

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินการด้านการตลาดข้อตกลงยางควนขนุนในปัจจุบัน วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของระบบการตลาดข้อตกลงยางควนขนุนในปัจจุบัน และเพื่อกำหนดรูปแบบตลาดข้อตกลงที่เหมาะสมต่อการพัฒนาตลาดยางไปสู่ตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดข้อตกลงยางควนขนุนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และข้อมูลปฐมภูมิซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยการจัดประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับเจ้าหน้าที่ คณะอนุกรรมการและสมาชิกของตลาดข้อตกลงยางควนขนุนตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้ซื้อ ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของตลาดข้อตกลงยางควนขนุน ตลอดจนข้อเสนอแนะในการกำหนดแบบจำลองการตลาดที่เหมาะสม

ผลการวิจัยพบว่า ตลาดข้อตกลงยางควนขนุนได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2534 เป็นรูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานราชการคือสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สทย.) อำเภอควนขนุนและชมรมสหกรณ์กองทุนสวนยางควนขนุน ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ผลิตยางแผ่นผึ่งแห้ง โดย สทย. เป็นผู้ประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อให้ผู้ซื้อผู้ขายปฏิบัติตามสัญญาที่ได้ตกลงไว้ล่วงหน้า ตลอดจนให้คำปรึกษา และอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ เช่น อาคารสถานที่ในการส่งมอบ อุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ เป็นต้น และจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของตลาดข้อตกลงยางควนขนุน พบว่า มีจุดแข็งในด้านความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง คุณภาพผลผลิต มีจุดอ่อนด้านการขาดเงินทุนหมุนเวียน และมีโอกาสคือ การสนับสนุนของภาครัฐ และการขยายตลาดในอนาคต โดยจากการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้เกิดการพัฒนาแบบจำลองการตลาดข้อตกลงยาง โดยรายละเอียดดังนี้

โครงสร้างการตลาดข้อตกลงยางควนขนุนประกอบด้วย ผู้จัดการตลาดซึ่งอาจเป็นหัวหน้าสำนักงาน สทย.อำเภอ หรือ หัวหน้าแผนกการสงเคราะห์ และเจ้าหน้าที่การตลาด 3 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายตกลงราคา ฝ่ายดำเนินการและส่งมอบ และฝ่ายการเงิน ส่วนชมรมสหกรณ์กองทุนสวนยางควนขนุนจะมีคณะอนุกรรมการตลาด 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ ฝ่ายการเงิน และฝ่ายข้อมูลและจัดสรร ทำหน้าที่ประสานงานด้านการตลาดกับเจ้าหน้าที่ของตลาดข้อตกลงยางในฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่และคณะอนุกรรมการทั้ง 3 ฝ่ายมีดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายตกลงราคา ทำหน้าที่เปิดและตกลงราคา ปริมาณ วันเวลาและสถานที่ส่งมอบ โดยอนุกรรมการฝ่ายแจ้งข้อมูลและจัดสรรเป็นผู้รวบรวมข้อมูลราคาซื้อขายยางสด ปริมาณยางที่พร้อมส่งมอบในวันส่งมอบจากสมาชิก เพื่อแจ้งให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายตกลงราคาทุกวันจันทร์และวันพุธของ

สัปดาห์ ทั้งนี้เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่มีข้อมูลเพียงพอในการเปิดราคาขายขางให้แก่ผู้ซื้อได้ทันทีที่ผู้ซื้อติดต่อเข้ามายังตลาดฯ นอกจากนี้ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปจัดทำเป็นคำสั่งเสนอขาย (Order) เพื่อนำขึ้น website ของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางหรือส่งโทรสารให้กับผู้ซื้อ เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาตัดสินใจสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายดำเนินการและส่งมอบ ทำหน้าที่จัดสรรโควตา ตรวจสอบคุณภาพและส่งมอบสินค้าให้ตรงตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญาซื้อขายทั้งปริมาณ คุณภาพและวันเวลาที่ส่งมอบ โดยจะดำเนินงานร่วมกับอนุกรรมการตลาดฝ่ายแจ้งข้อมูลและจัดสรร เพื่อร่วมกันพิจารณาจัดสรรโควตาการผลิตให้กับสมาชิกฯ ที่สามารถผลิตสินค้าได้ตามคุณภาพที่ถูกชำระบออย่างเป็นธรรม นอกจากนี้ยังร่วมกับอนุกรรมการฝ่ายตรวจสอบคุณภาพในการควบคุม ดูแล และให้คำแนะนำในการพัฒนาสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ตรงตามที่คุณซื้อต้องการ ตลอดจนวันเวลาส่งมอบตรงตามที่ระบุไว้ในสัญญาซื้อขาย ซึ่งสถานที่ส่งมอบส่วนใหญ่ จะส่งมอบที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดพัทลุง เนื่องจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดพัทลุงมีความพร้อมในเรื่องสถานที่และอุปกรณ์

3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน ทำหน้าที่คำนวณมูลค่าขางและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้านการตลาด ส่งให้อนุกรรมการฝ่ายการเงิน เพื่อจัดทำหลักฐานการรับเงินให้แก่ผู้ซื้อและหลักฐานการจ่ายเงินให้แก่สมาชิก

ประโยชน์ของตลาดข้อตกลงขางต่อผู้ขายและผู้ซื้อ ได้แก่ผู้ขายขาง (เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร) คือ 1) สามารถรู้ราคาขางล่วงหน้า 2) มีการตกลงที่ชัดเจน ทั้งปริมาณ คุณภาพและ การส่งมอบทำให้สามารถวางแผนการผลิตได้ 3) เพิ่มอำนาจต่อรอง 4) ลดต้นทุนทางการตลาด เนื่องจากลดขั้นตอนทางการตลาด 5) กระตุ้นให้มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 6) มีราคาอ้างอิงในการกำหนดราคาขาง 7) เกิดความร่วมมือและการสร้างเครือข่าย สำหรับผู้ซื้อขาง (พ่อค้า โรงงาน ผู้ส่งออก) ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับสินค้าตามที่ต้องการ (ปริมาณ คุณภาพ ระยะเวลา) ลดต้นทุนการตลาดจากการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรรายย่อย และสามารถวางแผนการใช้วัตถุดิบได้ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้

จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานของตลาดข้อตกลงขางควนขนุนเป็นเพียงการอำนวยความสะดวกด้านการตลาดเพื่อให้ผู้ซื้อผู้ขายได้พบกัน โดยผู้ซื้อสามารถเสนอราคