็นต์ของเศษยางพารา แผ่นยางพารามีการจัดเกรดความแห้งของยางพาราตามมาตรฐานของแผ่นยางพารา

2. ด้านราคา (Price)

กลยุทธ์ในการรับซื้อยางพาราของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในด้านราคามีการรับซื้อยางพาราในราคาที่เหมาะสม คือมีราคาที่ไม่ต่ำเกินไป โดยมีการคิดราคารับซื้อยางพาราจากราคาที่ส่งโรงงานอุตสาหกรรมหักค่าใช้จ่ายต่างๆประมาณ 2-3 บาทต่อกิโลกรัมตั้งเป็นราคารับซื้อยางพารา ซึ่งราคารับซื้อยางพาราในแต่ละชนิดจะมีราคาไม่เท่ากัน และในยางพาราชนิดเดียวกันนั้นราคาอาจจะไม่เท่ากันเนื่องจากยางพารามีการแบ่งตามเกรดของยางพาราตามคุณภาพของแผ่นยางพาราที่ทำ ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการติดป้ายราคาบอกราคายางพาราทุกชนิดหน้าศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเพื่อเป็นการง่ายต่อเกษตรกรในการตัดสินใจขายยางพารา

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

กลยุทธ์ในการรับซื้อยางพาราของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในด้านการจัดจำหน่ายทางศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีจุดรับซื้อยางพาราจุดใหญ่ซึ่งเป็นศูนย์รวมอยู่ที่สายโท 4 ได้ เนื่องจากจุดรับซื้อยางพาราที่สายโท 4 ได้ ติดถนนใหญ่มีการคมนาคมไป-มาสะดวก เป็นทางที่เกษตรกร และทางศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีจุดรับซื้อย่อยตามหมู่บ้านต่างๆ คือทางศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการฝึกพนักงานเพื่อให้เปิดบริการรับซื้อยางพารตามหมู่บ้านต่างๆ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กลยุทธ์ในการรับซื้อยางพาราของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราด้านส่งเสริมการขาย ศูนย์รวมรับซื้อยางพาราจ่ายเงินเป็นเงินสด โดยการรับซื้อยางพาราลูกค้าสามารถโทรศัพท์ติดต่อเพื่อให้ไปซื้อสินค้าถึงบ้านลูกค้าเป็นการบริการและในการรับซื้อเน้นความเป็นกันเองกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกดีกับศูนย์รวมรับซื้อยางพารา ในการขายยางพาราให้กับศูนย์ทางศูนย์จะมีเงินปันผลให้กับสมาชิกที่ขายยางพารา โดยจะคิดเงินปันผลให้แก่ลูกค้าที่ขายยางพาราคิดจากน้ำหนักยางพาราแต่ละชนิดที่ขายให้แก่ศูนย์ยางพารตลอดปี

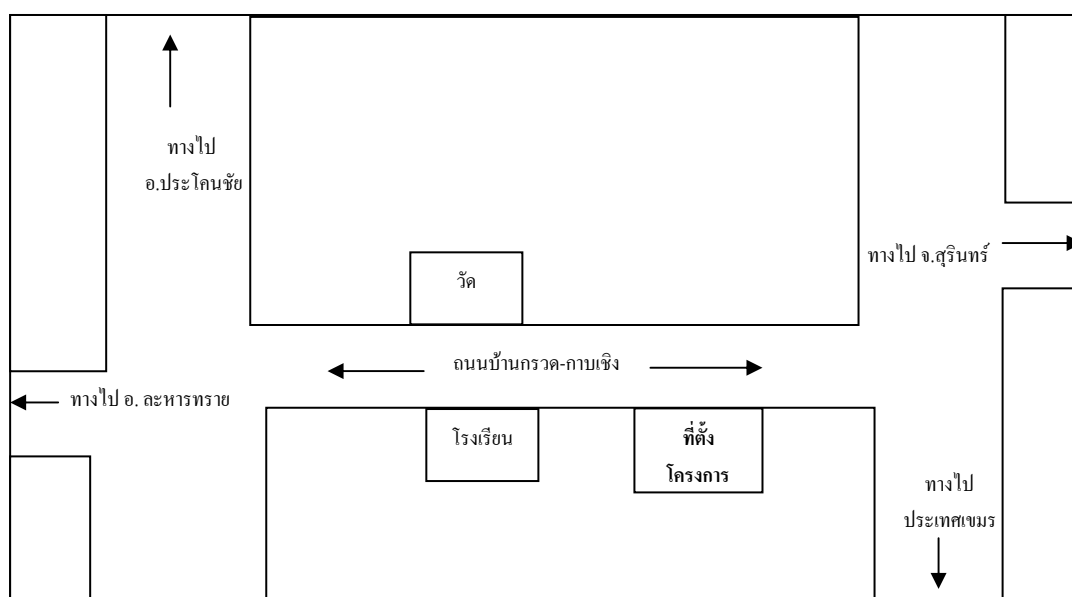
แผนด้านเทคนิค (Technical Plan)

ขนาดและสถานที่ตั้งของโครงการ

สถานที่ตั้งของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราอยู่ที่โฉนดเลขที่ 388 หมายเลขที่ดิน 61 เนื้อที่ดิน 2 ไร่ ซึ่งมีลักษณะของศูนย์ คือ เป็นลานกว้างเพื่อใช้ในการตากเศษยางพาราให้แห้งก่อนส่งเข้าโรงงานอุตสาหกรรมและเป็นจุดตั้งที่กักเก็บน้ำยางพาราสด ส่วนโกดังเก็บสินค้าใช้เพื่อเก็บแผ่นยางพารา

เหตุผลที่ทำให้เลือกทำเลที่ตั้งนี้คือ

1. เนื่องจากพื้นที่ที่ดินที่ใช้ในการก่อตั้งคลังสินค้าเป็นบริเวณที่มีอากาศปลอดโปร่งและมีถนนใหญ่ตัดผ่านด้านหน้าทั้งสองฝั่งของศูนย์รวมยางพารา
2. บริเวณที่ดินโดยรอบเป็นสวนยางพารา มีบรรยากาศที่ร่มรื่น เหมาะที่จะจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา โดยจะไม่รบกวนผู้อยู่อาศัยโดยรอบ เนื่องจากบริเวณโดยรอบที่ดินแปลงนี้ไม่มีบ้านเรือนปลูกอาศัยอยู่และง่ายต่อการขยายกิจการในอนาคต จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านกลิ่นของยางพารารบกวนผู้อื่น
3. ระบบการขนส่งและการลำเลียงสินค้าออกจากคลังสินค้าและการส่งสินค้าเข้าโรงงาน รวมถึงการติดต่อของลูกค้าที่มีความประสงค์จะมาติดต่อกับโรงงานมีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก
4. มีสาธารณูปโภคผ่าน คือ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ถนนใหญ่ตัดผ่าน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นต่อศูนย์รวมรับซื้อยางพารา ดังรูปที่ 4.5



รูปที่ 4.5 แสดงที่ตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา (Plant Location)

ที่มา : จากแผนผังทางจังหวัดบุรีรัมย์ และจากการสำรวจปี พ.ศ.2549

ผังศูนย์รวมรับซื้อยางพารา (Plant Layout)

แบบการจัดตั้งของศูนย์รวมรับซื้อยางพารา โดยให้แท้งก์น้ำยางพาราสดและอุปกรณ์ยางพาราไว้บริเวณลานเศษยางพารา เนื่องจากอยู่บริเวณด้านหน้าศูนย์รวมยางพาราทำให้เกษตรกรชาวสวนยางพาราผ่านไปมาสามารถทราบว่าศูนย์รวมรับซื้อยางพารารับซื้อน้ำยางพาราสดด้วย ส่วนลานเศษยางพารามีการก่อสร้างโดยการสร้างมีการผูกเหล็กก่อนเทพื้นเนื่องจากต้องรองรับน้ำหนักรถบรรทุกที่จะต้องขับบนลานเศษยางพาราเมื่อนำสินค้าส่งโรงงานอุตสาหกรรมยางพาราโกดังสินค้าจะเก็บแผ่นยางพาราทั้งแห้งและเปียกในโกดัง โดยแผ่นยางพาราเปียกจะทำการตากในโกดังเก็บยางพารา โดยโกดังด้านหลังจะทำการเป็นที่พักเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย รายละเอียดของผังแสดงได้จากดังรูปที่ 4.6

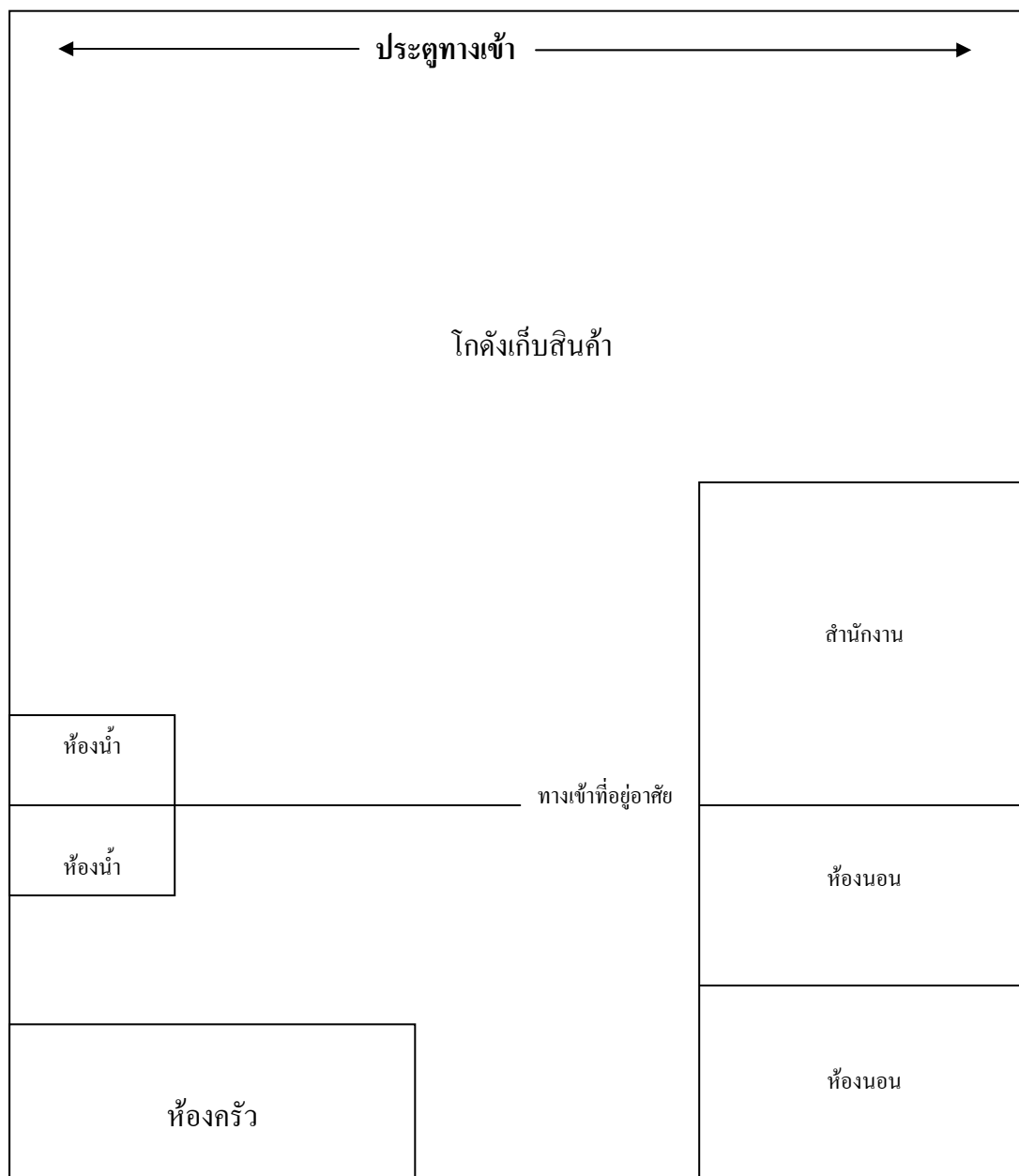


รูปที่ 4.6 แสดงผังศูนย์รวมรับซื้อยางพารา (Plant Layout)

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการออกแบบ

ผังสำนักงานและโกดังเก็บสินค้า (Plant Office and Plant Stock)

แสดงผังโกดัง ส่วนประกอบในโกดังจะประกอบด้วยส่วนด้านหน้าจะมีสำนักงานและที่เก็บสินค้า ส่วนด้านหลังจะขึ้นด้วยประตูจะมีห้องพักจำนวน 2 ห้อง ห้องน้ำและห้องครัว เพื่อใช้เป็นที่พักอาศัย รายละเอียดของผังแสดงได้จากดังรูปที่ 4.7



รูปที่ 4.7 แสดงผังสำนักงานและโกดังเก็บสินค้า (Plant Office and Plant Stock)

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการออกแบบ

ประชากรที่คาดว่าจะได้ประโยชน์จากโครงการ

เกษตรกรชาวสวนยางพาราในบริเวณศูนย์รวมรับซื้อยางพาราจัดตั้งมีเกษตรกรที่ได้รับประโยชน์ ประมาณ 600 รายซึ่งโครงการจะได้รับผลประโยชน์มากที่สุด เนื่องจากบริเวณที่ศูนย์รวมรับซื้อยางพาราจัดตั้งมีความสะดวกในการไป-มาในการขายยางพาราและมีปริมาณเกษตรกรและพื้นที่ปลูกยางพาราส่วนใหญ่อยู่บริเวณนี้มากที่สุด ทำให้มีปริมาณยางพาราในบริเวณนี้มากกว่าจุดอื่นๆในเขตอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

ปริมาณและคุณภาพแรงงานที่ต้องการ

ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีความต้องการพนักงานในการทำงานในตำแหน่งต่างๆ โดยศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีความต้องการพนักงานในตำแหน่งต่างๆ พนักงานบัญชีและการเงิน มีคุณสมบัติ คือ จบการศึกษาทางด้านบัญชี เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ ปีแรกเงินเดือนเดือนละ 10,000 บาท พนักงานจัดซื้อมีคุณสมบัติ คือ สามารถหาลูกค้าในการรับซื้อยางพารา สามารถคัดเกรดยางพาราแต่ละชนิดได้อย่างดี สามารถขับรถยนต์ได้ เงินเดือนปีแรกเดือนละ 10,000 บาท พนักงานการตลาดมีคุณสมบัติ คือ สามารถจัดหาตลาดในการส่งยางพาราชนิดต่างๆเพื่อให้ได้ราคาสูงที่สุด และสามารถต่อรองราคากับโรงงานต่างๆได้อย่างดี โดยเงินเดือนปีแรกเป็น 10,000 บาท และพนักงานหน้าร้านจำนวน 2 คน สามารถขับรถยนต์ได้ และสามารถคัดเกรดยางพาราได้ทุกๆชนิด เงินเดือนปีแรกเดือนละ 4,500 บาท พนักงานหน้าร้านจะต้องมีการฝึกฝนในการคัดเกรดยางพาราทุกชนิดเพื่อให้เกิดความชำนาญ พนักงานทุกตำแหน่งจะมีการขึ้นเงินเดือนให้ในปีที่ 2 จำนวน 5% และปีที่ 3 เพิ่มเงินเดือนเพิ่มอีก 10%ตามผลปฏิบัติงาน เพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำงานและความซื่อสัตย์ต่อศูนย์รวมรับซื้อยางพารา ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนพนักงานและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	จำนวน (คน)	รวมเงิน ต่อเดือน	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
พนักงานบัญชีและการเงิน	10,000	1	10,000	120,000	126,000	138,600
พนักงานจัดซื้อ	10,000	1	10,000	120,000	126,000	138,600
พนักงานการตลาด	10,000	1	10,000	120,000	126,000	138,600
พนักงานหน้าร้าน	4,500	2	9,000	108,000	113,400	124,740
รวม			39,000	468,000	491,400	540,540

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา โดยสามารถแบ่งต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงต้นทุนของโครงการ

หน่วย : บาท

รายการ	แหล่งที่มาของเงินทุน		รวม
	เงินกู้	ส่วนของเจ้าของ	
เงินทุนหมุนเวียน			
เงินสด	2,000,000	3,000,000	5,000,000
รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)	2,000,000	3,000,000	5,000,000
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์			
ที่ดิน	-	200,000	200,000
อาคาร (โกดังเก็บสินค้า)	200,000	280,000	480,000
ลานพิเศษยางพารา	100,000	260,000	360,000
พาหนะ	200,000	300,000	500,000
อุปกรณ์	-	80,000	80,000
เครื่องใช้สำนักงาน	-	20,000	20,000
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์)2)	500,000	1,140,000	1,640,000
รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน			
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	-	20,000	20,000
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)	-	20,000	20,000
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1+2+3)	2,500,000	4,160,000	6,660,000
อัตราส่วนของหนี้สิน : ส่วนของเจ้าของ	38%	62%	100%

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ก

หมายเหตุ : ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานอยู่ในภาคผนวก ก

ตารางที่ 4.10 แสดงต้นทุนของศูนย์รวมรับซื้อยางพารา โดยแบ่งเป็นส่วนของเงินทุนหมุนเวียน เงินทุนหมุนเวียนใช้ในการรับซื้อยางพาราจำนวน 5,000,000 บาทซึ่งคิดจากการ

พยากรณ์ยอดการซื้อยางพาราประเภทต่างๆประมาณ 1 เที้ยวของทั้ง 3 ประเภท คือ น้ำยางพาราสด เศษยางพาราและแผ่นยางพารา ส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ที่ใช้จำนวน 1,640,000 บาท และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานจำนวน 20,000 บาทนั้นคิดจากต้นทุนของสิ่งต่างๆ ที่จะต้องใช้จริง โดยทำการสำรวจราคา ณ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 อัตราส่วนของเจ้าของต่อเงินกู้ 62: 38 เป็นอัตราส่วนที่ดี เนื่องจากเป็นการกู้เงินที่ไม่มากเกินไปธนาคารสามารถยอมรับได้ในการลงทุนสร้างความน่าเชื่อถือในการลงทุนของโครงการต่อธนาคารเพื่อยินยอมในการปล่อยกู้ ส่งผลให้ไม่เสียดอกเบี้ยและเงินในการผ่อนส่งแก่ธนาคารในแต่ละครั้งไม่เกินความจำเป็น

แผนด้านการเงิน (Financial Plan)

ประมาณการงบดุล

ประมาณการงบดุล คือ งบที่แสดงถึงกิจกรรมการลงทุนและกิจกรรมจัดหาเงิน ณ วันหนึ่ง
 ดังแสดงในตารางที่ 4.11

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา จำกัด

ประมาณการงบดุล

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 4.11 แสดงประมาณการงบดุล (Balance Sheet)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์				
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	5,000,000	6,753,643	8,567,572	10,736,455
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (1)	5,000,000	6,753,643	8,567,572	10,736,455
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์				
ที่ดิน	200,000	200,000	200,000	200,000
อาคาร (โกดังเก็บสินค้า)	480,000	480,000	480,000	480,000
ลานพิเศษยางพารา	360,000	360,000	360,000	360,000
พาหนะ	500,000	500,000	500,000	500,000
อุปกรณ์	80,000	80,000	80,000	80,000
เครื่องใช้สำนักงาน	20,000	20,000	20,000	20,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	162,400	324,800	487,200
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (2)	1,640,000	1,477,600	1,315,200	1,152,800
สินทรัพย์อื่นๆ				
สิทธิในการใช้สินทรัพย์ระยะยาว	-	-	-	-

ตารางที่ 4.11 แสดงประมาณการงบดุล (Balance Sheet) (ต่อ)

หน่วย : บาท				
รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินทุนในสาธารณูปโภค	20,000	-	-	-
รวมสินทรัพย์อื่นๆ (3)	20,000	-	-	-
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น (1+2+3)	6,660,000	8,231,243	9,882,772	11,889,255
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น				
หนี้สิน				
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย (ภาษีเงินได้ค้างจ่าย)	-	-	-	-
เงินกู้	2,500,000	1,729,914	898,225	0
รวมหนี้สิน (4)	2,500,000	1,729,914	898,225	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น				
ทุน	4,160,000	4,160,000	4,160,000	4,160,000
บวก กำไรสะสม	-	2,341,329	4,824,547	7,729,254
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น (5)	4,160,000	6,501,329	8,984,547	11,889,254
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (4+5)	6,660,000	8,231,243	9,882,772	11,889,255

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

หมายเหตุ : เงินสด ค่าเสื่อมราคาสะสม และกำไรสะสมอยู่ในภาคผนวก ค

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ประมาณการงบกำไรขาดทุน คือ งบที่แสดงถึงการดำเนินงานของกิจการ โดยแสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะทำให้การประมาณการทั้งหมด 3 ปี ดังแสดงในตารางที่ 4.12

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อขายพารา จำกัด
ประมาณการงบกำไรขาดทุน
สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 4.12 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน (The Income Statement)

หน่วย : บาท				
รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้	-	200,469,809	220,720,903	266,741,079
หัก ต้นทุนขาย	-	194,811,507	214,779,687	259,883,421
กำไรขั้นต้น	-	5,658,302	5,941,217	6,857,659
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	20,000	1,922,575	2,092,969	2,473,819
หัก ค่าเสื่อมราคา	-	162,400	162,400	162,400
กำไรจากการดำเนินงาน	- 20,000	3,573,326	3,685,847	4,221,440
บวก รายได้อื่น	-	-	-	-
รวมกำไรก่อนหักดอกเบี้ย	- 20,000	3,573,326	3,685,847	4,221,440
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	199,999	138,393	71,858
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	- 20,000	3,373,327	3,547,454	4,149,582
หัก ภาษีเงินได้บุคคล/บุคคล	-	-	-	-
ธรรมดา (30%)	-	1,011,998	1,064,236	1,244,875
กำไรสุทธิ	- 20,000	2,361,329	2,483,218	2,904,707
กำไรสะสม	- 20,000	2,341,329	4,824,547	7,729,254

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

หมายเหตุ : ปีที่ 0 ไม่คิดดอกเบี้ย เนื่องจากนำเงินส่วนของเจ้าของไปแทนเงินกู้เพื่อลดต้นทุนและในปีที่ 0 ไม่มีอัตราผลตอบแทนเนื่องจากการดำเนินกิจการเริ่มมีการดำเนินการในปีที่ 1

รายละเอียดรายได้ ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และดอกเบี้ยจ่ายอยู่ในภาคผนวก ค

ประมาณการงบกระแสเงินสด

งบประมาณการกระแสเงินสด คือ การประมาณการเพื่อดูว่าในการดำเนินงานนั้นกิจการจะมีเงินสดรับจากรายการใดบ้าง และมีเงินสดจ่ายจากรายการใดบ้าง จำนวนเท่าใดในแต่ละปีมีเงินสดรับมากกว่าหรือน้อยกว่าเงินสดจ่ายจำนวนเท่าใด ดังแสดงในตารางที่ 4.13

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อขายพารา จำกัด

ประมาณการกระแสเงินสด

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 4.13 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow)

หน่วย : บาท				
รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดรับ				
ทุนของเจ้าของ	4,160,000	-	-	-
เงินกู้	2,500,000	-	-	-
ขายสินค้า	-	200,469,809	220,720,903	266,741,079
รวมกระแสเงินสดรับ (1)	6,660,000	200,469,809	220,720,903	266,741,079
กระแสเงินสดจ่าย				
ต้นทุนสินค้า	-	194,811,507	214,779,687	259,883,421
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-	1,922,575	2,092,969	2,473,819
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (30%)	-	1,011,998	1,064,236	1,244,875
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,640,000	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	20,000	-	-	-
ชำระคืนเงินต้น	-	770,086	831,690	898,225
ชำระคืนดอกเบี้ย	-	199,999	138,393	71,858
รวมกระแสเงินสดจ่าย (2)	1,660,000	198,716,165	218,906,975	264,572,197
เงินสดสุทธิ (1-2)	5,000,000	1,753,643	1,813,928	2,168,883
เงินสดต้นงวด	-	5,000,000	6,753,643	8,567,572
เงินสดปลายงวด	5,000,000	6,753,643	8,567,572	10,736,455

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

หมายเหตุ : ปีที่ 0 ไม่กีดดอกเบี้ย เนื่องจากนำเงินส่วนของเจ้าของไปแทนเงินกู้เพื่อลดต้นทุนและในปีที่ 0 ไม่มีอัตราผลตอบแทนเนื่องจากการดำเนินกิจการเริ่มมีการดำเนินการในปีที่ 1

รายละเอียดรายได้ ต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และดอกเบี้ยจ่ายอยู่ในภาคผนวก ค

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

มูลค่าปัจจุบันของโครงการคิดจากค่าใช้จ่ายของโครงการ ต้นทุนสินค้า และผลตอบแทนมาคิดโดยให้อัตราส่วนลด (DF) 10% เนื่องจากคิดตามอัตราการกู้ยืมเงินธนาคารพาณิชย์ รวมเป็นมูลค่า 3,206,691 บาท ซึ่งมีมูลค่ามากกว่าศูนย์ หมายถึง โครงการมีผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงเมื่อมีการคิดลดอยู่ในรูปมูลค่าปัจจุบันแล้วตลอดโครงการ แสดงว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่าการลงทุน ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุน สินค้า	รวม ค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	DF 10%	PV
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน						
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	- 6,660,000	1	- 6,660,000
1	-	1,922,575	194,811,507	196,734,082	200,469,809	3,735,726	0.909	3,395,775
2	-	2,092,969	214,779,687	216,872,656	220,720,903	3,848,247	0.826	3,178,652
3	-	2,473,819	259,883,421	262,357,240	266,741,079	4,383,840	0.751	3,292,264
รวม	6,660,000	6,489,364	669,474,614	682,623,978	687,931,792	5,307,814	-	3,206,691

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุน จะได้ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.006 หมายถึง เมื่อลงทุนไป 1 บาทจะได้ผลตอบแทน 1.006 บาท แสดงว่าโครงการคุ้มค่ากับการลงทุน ดังตาราง ที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุน	รวม	ผลตอบแทน	DF	PV	PV
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน	สินค้า	ค่าใช้จ่าย		10%	ค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	1	6,660,000	-
1	-	1,922,575	194,811,507	196,734,082	200,469,809	0.909	178,831,281	182,227,056
2	-	2,092,969	214,779,687	216,872,656	220,720,903	0.826	179,136,814	182,315,466
3	-	2,473,819	259,883,421	262,357,240	266,741,079	0.751	197,030,287	200,322,551
รวม	6,660,000	6,489,364	669,474,614	682,623,978	687,931,792	-	561,658,382	564,865,073

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

$$B/C = \frac{PV \text{ of benefit}}{PV \text{ of cost}} = \frac{564,865,073}{561,658,382} = 1.006 \quad \text{อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.006}$$

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)

คำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการโดยการนำต้นทุน ค่าใช้จ่ายของโครงการนำมาคิดกับผลตอบแทนที่โครงการจะได้นำมาคิดหา
ค่าอัตราคิดลดเพื่อให้ $NPV = 0$ โดยทำการลองผิดลองถูกได้ค่าผลตอบแทนต่อการลงทุน 35.03 % เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของเงินทุนที่นำมาใช้
เป็นเงินลงทุนในครั้งนี้ 10% (อัตราดอกเบี้ยธนาคาร) คือ ผลตอบแทนการลงทุนมีค่ามากกว่า แสดงว่าโครงการคุ้มค่ากับการลงทุน เพราะมีอัตรา
ผลตอบแทนการลงทุนที่สูงกว่าต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินทุน ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุน สินค้า	รวมค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	DF 30%	PV ผลตอบ แทนสุทธิ	DF 36%	PVผลตอบแทน สุทธิ
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน								
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	- 6,660,000	1	- 6,660,000	1	- 6,660,000
1	-	1,922,575	194,811,507	196,734,082	200,469,809	3,735,726	0.769	2,872,774	0.735	2,746,858
2	-	2,092,969	214,779,687	216,872,656	220,720,903	3,848,247	0.592	2,278,162	0.541	2,080,584
3	-	2,473,819	259,883,421	262,357,240	266,741,079	4,383,840	0.455	1,994,647	0.398	1,742,761
รวม	6,660,000	6,489,364	669,474,614	682,623,978	687,931,792	5,307,814	-	485,583	-	- 89,797

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

$IRR = \text{อัตราส่วนลดตัวต่ำ} + \text{ผลต่างระหว่างอัตราส่วนลดทั้งสอง} \times (\text{NPVของอัตราส่วนลดตัวต่ำ} / \text{ผลต่างของ NPV ตามอัตราส่วนลดทั้งสอง})$

$$IRR = 30 + (36-30) \times \frac{485,583}{485,583 - (-89,797)}$$

$$IRR = 35.03\%$$

ค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 35.03%

ระยะเวลาคืนทุน(Pay Back Period)

จากการคำนวณหาระยะเวลาในการคืนทุนจากกระแสเงินสดสุทธิที่โครงการได้รับทุนคืนทั้งหมด หรือจากกระแสเงินสดสุทธิสะสมมีค่าเป็นบวกปีที่ 1 แสดงว่าโครงการได้รับทุนคืนทั้งหมดภายใน 1 ปี โครงการใช้เงินในการลงทุนทั้งสิ้น 6,660,000 บาท ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงกำไรสุทธิ

ปีที่	กำไรสุทธิ (บาท)
0	- 20,000
1	2,361,329
2	2,483,218
3	2,904,707

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

หมายเหตุ : กำไรสุทธิมาจากภาคผนวก ค ซึ่งได้จากการสำรวจในปี พ.ศ.2549และการคำนวณ

ฉะนั้น ปีที่ 0 กำไรสุทธิ	-20,000 บาท
ปีที่ 1 กำไรสุทธิ	2,361,329 บาท
ปีที่ 2 กำไรสุทธิ	2,483,218 บาท
รวม	4,824,547 บาท ขาด 1,835,453 บาท
ปีที่ 3 ได้คืนเดือนละ	$\frac{1,835,453}{12} = 152,955$ บาท
ฉะนั้น	$\frac{1,835,453}{152,955} = 11.99$ เดือน
ดังนั้น 1 เดือน 30 วัน ถ้า .99 เดือน	= 29 วัน
ระยะเวลาในการคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 11 เดือน 29 วัน	

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไวเพื่อกำหนดผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของค่าตัวแปรในกรณีต่างๆ โดยทำการวิเคราะห์ความไวออกเป็น 3 แบบ คือในกรณีปกติ กรณียอดขายลดลง 5% ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5% และกรณียอดขายลดลง 10% ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 10% โดยทำการวิเคราะห์ถึง NPV IRR B/C Ratio และระยะเวลาในการคืนทุนในการกรณีต่างๆ ได้ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงความไวของโครงการ

รายการ	ปกติ	รายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5%	รายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)	3,206,691	2,179,932	1,153,172
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)	1.006	1.004	1.002
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)	35.03	27.33	19.38
ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)	2 ปี 11 เดือน 29 วัน	2 ปี 11 เดือน 29 วัน	3 ปี 11 เดือน 29 วัน

ที่มา : จากการสำรวจปีพ.ศ. 2549 และการคำนวณภาคผนวก ค

หมายเหตุ : ผลวิเคราะห์มาจากภาคผนวก ค ซึ่งได้จากการสำรวจในปี พ.ศ.2549และการคำนวณ

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 บทสรุป

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางพาราอันดับ 1 ของโลก มีเนื้อที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศประมาณ 13 ล้านไร่ มีปริมาณการผลิตเป็นจำนวน 2,167,359 ตัน มีปริมาณการส่งออกยางพารา 1,890,604 ตัน ปริมาณการใช้ยางพาราในประเทศ 247,500 ตัน และมีปริมาณการสต็อกยางพารา 262,545 ตัน คิดจากเดือนมกราคม-กันยายน พ.ศ.2548 (สมาคมยางพาราไทย, 2548) ซึ่งปริมาณการใช้ยางของโลกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยปีละ 4.1% ซึ่งเป็นผลมาจากราคาน้ำมันสูงขึ้นส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ยางพาราและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหันมาใช้ยางธรรมชาติแทนยางสังเคราะห์ซึ่งมีราคาสูงขึ้นและภาวะเศรษฐกิจโลกขยายตัวทำให้ปริมาณความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในประเทศที่กำลังพัฒนาและมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบต่อเนื่องจากประเทศที่มีการบริโภคยางเพิ่มสูงขึ้น เช่น จีนและอินเดีย เป็นต้น รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมการปลูกยางพารา โดยเริ่มทดลองปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่นิคมสร้างตนเอง อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ อำเภอบราสาท จังหวัดสุรินทร์ และอำเภอพนพิสัย จังหวัดหนองคาย ด้วยความร่วมมือวิจัยระหว่างสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กับนิคมสร้างตนเองกรมประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันพื้นที่ปลูกยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีพื้นที่ในการปลูกยางพารามีพื้นที่ประมาณ 46,471 ไร่ สามารถกรี๊ดได้แล้วประมาณ 21,841.5 ไร่ รวมจำนวนผลผลิตทั้งหมดต่อปีประมาณ 149,002,909.6 กิโลกรัม หรือ ไร่ละ 6,822.1 กิโลกรัมต่อปี และในปีพ.ศ. 2549 ปริมาณยางพาราที่สามารถกรี๊ดได้ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 15,000 ไร่ และมีอำเภอใกล้เคียงอีกประมาณ 20,000 ไร่ (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง จังหวัดบุรีรัมย์, 2548)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีการเก็บข้อมูลแบบทฤษฎีภูมิที่ใช้ในการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ บทความ สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยการสำรวจเกษตรกรชาวสวนยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีการสุ่มตัวอย่างแบบทราบประชากรมีขนาดจำกัดและทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัย

ความน่าจะเป็น (Probability sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) ซึ่งจะสุ่มตัวอย่างจากตัวแทนของประชากรที่มีอยู่ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 300 ราย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มที่ 1 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลสายตะกู ตำบลจันทบเพชร และตำบลปราสาท กลุ่มที่ 2 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลหนองไม้งาม ตำบลบึงเจริญ และตำบลบ้านกรวด และกลุ่มที่ 3 คือ เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่มีพื้นที่การปลูกยางพาราในตำบลหินลาด ตำบลโนนเจริญ และตำบลเขาคินเหนือ โดยการแบ่งจำนวนการสุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนเท่าๆกันทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มละ 100 รายต่อ 1 กลุ่ม และการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ร้านรับซื้อยางพาราจำนวน 3 ร้าน คือ ร้านนงเยาว์ยางพารา ร้านโชคชัยยางพาราและร้านปทุมยางพารา ในการทำแบบสอบถามจะต้องมีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อตั้งคำถาม เมื่อได้คำถามแล้วจะต้องนำคำถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาปรับปรุงอีกครั้งแล้วจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ โดยในการทดสอบจะต้องนำค่าจากการทดสอบมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (alpha coefficient) เพื่อวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามลำดับจนกว่าคำถามจะมีความน่าเชื่อถือ ในการทำแบบทดสอบแบบสอบถามเพื่อให้แบบสอบถามมีประสิทธิภาพมากที่สุดมีการทดสอบทั้งหมด 5 ครั้งครั้งละ 30-40 ชุด ก่อนมีการทำแบบสอบถามจริงเพื่อให้มีความเชื่อถือมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษาความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาอยู่ในระดับ ป.4-ป.6 จำนวนสมาชิกในบ้าน 4-6 คนมีสวนยางพาราขนาดเล็ก (2-50 ไร่) รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท เกษตรกรส่วนใหญ่จะกรีดยางพาราเอง โดยทำการกรีดยางพารา 2 วันเว้น 1 วันเพื่อรักษาดันยางพารา ปริมาณน้ำยางพาราจากการกรีดยางพาราประมาณ 51-100 กิโลกรัมต่อครั้งที่กรีดยางพารา เกษตรกรส่วนมากจะนำน้ำยางพาราที่ได้หลังจากกรีดยางพารามาทำเป็นแผ่นยางพาราเพื่อขาย จากการสอบถามเกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าร้านที่รับซื้อยางพารายังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ถ้ามีการเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเกษตรกรส่วนใหญ่จะขายยางพาราให้แก่ศูนย์รวมรับซื้อยางพาราจำนวน 98% เกษตรกรส่วนใหญ่ที่หันมาปลูกยางพาราเนื่องจาก ราคาของยางพาราที่สูงขึ้น และรัฐบาลให้ความสนับสนุน การเลือกขายยางพาราในปัจจุบัน เกษตรกรเลือกขายยางพาราให้แก่ร้านต่างๆเนื่องจาก ราคาของยางพารา ใกล้เคียง และจ่ายเงินสด การเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเกษตรกรมีความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีเครื่องชั่งน้ำหนักที่เที่ยงตรง การรับซื้อสินค้าทั้ง 3 ชนิด คือ น้ำยางพาราสด เศษยางพาราและแผ่นยางพารา การวัด

เปอร์เซ็นต์ที่ได้มาตรฐานและการคัดเกรดยางพาราที่ได้มาตรฐานด้านราคา เพื่อเพิ่มความสะดวกในการขายยางพารา เกษตรกรส่วนใหญ่สนใจในเรื่องของราคารับซื้อยางพารา คือ ต้องการให้ราคารายพาราเหมาะสมกับราคารายพาราที่แท้จริงและมีป้ายราคาบอกหน้าร้านเพื่อช่วยในการตัดสินใจขายยางพารา ด้านสถานที่ คือ เกษตรกรอยากให้ศูนย์รวมรับซื้อยางพารายกให้มีการเดินทางไปมาสะดวก อยู่ไม่ไกลจากผู้ขายและมีมากกว่า 1 แห่ง และทางด้านส่งเสริมการขายเกษตรกรอยากให้ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีการซื้อยางพาราโดยเงินสด มีอัตราซื้อดีต่อลูกค้า มีเงินปันผลสำหรับสมาชิกที่มาขายยางพาราให้แก่ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา มีการบริการรับซื้อยางพาราถึงบ้านและเป็นการเองต่อเกษตรกร และจากการสัมภาษณ์ร้านรับซื้อยางพาราทั้งหมด 3 ร้าน คือ ร้านนงเยาว์ยางพารา ร้านโชคชัยยางพารา และร้านปทุมยางพาราผลจากการสัมภาษณ์ร้านรับซื้อยางพาราจะเป็นธุรกิจครอบครัว ทั้ง 3 ร้านจะ ไม่มีการจดทะเบียนการค้าทั้ง 3 ร้านมีการรับซื้อยางพาราที่แตกต่างกัน คือร้านนงเยาว์ยางพารารับซื้อแผ่นยางพารามีการส่งยางพารายขายประมาณสัปดาห์ละ 2 เทียว เทียวละ 31 ตัน ร้านโชคชัยรับซื้อน้ำยางพาราสด มีการส่งน้ำยางพาราสัปดาห์ละ 2 เทียวเทียวละ 15 ตันและร้านปทุมยางพารารับซื้อเศษยางพารามีการส่งน้ำยางพาราสัปดาห์ละ 2 เทียวเทียวละ 15 ตัน โดยทั้ง 3 ร้านมีการจัดส่งยางพารายกที่โรงงานอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดระยอง และชลบุรี ในอนาคตทั้ง 3 ร้านไม่มีโครงการการขายร้านรับซื้อยางพาราเนื่องจากปัจจุบันร้านรับซื้อยางพาราทั้ง 3 ร้านมีธุรกิจอื่นซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่ไม่ใช่ยางพาราอยู่แล้วจึงส่งผลให้การแข่งขันของตลาดยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีการแข่งขันที่ต่ำ จึงเป็นโอกาสของการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราดังกล่าว

2. ความเป็นไปได้ในการตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้ทราบถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆและความคุ้มค่าในการลงทุนดังนี้

อายุโครงการ	3	ปี
เงินลงทุนเริ่มต้น	6,660,000	บาท
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรวม	6,489,364	บาท
รายได้รวม	7,729,254	บาท
ค่าเงินปัจจุบัน (NPV: Net Present Value)	3,206,691	บาท
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)	1.006	บาท
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)	35.03%	
ระยะเวลาคืนทุน(Pay Back Period)	2 ปี 11 เดือน 29 วัน	

ถ้าในกรณีที่ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีรายได้ลดลง 5% และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% ส่งผลให้

ค่าเงินปัจจุบัน (NPV: Net Present Value)	2,179,932	บาท
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)	1.004	บาท
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)	27.33%	
ระยะเวลาคืนทุน(Pay Back Period)	2 ปี 11 เดือน 29 วัน	
และถ้าในกรณีที่ศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีรายได้ลดลง 10% และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% ส่งผลให้		

ค่าเงินปัจจุบัน (NPV: Net Present Value)	1,153,171	บาท
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)	1.002	บาท
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)	19.38 %	
ระยะเวลาคืนทุน(Pay Back Period)	3 ปี 11 เดือน 29 วัน	
จะเห็นได้ว่าผลตอบแทนในการลงทุนในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีผลตอบแทนที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา		

3. ข้อเสนอแนะจากการสำรวจเกษตรกรมีความต้องการศูนย์รวมรับซื้อยางพาราสามารถนำมาปรับเป็นกลยุทธ์ของศูนย์รวมรับซื้อยางพาราได้โดยการเปิดรับสมาชิก เมื่อเกษตรกรนำยางพาราแต่ละประเภทมาขายให้แก่ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา ศูนย์รวมรับซื้อยางพาราจะให้บัตรและหมายเลขเพื่อเก็บเป็นแต้มสะสม โดยคิดจากกิโลกรัมละ 1 แต้ม (แบ่งแยกตามประเภทของสินค้า) เมื่อครบสิ้นปีมีเงินปันผลให้แก่เกษตรกร ด้านราคาของศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีราคาที่เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบเกษตรกร

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีการศึกษาที่สอดคล้องกันกับ การจัดการธุรกิจยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดย ชมพู ยอดไพอินทร์ (2546) ด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเกษตรกรในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์นั้นประสบปัญหาราคายางพาราด่ำกว่าความเป็นจริง และการคัดเกรดยางพาราที่ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีการศึกษาถึงการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเพื่อเป็นทางเลือกของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในการขายยางพาราและเป็นการแข่งขันเพื่อให้ร้านรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีมาตรฐานในการคัดเกรดยางพาราที่สูงขึ้น โดยทำการศึกษาถึงความต้องการของเกษตรกรชาวสวนยางพารถึงทัศนคติและความต้องการศูนย์รวมรับซื้อยางพาราที่ช่วยแก้ปัญหาด้านต่างๆของเกษตรกรรวมไปจนถึง

การการคิดผลตอบแทนในการลงทุนเพื่อจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา

การศึกษาถึงการเปรียบเทียบต้นทุน-ผลตอบแทนของการลงทุนระหว่างการปลูกยางพาราและอ้อยในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดย ประภาภรณ์ คำโอพาธ (2546) มีการเปรียบเทียบระหว่างการใช้ที่ดิน 1 ไร่ เพื่อปลูกยางพาราแล้วจะคุ้มค่ากว่าการใช้ที่ดิน 1 ไร่เพื่อการปลูกอ้อย ซึ่งการปลูกยางพาราได้รับการอุดหนุนของรัฐ ตลอดจนราคาของยางพาราในช่วงของการศึกษาอยู่ในเกณฑ์สูงมีส่วนทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกยางพาราจะคุ้มทุนมากกว่า ส่งผลให้ การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีแนวโน้มในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามากยิ่งขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมของภาครัฐบาลและราคายางพาราที่สูงขึ้นส่งผลให้เกษตรกรหันมาปลูกยางพาราเพิ่มมากขึ้น ทำให้ร้านรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีไม่เพียงพอต่อผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้น จึงมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเพื่อรองรับความต้องการของเกษตรกรโดยวิเคราะห์ถึงความต้องการของเกษตรกรที่ต้องการศูนย์รวมรับซื้อยางพาราที่มีราคาเหมาะสม ใกล้บ้าน ไป-มาสะดวก และเป็นกันเองเพื่อเป็นทางเลือกในการขายยางพารามากขึ้น

โครงการศึกษาสถานการณ์การผลิตและตลาดยาง โดย สุภาพร บัวแก้ว (2548) ความต้องการใช้ยางของโลกอนาคต คาดการณ์ว่าความต้องการใช้ยางธรรมชาติจะเพิ่มขึ้น และเมื่อมีเปรียบเทียบระหว่างยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์เห็นได้ว่า อัตราการขยายตัวของการผลิตและการใช้ยางธรรมชาติเพิ่มขึ้นมากกว่ายางสังเคราะห์ ส่งผลให้เกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบคือยางธรรมชาติระดับที่รุนแรง รัฐบาลจึงมีนโยบายขยายพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีแนวโน้มในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามากยิ่งขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมของภาครัฐบาลทำให้มีสวนยางพาราเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ต่างๆรวมไปถึงพื้นที่ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีการส่งเสริมการปลูกยางพารามากยิ่งขึ้น ส่งผลให้โครงการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีการวิเคราะห์โครงการขึ้น เพื่อรองรับผลผลิตยางพาราที่มีเพิ่มมากขึ้นและรองรับความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมที่ประสบปัญหาขาดแคลนยางธรรมชาติในการผลิต โดยศูนย์รวมรับซื้อยางพาราเป็นจุดในการรวบรวมวัตถุดิบเพื่อป้อนเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องการ

การพัฒนาราคายางธรรมชาติ: 2.00 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม โดย Hidde P.Smit ทำนายว่า ราคายางธรรมชาติจะสูงขึ้นจากปีพ.ศ.2547 พ.ศ.2548 และพ.ศ.2549 โดยการเพิ่มขึ้นประมาณ 25-30 เซ็นต่อกิโลกรัมต่อปี ได้คาดว่าราคาจะขึ้นถึง 2.00 เหรียญต่อกิโลกรัมในปีพ.ศ.2550/2551 ราคามูลค่าที่จะเพิ่มขึ้นอีกต่อไป หลังจากนั้น การตลาดมีความผันผึงมาก และยังคงเป็นเช่นนั้นต่อไป

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อันเนื่องมาจากการจัดหาที่ไม่เพียงพอ ส่งผลให้การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีแนวโน้มในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามากยิ่งขึ้นเนื่องจากการคาดการณ์อนาคตส่งผลให้เกษตรกรหันมาปลูกยางพารามากยิ่งขึ้น แต่ร้านรับซื้อยางพารามีน้องทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยทำการศึกษาถึงความต้องการของเกษตรกร การแข่งขันในตลาดยางพาราและผลตอบแทนของการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา โดยการวิเคราะห์ความต้องการของยางพาราที่อยากมีศูนย์รวมรับซื้อยางพาราที่ต้องการการแข่งขันในตลาดยางพาราที่มีการแข่งขันต่ำและวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราซึ่งจากการวิเคราะห์สรุปได้ว่าผลตอบแทนที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารา

แนวโน้มเศรษฐกิจการเกษตรมีการคาดว่าผลผลิตจะเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2548 โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2549) มีการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ มีการคาดว่าผลผลิตจะเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2548 เนื่องจากคาดว่าสภาพภูมิอากาศกลับเข้าสู่ภาวะปกติ พื้นที่ปลูกทดแทนอยู่ในช่วงให้ผลผลิตสูง และการเปิดกรีดหน้ายางเพิ่มขึ้น ความต้องการใช้ยางธรรมชาติของโลกที่เพิ่มขึ้น รวมถึงราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการใช้ยางธรรมชาติทดแทนยางสังเคราะห์เพิ่มขึ้นด้วย ทำให้การส่งออกยางพาราของประเทมีสูงขึ้น ส่งผลให้การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์มีแนวโน้มในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามากยิ่งขึ้นเนื่องจากการคาดการณ์อนาคตที่มีการผลิตยางพารามากขึ้นและความต้องการของยางพารามากยิ่งขึ้นส่งผลให้ผลตอบแทนในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพารามีความเป็นไปได้ในการลงทุน

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการนำไปใช้

อุปสรรคที่สำคัญในการจัดตั้งศูนย์รวมรับซื้อยางพาราในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ คือ การเรียนรู้ในการทำยางพาราแต่ละชนิด ในการรับซื้อน้ำยางพาราสดจะต้องทราบถึงวิธีการในการวัดเปอร์เซ็นต์ค่าของเนื้อยางพาราเพื่อสามารถนำมาคิดเงินกับลูกค้า การเก็บน้ำยางพาราสดเพื่อไม่ให้จับเป็นก้อนและไม่ให้เปอร์เซ็นต์เนื้อยางพาราลดลงจากการรับซื้อน้ำยางพาราสดมา การรับซื้อเศษยางพารา จะต้องสามารถตีราคาของเศษยางพาราจากเศษยางพาราที่เปียก หรือ หมาด หรือ แห้งให้ทุกตัวมีค่าเฉลี่ยในการคิดเป็นเปอร์เซ็นต์เนื้อยางพาราจริง เพื่อคิดราคาที่ถูกต้องและเป็นธรรม ส่วนแผ่นยางพาราสดจะต้องมีการคัดเกรดยางพาราที่ถูกต้องตามชั้นของยางพารารวมไปจนถึงสร้างโกดังในการตากยางพาราเปียกเพื่อให้แผ่นยางพาราแห้งเป็นชั้นเดียวกันและเป็นการเพิ่ม

ราคาในการขายยางพาราด้วย เพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและอยู่ได้ในระยะยาวดังนี้

- 1.1 การมีเครื่องชั่งน้ำหนักที่มีมาตรฐานเป็นที่น่าเชื่อถือได้
 - 1.2 มีเกณฑ์ในการวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางและคัดเกรดยางพาราที่มีมาตรฐานสามารถตรวจสอบและทดสอบได้
 - 1.3 มีการให้คำแนะนำและให้ความรู้แก่เกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรมีการผลิตยางพาราที่มีคุณภาพและได้ราคาที่สูงขึ้น
 - 1.4 การสร้างขวัญ กำลังใจ และแรงจูงใจแก่พนักงานให้มีการพัฒนาศักยภาพความรู้ ทักษะในการทำงานและสร้างให้พนักงานจงรักภักดีต่อธุรกิจ และเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต
 - 1.5 ผู้ประกอบการมีความซื่อสัตย์และจริงใจในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจรับซื้อยางพาราสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรและเป็นส่วนช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป
 - 1.6 ถ้ามีการนำไปใช้ในสถานที่อื่น ควรมีการหาข้อมูลต่างๆ เนื่องจากความแตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกัน
2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป
- 2.1 ควรทำการศึกษาถึงความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) ในแต่ละกรณีให้มากขึ้น เพื่อทราบมูลค่าปัจจุบันและอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่เกิดขึ้นว่ามีความคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่
 - 2.2 ควรมีแผนการฉุกเฉินเพิ่มจากแผนต่างๆ เพื่อเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้าในกรณีที่สถานการณ์ หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้

รายการอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2545). **ข้อมูลวิชาการปี 2545**. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2549). **นโยบายส่งเสริมการปลูกยางพาราของรัฐบาลปี 2547-2549** [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.doae.go.th/prompt/naya/>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2541). **รายงานการศึกษาภาวะเศรษฐกิจการลงทุนอุตสาหกรรมแปรรูปจากยางพารา**. ชลบุรี: ฝ่ายพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 ชลบุรี.
- คณิต ไช่มุกด์. (2546). **สถิติพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์น้ำฝน.
- เชาว์ โรจนแสง และคณะ. (2533). **การจัดการการตลาดและการผลิต**. หน่วยที่ 9 – 15: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จรินทร์ศรี ธรณนพเก้า. (2544). **การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนระหว่างการผลิตยางพาราและปาล์มน้ำมันในอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์เกษตร) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรชัย โชตนาการ. (2524). **การวิเคราะห์ความต้องการยางพาราของไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์เกษตร) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ: บริษัท อินเตอร์พรีนซ์ จำกัด.
- นุชนารถ กังพิศดาร. (2547). **ประวัติและความสำคัญของยาง**. เอกสารวิชาการยางพารา.(หน้า 1-8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกเบี๋ย.
- นันทวรรณ ช่างคิด. (2533). **การศึกษาเพื่อการวางแผนพัฒนาทางธรรมชาติในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บดี นพวงศ์ ณ อยุธยา และคณะ. (2539). **การจัดการการผลิตพืชไร่อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. (2545). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ : หจก.เม็คทรายพรินต์ติ้ง.

ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2548). ยางพารากับภาวะผลผลิตส่วนเกินใน

อนาคต. [ออนไลน์]. ได้จาก

http://www.krungsri.com/PDF/ECONOMY/ANALYSIS/Dec47_03.pdf.

ชูศักดิ์ อุดมศรีและนราศรี ไวนิชกุล. (2547). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. (2542). คู่มือการเขียนวิทยานิพนธ์. นครราชสีมา. สำนักพิมพ์แห่งวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

วราลี ศรีสมบัติ. (2542). การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์การเงิน) บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภัทรา กานศิลป์และวิภา เสดตกนิษฐ์. (2547). การวิจัยและพัฒนาการใช้ในทางการแพทย์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันวิจัยการเกษตร.

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร. (2548). ผลพยากรณ์ผลผลิตการเกษตรปี 2548. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.oae.go.th/mis/predict/Prmr48.html>

สด วิปุลานุสาสน์.(2548). 103ปียางพาราไทย [ออนไลน์]. ได้จาก

<http://muanglung.com/yangpara.html>.

สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์. (2544). ธุรกิจการเกษตรเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สถาบันวิจัยยาง. (2547). สถานการณ์ราคายางพาราไทย. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ สถาบันวิจัยยาง (รายงานประจำปี 2547).

สมาคมยางพาราไทย. (2548). การผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยสำคัญ ปี 2541 – 2547. [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.thainr.com/stat/world_stat_pro_th.html.

สมาคมยางพาราไทย. (2548). การใช้ยางธรรมชาติของประเทศไทยสำคัญ ปี 2541 – 2547. [ออนไลน์] ได้จาก http://www.thainr.com/stat/world_stat_con_th.html.

สมาคมยางพาราไทย. (2548). ปริมาณการผลิต ส่งออก และใช้ยางพาราในประเทศไทย. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.thainr.com/econ>.

สมาคมยางพาราไทย. (2548). การส่งออกยางธรรมชาติสุทธิของประเทศไทยสำคัญ ปี 2542-2548. [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.thainr.com/stat/world_stat_exp_th.html.

- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง. (2540). **เทคนิคการบริหารการจัดการสหกรณ์กองทุนสวนยาง จำกัด**. กรุงเทพฯ : บริษัท เซเว่น พรินติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง. (2548). **ยอดสรุปพื้นที่ปลูกยางพาราในเขตจังหวัดบุรีรัมย์**. สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง จังหวัดบุรีรัมย์.(เอกสารที่ไม่ได้พิมพ์เผยแพร่)
- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง. (2548). **แนวโน้มการตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพารา**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2548). **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือน**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.oae.go.th/statistic/export/1301NR.xls>.
- สำนักเศรษฐกิจการเกษตร. (2548). **ยางพารา ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือน**. [ออนไลน์]. ได้จาก http://rdd.mcot.net/ref/know/eco/rubber_export.htm.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2548). **ยางพารา: เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ ปี 2545-2547**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.oae.go.th/statistic/yearbook47/Section6/sec6table81.pdf>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2548). **ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรปี 2548**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.oae.go.th/ECON/outlook48.pdf>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2548). **แนวโน้มเศรษฐกิจการเกษตรปี 2549**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.oae.go.th/ECON/outlook48.pdf>.
- อภิสมมา เข็นบุตร. (2544). **การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการผลิตยางพาราในเขตสหกรณ์กองทุนสวนยางสตึก-คูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์ เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เอกพงษ์ หนูพลับ. (2545). **ปัจจัยบางประการที่มีอิทธิพลต่อการปลูกยางพาราของเกษตรกรในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต เกษตรศาสตร์ (ส่งเสริมการเกษตร) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Jum, C., Nunnally and Ira, H., Bernstein. (1994). 3rd Edition. Mc Graw Hill Series in Psychology. Page 264-265.
- Philip Kotler. (2547). **Marketing Management**. แปลโดย ชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- Roy, P. (1967). **Exploring Agribusiness**. Illinois: The Interstate Printers and Publishers, Inc. **การจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ในจังหวัดยโสธร**. ปรินญามหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์ (ธุรกิจการเกษตร) มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ภาคผนวก ก
เครื่องมือสำหรับการศึกษา

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

(สำหรับเกษตรกร)

โครงการวิจัย ความเป็นไปได้ในการเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพาราอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพารา ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ศึกษาจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลในเชิงวิชาการต่อไป

อนึ่ง ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ ซึ่งจะไม่
มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่าน และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้
คำชี้แจง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา

ส่วนที่ 2 ทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในการตัดสินใจขาย
ยางพารา

ส่วนที่ 3 ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจในการขายยางพารา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของเกษตรกร

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ในช่องสี่เหลี่ยมหน้าหัวข้อที่
ตรงกับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรชาวสวนยางพารา

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

- | | |
|-----------------------------------|--|
| ☐ 15-25 ปี | ☐ 26-35 ปี |
| ☐ 36-45 ปี | ☐ 46-55 ปี |
| ☐ 56-65 ปี | ☐ มากกว่า 66 ปี (โปรดระบุ)..... |

3. สถานภาพ

- | | |
|--|--------------------------------|
| ☐ โสด | ☐ สมรส |
| ☐ หย่าร้าง | ☐ หม้าย |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

4. ระดับการศึกษา

- | | |
|--|-------------------------------------|
| ☐ ไม่เรียนหนังสือ | ☐ ป.1 – ป. 3 |
| ☐ ป.4 – ป.6 | ☐ ม.1 – ม. 3 |
| ☐ ม.4 – ม.6 | ☐ ปวช. |
| ☐ ปวส.หรือ อนุปริญญา | ☐ ปริญญาตรี |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

5. สมาชิกในครอบครัว

- | | |
|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 4 คน | ☐ 4 – 6 คน |
| ☐ 7– 9 คน | ☐ มากกว่า 10 คน |

6. ขนาดพื้นที่ปลูกยางพารา

- | | |
|--|--|
| ☐ ขนาดเล็ก (2-50 ไร่) | ☐ ขนาดกลาง (51-250 ไร่) |
| ☐ ขนาดใหญ่ (มากกว่า 250ไร่) | |

7. รายได้ต่อเดือนจากการขายยางพารา

- | | |
|--|---|
| ☐ ต่ำกว่า 20,000 บาท | ☐ 20,001 – 30,000 บาท |
| ☐ 30,001 – 40,000 บาท | ☐ 40,001 – 50,000 บาท |
| ☐ 50,001 – 60,000 บาท | ☐ มากกว่า 60,000 บาท (โปรดระบุ)..... |

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดและพฤติกรรมของเกษตรกรชาวสวนยางพาราในการตัดสินใจขายยางพารา

8. ท่านกรีดยางเองหรือไม่
- ☐ กรีดยางเอง ☐ จ้างคนอื่นกรีดยาง
- ☐ กรีดยางเองและจ้างคนอื่นกรีดยางบางส่วน
9. ท่านมีระบบการกรีดยางอย่างไร
- ☐ กรีดยางทุกวัน ☐ กรีดยางวันเว้นวัน
- ☐ กรีดยาง 1 วันเว้น 2 วัน ☐ กรีดยาง 2 วันเว้น 1 วัน
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. ปริมาณน้ำยางพาราในแต่ละวันมีจำนวนเท่าใด
- ☐ น้อยกว่า 50 กิโลกรัม ☐ 51 – 100 กิโลกรัม
- ☐ 101 – 150 กิโลกรัม ☐ 151 – 200 กิโลกรัม
- ☐ มากกว่า 201 กิโลกรัม (โปรดระบุ).....
11. ท่านขายยางพาราประเภทไหนบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ น้ำยางพาราสด ☐ เศษยางพารา
- ☐ แผ่นยางพารา
12. ราคาของน้ำยางพาราสดที่ท่านขายให้กับร้านรับซื้อ
- ☐ 30 – 40 บาท ☐ 41- 50 บาท
- ☐ 51- 60 บาท ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
13. ราคาของเศษยางพาราที่ท่านขายให้กับร้านรับซื้อ
- ☐ 15 – 20 บาท ☐ 21 – 30 บาท
- ☐ 31 – 40 บาท ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
14. ราคาของแผ่นยางพาราที่ท่านขายให้กับร้านรับซื้อ
- ☐ 40 – 50 บาท ☐ 51 – 60 บาท
- ☐ 61 – 70 บาท ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
15. ปัจจุบันมีร้านรับซื้อยางพาราเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่
- ☐ เพียงพอ ☐ ไม่เพียงพอ
16. ถ้ามีร้านรับซื้อยางพาราเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งร้านโดยมีการรับซื้อแผ่นยางพารา เศษยางพารา และน้ำยางพาราสด ท่านจะนำยางพารามาขายที่ร้านนี้หรือไม่
- ☐ ขาย ☐ ไม่แน่
- ☐ ไม่ขาย

17. ท่านเลือกทำสวนยางพาราเนื่องจากเหตุผลอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ แต่ไม่เกิน 3 ข้อ)

- ราคาของยางพารา
- ความถนัดและประสบการณ์
- ระยะเวลาในการกรีดยางพารา
- การดูแลสวนยางพาราไม่ยุ่งยาก
- สภาพของที่ดินและภูมิอากาศที่เหมาะสม
- รัฐบาลให้การสนับสนุนตลาดยางพารา

18. ปัจจุบันท่านเลือกขายผลิตภัณฑ์จากยางพารา ได้แก่ น้ำยางพารา, เศษยางพาราและน้ำยางพาราสดให้กับร้านรับซื้อยางพาราในพื้นที่เนื่องจากเหตุผลอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ แต่ไม่เกิน 3 ข้อ)

- ราคาสูง
- ใกล้บ้าน
- รู้จักส่วนตัวกับร้านรับซื้อยางพารา
- การบริการที่รวดเร็ว
- รับซื้อผลิตภัณฑ์ทุกชนิด
- มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านการชั่งวัด
- จ่ายเงินสด

ส่วนที่ 3 ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจขายยางพาราของเกษตรกร

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับท่านมากที่สุด โดยให้ลำดับความสำคัญจาก

- | | | |
|---|---------|------------|
| 1 | หมายถึง | น้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง | น้อย |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง |
| 4 | หมายถึง | มาก |
| 5 | หมายถึง | มากที่สุด |

รายการ	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
19 รับซื้อทั้ง 3 ประเภท คือ แผ่นยาง, เศษยางและน้ำยางพารา					
20 มีการจัดเกรดยางพาราที่รับซื้อ					
21 การวัดค่าเปอร์เซ็นต์น้ำยางสดมาตรฐาน					
22 เครื่องชั่งน้ำหนักมีความเที่ยงตรง					
ด้านราคา (Price)					
23 รับซื้อยางพาราราคาสูง					
24 มีป้ายแสดงราคาขายพารา					
ด้านสถานที่ (Place)					
25 มีความสะดวกในการเดินทางขายยางพารา					
26 มีจุดรับซื้อมากกว่า 1 แห่ง					
27 จุดรับซื้อไม่ไกลจากผู้ขายยางพารา					
ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion)					
28 บริการรับซื้อสินค้าถึงบ้าน					
29 บริการเป็นกันเองและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า					
30 ให้บริการรวดเร็วและเต็มใจให้บริการ					

รายการ	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) (ต่อ)					
31 มีเงินปันผลสำหรับสมาชิกที่ขายยางพารา					
32 จ่ายเงินสด					
33 มีอสังหาริมทรัพย์และเป็นกันเอง					
34 มีพนักงานบริการที่เพียงพอต่อลูกค้า					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

-----จบแบบสอบถาม-----

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

(สำหรับร้านค้า)

โครงการวิจัย ความเป็นไปได้ในการเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพาราอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดศูนย์รวมรับซื้อยางพารา ในอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ศึกษาจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลในเชิงวิชาการต่อไป

อนึ่ง ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ ซึ่งจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านยางพารา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับซื้อยางพาราและต้นทุนในการรับซื้อยางพารา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านยางพารา

1.ชื่อสถานประกอบการ.....

2.ประเภทธุรกิจในการจดทะเบียน

☐ กิจการเจ้าของคนเดียว

☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด

☐ บริษัทจำกัด

☐ บริษัทมหาชน จำกัด

3.จำนวนเงินทุนจดทะเบียน.....

4.ที่มาของแหล่งเงินทุน

☐ เงินทุนส่วนตัว

☐ การร่วมลงทุน

☐ กู้ยืมเงิน

☐ เงินทุนส่วนตัวและกู้ยืมเงิน

5.การเลือกสถานที่ตั้ง

.....
.....
.....

6.ระยะเวลาประกอบการ.....

7.ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ ท่านคิดว่าคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่

☐ คุ้มค่าเพราะ.....

☐ ไม่คุ้มค่าเพราะ.....

8.ประวัติในการจัดตั้งร้าน

.....

.....

.....

9.โครงสร้างของร้าน

.....

.....

.....

10.การจัดการในร้าน

- การตลาด

.....

.....

.....

- การเงิน

.....

.....

.....

- บุคลากร

.....

.....

.....

11.แนวทางในการดำเนินงาน

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับซื้อยางพาราและต้นทุนในการรับซื้อยางพารา

12.วิธีการในการรับซื้อยางพารา

.....

.....

.....

13.เมื่อรับซื้อยางพารามาแล้วจะส่งโรงงานไหน

.....

.....

.....

14.การดูแลในการรับซื้อจะต้องใช้กลยุทธ์อะไรบ้างในการทำการค้า

.....

.....

.....

15.การเก็บสินค้าจะต้องมีการรักษาสินค้าอย่างไร

.....

.....

.....

16.ต้นทุนในการทำการรับซื้อยางพาราในแต่ละเที่ยวใช้เท่าใด

.....

.....

.....

17.ค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่าไร

-ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

.....

.....

.....

-ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

.....

.....

.....

-ค่าใช้จ่ายในการลงทุน

.....

.....

.....

-ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

.....

.....

.....

18. ในอนาคตมีโครงการในการขยายกิจการของร้านอีกหรือไม่ และจะอย่างไร

.....

.....

.....

19. คู่แข่งที่สำคัญที่สุดของกิจการ

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

-----จบแบบสัมภาษณ์-----

คณะผู้จัดทำแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ภาคผนวก ข

นโยบายส่งเสริมการปลูกยางพาราของรัฐบาล ปีพ.ศ.2547-2549

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2546) ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 อนุมัติให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดำเนินโครงการปลูกยางพาราเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในแหล่งปลูกยางใหม่ ระยะที่ 1 (ปีพ.ศ.2547-2549) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เสนอโครงการปลูกยางเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในแหล่งปลูกยางใหม่ ระยะที่ 1 พื้นที่ปลูกยาง 1,000,000 ไร่ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 700,000 ไร่ และภาคเหนือ 300,000 ไร่ ระยะเวลาดำเนินการ 3 ปี (พ.ศ.2547-2549) โดยให้กรมวิชาการเกษตรรับผิดชอบการกำหนดเขตปลูกยางที่เหมาะสม การตรวจสอบควบคุมและจัดหาพันธุ์ยาง ส่วนสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางรับผิดชอบการฝึกอบรม การควบคุม กำกับ การตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการปลูกยางของโครงการและให้กระทรวงการคลังรับผิดชอบการจัดหาสินเชื่อ สำหรับแหล่งงบประมาณที่ใช้เป็นเงินกู้ยืม 1,440 ล้านบาท และวงเงินสินเชื่อ 5,360 ล้านบาท รวมเป็นเงิน 6,800 ล้านบาท แยกเป็น

1.1 ค่าพันธุ์ยาง 90 ล้านบาท ณ ศูนย์กระจายพันธุ์ยาง (500,000 ต้น/ศูนย์) เป็นเงิน 1,440 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมวิชาการเกษตร) ใช้เงินกองทุน โครงการช่วยเหลือเกษตรกร(คชก.) ปลอดดอกเบี้ย และให้สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง(สทย.) ชำระเงินทั้งหมดคืน คชก. โดยใช้รายได้จากค่าธรรมเนียมส่งออกยาง(cess) ในระยะเวลา 10 ปี นับจากที่สวนยางให้ผลผลิตในแต่ละปี

1.2 ค่าดูแลรักษาและปฏิบัติในสวนยางของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในระยะเวลา 6 ปี (ตามงวดที่ สทย.กำหนด) ในอัตรา 5,630 บาท/ไร่ รวมเป็นเงิน 5,630 ล้านบาท โดยให้กระทรวงการคลัง (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) เป็นผู้จัดสรรเงินข้างต้นให้เกษตรกรกู้ และรัฐบาลจ่ายดอกเบี้ย ให้ถึงหนึ่งของที่เกษตรกรต้องจ่าย โดยแยกเงินกู้ออกเป็น 3 รุ่น ดังนี้

รุ่นปีพ.ศ.2547 เนื้อที่ 200,000 ไร่ เป็นเงิน 1,072 ล้านบาท

รุ่นปีพ.ศ.2548 เนื้อที่ 300,000 ไร่ เป็นเงิน 1,608 ล้านบาท

รุ่นปีพ.ศ.2549 เนื้อที่ 500,000 ไร่ เป็นเงิน 2,680 ล้านบาท

2. คณะรัฐมนตรีมติ ดังนี้

2.1 เห็นชอบให้ยกเลิกคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ.2533 เฉพาะเรื่องสวนยางที่อยู่ในป่าสงวนแห่งชาติและให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(กรมป่าไม้) กำหนดเงื่อนไขและหลักเกณฑ์การอนุญาตเข้าทำประโยชน์เฉพาะสวนยาง โดยมอบให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมนำเสนอเรื่องดังกล่าวเข้าที่ประชุมคณะทำงานที่ทำหน้าที่ศึกษาพิจารณามาตรการ ปลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการปลูกสร้างสวนป่าภาคเอกชนที่อยู่ภายใต้คณะกรรมการนโยบายป่าไม้แห่งชาติ หากคณะอนุกรรมการพิจารณามาตรการฯเห็นชอบก็ควรกำหนดการอนุญาตให้ดำเนินการปลูกป่าไม่เกินรายละ 30 ไร่ ในพื้นที่ดังกล่าว

2.2 เห็นชอบให้ยกเลิกมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2542 ที่กำหนดให้ขยายพื้นที่ ปลูกยางของประเทศไม่เกิน 12 ล้านไร่ โดยให้ขยายพื้นที่ปลูกยางใหม่ในแต่ละปีได้เท่ากับพื้นที่ปลูกยางที่ลดลง ในแหล่งปลูกยางเดิมและไม่ควรปลูกยางใหม่ในภาคเหนือและเห็นชอบให้ขยายพื้นที่ปลูกยางได้ในทุกภาคของประเทศในพื้นที่ที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(กรมวิชาการเกษตร) กำหนดเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการปลูกยาง โดยคำนึงถึงการกำหนดเขตพื้นที่การเกษตร (Zoning) และผลิตภาพการผลิต (Productivity) เป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณา

2.3 อนุมัติให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(กรมวิชาการเกษตร) ดำเนินโครงการปลูกยางพาราเพื่อยกระดับรายได้และความมั่นคงให้แก่เกษตรกรในแหล่งปลูกยางใหม่ระยะที่ 1 (ปี พ.ศ.2547-2549) โดยคำนึงถึงการรักษาเสถียรภาพราคายางในตลาด

2.4 อนุมัติให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(กรมวิชาการเกษตร) ใช้เงินกองทุนโครงการช่วยเหลือเกษตรกร(คชก.) ปลอดดอกเบี้ยวงเงิน 1,440 ล้านบาท เพื่อดำเนินการผลิตพันธุ์ยาง จำนวน 90 ล้านตัน ให้โครงการโดยส่งเรื่องการขอใช้เงินจากกองทุนโครงการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.)ให้กับคณะกรรมการ คชก.พิจารณาก่อน

2.5 เห็นชอบในการขอรับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ใช้เงิน cess วงเงิน 1,440 ล้านบาท ชำระเงินคืน คชก.ในระยะเวลา 10 ปี นับจากปีที่สวนยางพาราให้ผลผลิตในแต่ละปี

2.6 เห็นชอบให้กระทรวงการคลัง (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) จัดสรรเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการวงเงิน 5,360 ล้านบาท เพื่อเป็นสินเชื่อในการปลูกสร้างสวนยาง

ภาคผนวก ค
การคำนวณจากข้อมูลสำรวจ

ตารางที่ 1ค แสดงสินทรัพย์ของโครงการ

					ค่าเสื่อม
รายการ	มูลค่า (บาท)	จำนวน (บาท)	รวม (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ราคา (ต่อปี)
สินทรัพย์ถาวร					
ที่ดิน	200,000	1	200,000	-	-
อาคาร (โกดัง)					
(8 ม. x 20 ม. x 3,000 บ.)	480,000	1	480,000	20	24,000
ลานพิเศษยางพารา					
(12 ม. x 20 ม. x 1,500 บ.)	360,000	1	360,000	20	18,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,040,000		1,040,000		42,000
อุปกรณ์					
เครื่องขังน้ำหนัก	7,000	1	7,000	5	1,400
เครื่องขังคิติดอล	7,500	1	7,500	5	1,500
ชุดเมโทรเล็ก	1,000	3	3,000	3	1,000
ตู้อบ	1,500	1	1,500	5	300
เครื่องรีดยางเล็ก	1,000	1	1,000	5	200
แท่งค้ำน้ำยาง	40,000	1	40,000	5	8,000
พาเรทเหล็ก	2,000	10	20,000	5	4,000
รวมอุปกรณ์	60,000		80,000		16,400
ยานพาหนะ	500,000	1	500,000	5	100,000
เครื่องใช้สำนักงาน	20,000	1	20,000	5	4,000

ตารางที่ 1ค แสดงสินทรัพย์ของโครงการ (ต่อ)

รายการ	มูลค่า (บาท)	จำนวน (บาท)	รวม (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อม
					ราคา (ต่อปี)
รวมอุปกรณ์และ					
สินทรัพย์	580,000		600,000		120,400
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	1,620,000		1,640,000		162,400

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

หมายเหตุ : การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีการคิดค่าเสื่อมแบบเส้นตรง

ตารางที่ 2ค ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าจดทะเบียนการค้า	5,000
ค่ามิเตอร์ไฟฟ้า	5,000
ค่ามิเตอร์น้ำ	5,000

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 3ค ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

รายการ	หน่วย : บาท		
	ปีที่ 1	ปีที่ 2 (5%)	ปีที่ 3 (10%)
ค่าไฟฟ้า	12,000	12,600	13,860
ค่าน้ำ	6,000	6,300	6,930
ค่าโทรศัพท์	12,000	12,600	13,860
ค่าขนส่ง	1,414,575	1,559,569	1,887,079
ค่าประกันอาคาร	10,000	10,500	11,550
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	468,000	491,400	540,540
รวม	1,922,575	2,092,969	2,473,819

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 4ค ดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคาร

หน่วย : บาท

ปีที่	เงินต้น	ผ่อนชำระ	ดอกเบี้ย	เงินต้น	ยอดค้าง
1	2,500,000	970,083	199,999	770,086	1,729,914
2	1,729,914	970,083	138,393	831,690	898,225
3	898,225	970,083	71,858	898,225	0

ที่มา : จากธนาคารกรุงเทพ และการคำนวณ

หมายเหตุ : $MRR (7.5\%) + 2.5\%$ (ค่าความเสี่ยงของธุรกิจ)

ตารางที่ 5ค สถิติราคาขางพาราปี พ.ศ.2547-2549

หน่วย : บาทต่อกิโลกรัม

เดือน/ปี	ท้องถิ่น		ราคาประมูล ณ ตลาดกลางยางพารา อ.หาดใหญ่			
	ยางแผ่นดิบ	น้ำยางสด	ยางแผ่นดิบ	ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3	ยางแผ่นผึ่งแห้ง	FOB. (Bangkok)
ม.ค.-47	41.95	39.27	42.94	44	0	48.79
ก.พ.-47	42.78	43.2	44.06	45.69	0	49.68
มี.ค.-47	46	45.66	47.25	48.76	0	52.64
เม.ย.-47	47.56	46.37	49.09	50.57	0	53.36
พ.ค.-47	49.15	47.77	50.53	52.46	0	55.02
มิ.ย.-47	50.68	49.32	52.1	53.43	0	55.9
ก.ค.-47	46.35	45	47.4	48.42	0	52.6
ส.ค.-47	45.28	42.47	46.28	47.63	0	51.66
ก.ย.-47	45.34	43.15	46.37	47.74	0	51.41
ต.ค.-47	46.25	44	47.32	48.81	0	52.27
พ.ย.-47	43.97	42.24	44.89	46.61	0	50.3
ธ.ค.-47	40.3	35.88	41.55	42.94	0	46.83

ค่าเฉลี่ย	45.47	43.69	46.65	48.09	0	51.7
-----------	-------	-------	-------	-------	---	------

ตารางที่ 5ค สถิติราคายางพาราปี พ.ศ.2547-2549 (ต่อ)

หน่วย : บาทต่อกิโลกรัม

เดือน/ปี	ท้องถิ่น		ราคาประมูล ณ ตลาดกลางยางพารา อ.หาดใหญ่			FOB. (Bangkok)
	ยางแผ่น ดิบ	น้ำยาง สด	ยางแผ่น ดิบ	ยางแผ่น รมควัน ชั้น3	ยางแผ่น ผึ่งแห้ง	
ม.ค.-48	39.2	36.4	40.32	41.76	0	45.92
ก.พ.-48	42.68	43.08	43.9	45.46	0	48.67
มี.ค.-48	44.9	47.69	46.25	47.91	0	50.71
เม.ย.-48	46.14	47.96	47.64	49.28	0	52.06
พ.ค.-48	48.59	48.02	50.24	52.13	0	53.78
มิ.ย.-48	54.37	52.79	56.13	58.17	0	60.03
ก.ค.-48	62.89	57.38	64.85	66.74	0	69.85
ส.ค.-48	58.71	57.31	60.66	62.91	0	66.72
ก.ย.-48	62.61	59.48	64.23	66.09	0	69.59
ต.ค.-48	63.05	62.32	64.46	66.22	0	69.87
พ.ย.-48	58.14	57.43	59.97	61.84	0	66.3
ธ.ค.-48	62	60.33	64.07	66.36	0	69.01
ค่าเฉลี่ย	53.61	52.51	55.23	57.07	0	60.21
ม.ค.-49	67.06	65.28	68.9	71.13	0	74.09
ก.พ.-49	71.59	71.21	73.47	76.07	0	82.05
มี.ค.-49	73.4	76.77	74.93	77.53	0	81.16
ค่าเฉลี่ย	70.68	71.08	72.43	74.91	0	79.1

ที่มา : สำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง (www.rubberthai.co.th)

ตารางที่ 6ค ต้นทุนค่าขนส่ง

รายการ	ปีที่ 1			ปีที่ 2 (5%)			ปีที่ 3 (10%)		
	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคา (บาท)	รวม (บาท)	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคา (บาท)	รวม (บาท)	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคา (บาท)	รวม (บาท)
ค่าขนส่ง	2,829,062	0.5	1,414,531	2,970,515	0.525	1,559,520	3,267,567	0.578	1,887,020

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

หมายเหตุ : จากการคาดการณ์ราคาค่าขนส่งสินค้าต่อไปมีราคาสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ

ตารางที่ 7ค พยากรณ์การรับซื้อยางพาราปีที่ 1

รายการ	ส่วนแบ่ง 40% (กิโลกรัม)	เนื้อยางจริง	น้ำหนักยางพาราจริง (กิโลกรัม)	เฉลี่ยราคาซื้อ (บาท)	มูลค่ารับซื้อต่อปี (บาท)
น้ำยางพาราสด	1,454,548	40%	581,819	70	40,727,348
เศษยางพารา	1,435,135	45%	645,811	65	41,977,709
แผ่นยางพารา	4,003,802	40%	1,601,521	70	112,106,449
รวม	6,893,485		2,829,151		194,811,507

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

หมายเหตุ : การคิดสัดส่วนเนื้อยางพาราจริงมาจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง

ตารางที่ 8ค พยากรณ์การรับซื้อยางพาราปีที่ 2 เพิ่มขึ้น 5%

รายการ	ส่วนแบ่ง 40% (กิโลกรัม)	เนื้อยางจริง	น้ำหนักยางพาราจริง (กิโลกรัม)	เฉลี่ยราคาซื้อ (บาท)	มูลค่ารับซื้อต่อปี (บาท)
น้ำยางพาราสด	1,527,276	40%	610,910	74	44,901,902
เศษยางพารา	1,506,892	45%	678,101	68	46,280,424
แผ่นยางพารา	4,203,992	40%	1,681,597	74	123,597,360
รวม	7,238,160		2,970,608		214,779,687

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 9ค พยากรณ์การรับซื้อยางพาราปีที่ 3 เพิ่มขึ้น 10%

รายการ	ส่วนแบ่ง 40% (กิโลกรัม)	เนื้อยางจริง	น้ำหนักยางพาราจริง (กิโลกรัม)	เฉลี่ยราคาซื้อ (บาท)	มูลค่ารับซื้อต่อปี (บาท)
น้ำยางพาราสด	1,680,003	40%	672,001	81	54,331,301
เศษยางพารา	1,657,581	45%	745,912	75	55,999,314
แผ่นยางพารา	4,624,391	40%	1,849,756	81	149,552,806
รวม	7,961,975		3,267,669		259,883,421

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

หมายเหตุ : จากตารางที่ 8ข - 9ข การคิดสัดส่วนเนื้อยางพาราจริงมาจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง

ตารางที่ 10ค พยากรณ์ยอดขายยางพาราปีที่ 1

รายการ	ส่วนแบ่ง 40% (กิโลกรัม)	เนื้อยางจริง	น้ำหนักยางพาราจริง (กิโลกรัม)	เฉลี่ยราคาซื้อ (บาท)	มูลค่ายอดขายต่อปี (บาท)
น้ำยางพาราสด	1,454,548	40%	581,819	72	41,890,987
เศษยางพารา	1,435,135	45%	645,811	67	43,269,331
แผ่นยางพารา	4,003,802	40%	1,601,521	72	115,309,491
รวม	6,893,485		2,829,151		200,469,809

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 11ค พยากรณ์ยอดขายยางพาราปีที่ 2 เพิ่มขึ้น 5%

รายการ	ส่วนแบ่ง 40% (กิโลกรัม)	เนื้อยางจริง	น้ำหนักยางพาราจริง (กิโลกรัม)	เฉลี่ยราคาซื้อ (บาท)	มูลค่ายอดขายต่อปี (บาท)
น้ำยางพาราสด	1,527,276	40%	610,910	76	46,123,722
เศษยางพารา	1,506,892	45%	678,101	70	47,636,627
แผ่นยางพารา	4,203,992	40%	1,681,597	76	126,960,554
รวม	7,238,160		2,970,608		220,720,903

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

หมายเหตุ : จากตารางที่ 10ข – 11ข การคิดสัดส่วนเนื้อยางพาราจริงมาจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง

ตารางที่ 12ค พยากรณ์ยอดขายยางพาราปีที่ 3 เพิ่มขึ้น 10%

รายการ	ส่วนแบ่ง 40% (กิโลกรัม)	เนื้อยางจริง	น้ำหนักยางพาราจริง (กิโลกรัม)	เฉลี่ยราคาซื้อ (บาท)	มูลค่ายอดขายต่อปี (บาท)
น้ำยางพาราสด	1,680,003	40%	672,001	83	55,776,104
เศษยางพารา	1,657,581	45%	745,912	77	57,435,193
แผ่นยางพารา	4,624,391	40%	1,849,756	83	153,529,782
รวม	7,961,975		3,267,669		266,741,079

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

หมายเหตุ : การคิดสัดส่วนเนื้อยางพาราจริงมาจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยาง

ประมาณการงบดุลกรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5%

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา จำกัด

ประมาณการงบดุล

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 13ค ตารางแสดงงบดุล กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5%

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์				
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	5,000,000	6,488,313	8,021,045	9,863,326
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (1)	5,000,000	6,488,313	8,021,045	9,863,326
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์				
ที่ดิน	200,000	200,000	200,000	200,000
อาคาร (โกดังเก็บสินค้า)	480,000	480,000	480,000	480,000
ลานพิเศษยางพารา	360,000	360,000	360,000	360,000
พาหนะ	500,000	500,000	500,000	500,000
อุปกรณ์	80,000	80,000	80,000	80,000
เครื่องใช้สำนักงาน	20,000	20,000	20,000	20,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	162,400	324,800	487,200
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (2)	1,640,000	1,477,600	1,315,200	1,152,800
สินทรัพย์อื่นๆ				
เงินทุนในสาธารณูปโภค	20,000	-	-	-
รวมสินทรัพย์อื่นๆ (3)	20,000	-	-	-
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น (1+2+3)	6,660,000	7,965,913	9,336,245	11,016,126

ตารางที่ 13ค ตารางแสดงงบดุล กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น				
หนี้สิน				
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย (ภาษีเงินได้ค้างจ่าย)	-	-	-	-
เงินกู้	2,500,000	1,729,914	898,225	0
รวมหนี้สิน (4)	2,500,000	1,729,914	898,225	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น				
ทุน	4,160,000	4,160,000	4,160,000	4,160,000
บวก กำไรสะสม	-	2,075,998	4,278,020	6,856,125
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น (5)	4,160,000	6,235,998	8,438,020	11,016,125
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (4+5)	6,660,000	7,965,913	9,336,245	11,016,126

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ประมาณการงบกำไรขาดทุนกรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5%

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา จำกัด

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 14ค ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5%

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้	0	190,446,318	209,684,858	253,404,026
หัก ต้นทุนขาย	0	185,070,932	204,040,702	246,889,250
กำไรขั้นต้น	0	5,375,387	5,644,156	6,514,776
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	20000	2,018,704	2,197,618	2,597,510
หัก ค่าเสื่อมราคา	-	162,400	162,400	162,400
กำไรจากการดำเนินงาน	- 20,000	3,194,282	3,284,138	3,754,866
บวก รายได้อื่น	-	-	-	-
รวมกำไรก่อนหักดอกเบี้ย	- 20,000	3,194,282	3,284,138	3,754,866
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	199,999	138,393	71,858
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	- 20,000	2,994,283	3,145,745	3,683,008
หัก ภาษีเงินได้บุคคล / บุคคล				
ธรรมดา (30%)	-	898,285	943,723	1,104,902
กำไรสุทธิ	- 20,000	2,095,998	2,202,021	2,578,106
กำไรสะสม	- 20,000	2,075,998	4,278,020	6,856,125

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ประมาณการงบกระแสเงินสดกรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5%

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา จำกัด

ประมาณการงบกระแสเงินสด

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 15ค ตารางแสดงงบกระแสเงินสด กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5%

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดรับ				
ทุนของเจ้าของ	4,160,000	-	-	-
เงินกู้	2,500,000	-	-	-
ขายสินค้า	-	190,446,318	209,684,858	253,404,026
รวมกระแสเงินสดรับ (1)	6,660,000	190,446,318	209,684,858	253,404,026
กระแสเงินสดจ่าย				
ต้นทุนสินค้า	-	185,070,932	204,040,702	246,889,250
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-	2,018,704	2,197,618	2,597,510
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (30%)	-	898,285	943,723	1,104,902
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,640,000	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	20,000	-	-	-
ชำระคืนเงินต้น	-	770,086	831,690	898,225
ชำระคืนดอกเบี้ย	-	199,999	138,393	71,858
รวมกระแสเงินสดจ่าย (2)	1,660,000	188,958,006	208,152,126	251,561,745
เงินสดสุทธิ (1-2)	5,000,000	1,488,313	1,532,732	1,842,281
เงินสดต้นงวด	5,000,000	1,488,313	1,532,732	1,842,281
เงินสดปลายงวด	-	5,000,000	6,488,313	8,021,045
กระแสเงินสดสุทธิ	5,000,000	6,488,313	8,021,045	9,863,326

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 16ค มูลค่าปัจจุบันสุทธิ กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% (Net Present Value: NPV)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุน สินค้า	รวมค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	DF 10%	PV
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน						
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	- 6,660,000	1	- 6,660,000
1	-	2,018,704	185,070,932	187,089,636	190,446,318	3,356,682	0.909	3,051,224
2	-	2,197,618	204,040,702	206,238,320	209,684,858	3,446,538	0.826	2,846,840
3	-	2,597,510	246,889,250	249,486,760	253,404,026	3,917,266	0.751	2,941,867
รวม	6,660,000	6,813,832	636,000,884	649,474,716	653,535,202	4,060,486	-	2,179,932

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 17ค อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุนสินค้า	รวมค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน	DF 10%	PVค่าใช้จ่าย	PVผลตอบแทน
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน						
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	1	6,660,000	-
1	-	2,018,704	185,070,932	187,089,636	190,446,318	0.909	170,064,479	173,115,703
2	-	2,197,618	204,040,702	206,238,320	209,684,858	0.826	170,352,852	173,199,693
3	-	2,597,510	246,889,250	249,486,760	253,404,026	0.751	187,364,556	190,306,423
รวม	6,660,000	6,813,832	636,000,884	649,474,716	653,535,202	-	534,441,888	536,621,819

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 และการคำนวณ

$$B/C = \frac{PV \text{ of benefit}}{PV \text{ of cost}} = \frac{536,621,819}{534,441,888} = 1.0041$$

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.0041

ตารางที่ 18ค อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% (Internal Rate of Return: IRR)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุน	รวม	ผลตอบแทน	ผลตอบแทน	DF	PVผลตอบแทน	DF	PVผลตอบแทน
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน	สินค้า	ค่าใช้จ่าย		สุทธิ	26%	แทนสุทธิ	28%	แทนสุทธิ
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	- 6,660,000	1	- 6,660,000	1	- 6,660,000
1	-	2,018,704	185,070,932	187,089,636	190,446,318	3,356,682	0.794	2,665,206	0.781	2,621,569
2	-	2,197,618	204,040,702	206,238,320	209,684,858	3,446,538	0.63	2,171,319	0.610	2,102,388
3	-	2,597,510	246,889,250	249,486,760	253,404,026	3,917,266	0.5	1,958,633	0.477	1,868,536
รวม	6,660,000	6,813,832	636,000,884	649,474,716	653,535,202	4,060,486	-	135,158	-	- 67,507

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 และการคำนวณ

IRR = อัตราส่วนลดตัวต่ำ + ผลต่างระหว่างอัตราส่วนลดทั้งสอง x (NPVของอัตราส่วนลดตัวต่ำ / ผลต่างของ NPV ตามอัตราส่วนลดทั้งสอง)

$$IRR = 26 + (28-26) \times \frac{135,1158}{135,158 - (-67,507)}$$

$$IRR = 27.33\%$$

ค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 27.33%

ระยะเวลากู้ลงทุน กรณีรายได้ลดลง 5% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% (Pay Back Period)

ตารางที่ 19ค แสดงกำไรสุทธิ

ปีที่	กำไรสุทธิ (บาท)
0	- 20,000
1	2,095,998
2	2,202,021
3	2,578,106

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 และการคำนวณ

ฉะนั้น ปีที่ 0 กำไรสุทธิ -20,000 บาท
 ปีที่ 1 กำไรสุทธิ 2,095,998 บาท
 ปีที่ 2 กำไรสุทธิ 2,202,021 บาท
 รวม 4,278,020 บาท ขาด 2,381,980 บาท
 ปีที่ 3 ได้คืนเดือนละ $\frac{2,381,980}{12} = 198,499$ บาท
 ฉะนั้น $\frac{2,381,980}{198,499} = 11.99$ เดือน
 ดังนั้น 1 เดือน 30 วัน ถ้า .99 เดือน = 29 วัน
 ระยะเวลาในการกู้ลงทุน เท่ากับ 2 ปี 11 เดือน 29 วัน

ประมาณการงบดุลกรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา จำกัด

ประมาณการงบดุล

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 20ค ตารางแสดงงบดุล กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	5,000,000	6,222,982	7,474,518	8,990,197	11,712,064
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (1)	5,000,000	6,222,982	7,474,518	8,990,197	11,712,064
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์					
ที่ดิน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
อาคาร (โกดังเก็บสินค้า)	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
ลานพิเศษยางพารา	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
พาหนะ	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
อุปกรณ์	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
เครื่องใช้สำนักงาน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	162,400	324,800	487,200	974,400
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์					
(2)	1,640,000	1,477,600	1,315,200	1,152,800	665,600
สินทรัพย์อื่นๆ					
สิทธิในการใช้สินทรัพย์ระยะยาว	-	-	-	-	-
เงินทุนในสาธารณูปโภค	20,000	-	-	-	-

ตารางที่ 20ค ตารางแสดงงบดุล กรณีรายได้ลดลง 10%ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
รวมสินทรัพย์อื่นๆ (3)	20,000	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น (1+2+3)	6,660,000	7,700,582	8,789,718	10,142,997	12,377,664
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย					
(ภาษีเงินได้ค้างจ่าย)	-	-	-	-	-
เงินกู้	2,500,000	1,729,914	898,225	-	-
รวมหนี้สิน (4)	2,500,000	1,729,914	898,225	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน	4,160,000	4,160,000	4,160,000	4,160,000	4,160,000
บวก กำไรสะสม	-	1,810,668	3,731,493	5,982,997	7,644,239
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น (5)	4,160,000	5,970,668	7,891,493	10,142,997	11,804,239
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
(4+5)	6,660,000	7,700,582	8,789,718	10,142,997	11,804,239

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ประมาณการงบกำไรขาดทุนกรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา จำกัด

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 21ค ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
รายได้	0	180,422,828	198,648,813	240,066,972	315,889,451
หัก ต้นทุนขาย	0	175,330,356	193,301,718	233,895,079	309,326,241
กำไรขั้นต้น	0	5,092,472	,347,095	6,171,893	6,563,210
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	20000	2,114,833	2,302,266	2,721,201	3,129,381
หัก ค่าเสื่อมราคา	-	162,400	162,400	162,400	162,400
กำไรจากการดำเนินงาน	- 20,000	2,815,239	2,882,429	3,288,292	3,271,429
บวก รายได้อื่น	-	-	-	-	-
รวมกำไรก่อนหักดอกเบี้ย	- 20,000	2,815,239	2,882,429	3,288,292	3,271,429
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	199,999	138,393	71,858	898,225
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	- 20,000	2,615,240	2,744,036	3,216,434	2,373,204
หัก ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (30%)	-	784,572	823,211	964,930	711,961
กำไรสุทธิ	- 20,000	1,830,668	1,920,825	2,251,504	1,661,243
กำไรสะสม	- 20,000	1,810,668	3,731,493	5,982,997	7,644,239

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ประมาณการงบกระแสเงินสดกรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%

บริษัท ศูนย์รวมรับซื้อยางพารา จำกัด

ประมาณการงบกระแสเงินสด

สำหรับงวด 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปีที่ 1-3

ตารางที่ 22ค ตารางแสดงงบกระแสเงินสด กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
กระแสเงินสดรับ					
ทุนของเจ้าของ	4,160,000	-	-	-	-
เงินกู้	2,500,000	-	-	-	-
ขายสินค้า	-	180,422,828	198,648,813	240,066,972	315,889,451
รวมกระแสเงินสดรับ					
(1)	6,660,000	180,422,828	198,648,813	240,066,972	315,889,451
กระแสเงินสดจ่าย					
ต้นทุนสินค้า	-	175,330,356	193,301,718	233,895,079	309,326,241
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-	2,114,833	2,302,266	2,721,201	3,129,381
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (30%)	-	784,572	823,211	964,930	711,961
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,640,000	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	20,000	-	-	-	-
ชำระคืนเงินต้น	-	770,086	831,690	898,225	-
ชำระคืนดอกเบี้ย	-	199,999	138,393	71,858	-
รวมกระแสเงินสดจ่าย					
(2)	1,660,000	179,199,846	197,397,278	238,551,292	313,167,584
เงินสดสุทธิ (1-2)	5,000,000	1,222,982	1,251,535	1,515,679	2,721,867

ตารางที่ 22ค ตารางแสดงงบกระแสเงินสด กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
เงินสดต้นงวด	5,000,000	1,222,982	1,251,535	1,515,679	2,721,867
เงินสดปลายงวด	-	5,000,000	6,222,982	7,474,518	8,990,197
กระแสเงินสดสุทธิ	5,000,000	6,222,982	7,474,518	8,990,197	11,712,064

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

ตารางที่ 23ค มูลค่าปัจจุบันสุทธิ กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% (Net Present Value: NPV)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุน สินค้า	รวมค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	DF 10%	PV
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน						
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	- 6,660,000	1	- 6,660,000
1	-	2,114,833	175,330,356	177,445,189	180,422,828	2,977,639	0.909	2,706,673
2	-	2,302,266	193,301,718	195,603,984	198,648,813	3,044,829	0.826	2,515,029
3	-	2,721,201	233,895,079	236,616,280	240,066,972	3,450,692	0.751	2,591,470
รวม	6,660,000	7,138,300	602,527,153	616,325,453	619,138,612	2,813,159	-	1,153,172

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ.2549 และการคำนวณ

$$NPV = 1,153,172$$

ตารางที่ 24ค อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุนสินค้า	รวมค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน	DF 10%	PVค่าใช้จ่าย	PVผลตอบแทน
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน						
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	1	6,660,000	-
1	-	2,114,833	175,330,356	177,445,189	180,422,828	0.909	161,297,677	164,004,351
2	-	2,302,266	193,301,718	195,603,984	198,648,813	0.826	161,568,891	164,083,920
3	-	2,721,201	233,895,079	236,616,280	240,066,972	0.751	177,698,826	180,290,296
รวม	6,660,000	7,138,300	602,527,153	616,325,453	619,138,612	-	507,225,394	508,378,566

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 และการคำนวณ

$$B/C = \frac{PV\ of\ benefit}{PV\ of\ cost} = \frac{508,378,566}{507,225,394} = 1.0023$$

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.0023

ตารางที่ 25ค อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% (Internal Rate of Return: IRR)

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่ายของโครงการ		ต้นทุน สินค้า	รวม ค่าใช้จ่าย	ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	DF 18%	PV	DF 20%	PV
	ประเภททุน	ค่าดำเนินงาน								
0	6,660,000	-	-	6,660,000	-	- 6,660,000	1	- 6,660,000	1	- 6,660,000
1	-	2,114,833	175,330,356	177,445,189	180,422,828	2,977,639	0.847	2,523,423	0.833	2,481,366
2	-	2,302,266	193,301,718	195,603,984	198,648,813	3,044,829	0.718	2,186,749	0.694	2,114,464
3	-	2,721,201	233,895,079	236,616,280	240,066,972	3,450,692	0.609	2,100,198	0.579	1,996,928
รวม	6,660,000	7,138,300	602,527,153	616,325,453	619,138,612	2,813,159		150,369		- 67,242

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 และการคำนวณ

IRR = อัตราส่วนลดตัวต่ำ + ผลต่างระหว่างอัตราส่วนลดทั้งสอง x (NPVของอัตราส่วนลดตัวต่ำ / ผลต่างของ NPV ตามอัตราส่วนลดทั้งสอง)

$$IRR = 18 + (20-18) \times \frac{150,369}{150,369 - (-67,242)}$$

$$IRR = 19.38\%$$

ค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 19.38%

ระยะเวลาคืนทุน กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10% (Pay Back Period)

ตารางที่ 26ก แสดงกำไรสุทธิ กรณีรายได้ลดลง 10% ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10%

หน่วย : บาท

ปีที่	กำไรสุทธิ
0	- 20,000
1	1,830,668
2	1,920,825
3	2,251,504
4	1,661,243

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2549 และการคำนวณ

ฉะนั้น ปีที่ 0 กำไรสุทธิ -20,000 บาท
 ปีที่ 1 กำไรสุทธิ 1,830,668 บาท
 ปีที่ 2 กำไรสุทธิ 1,920,825 บาท
 ปีที่ 3 กำไรสุทธิ 2,251,504 บาท
 รวม 5,982,997 บาท ขาด 677,003 บาท
 ปีที่ 4 ได้คืนเดือนละ $\frac{1,661,243}{12} = 138,437$ บาท
 ฉะนั้น $\frac{1,661,243}{138,437} = 11.99$ เดือน
 ดังนั้น 1 เดือน 30 วัน ถ้า .99 เดือน = 29 วัน
 ระยะเวลาในการคืนทุน เท่ากับ 3 ปี 11 เดือน 29 วัน

ประวัติผู้เขียน

นางสาวนันทมน เอียนนุช เกิดวันที่ 23 เมษายน พ.ศ.2522 สถานที่เกิดจังหวัดตรัง จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสตรีทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัมพรไพศาล จังหวัดนนทบุรี ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ ปีการศึกษา 2544 ภายหลังการสำเร็จการศึกษาได้ทำงานกับบริษัทต่างๆ ตำแหน่งฝ่ายการตลาดและตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายการตลาด หลังจากนั้นทำธุรกิจขายโทรศัพท์มือถือที่ห้างมาบุญครอง ชื่อร้านเซฟโฟน ตามลำดับ จากการทำงานเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจจึงทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทด้านผู้ประกอบการ โดยทำการศึกษาต่อในสาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในปีการศึกษา 2547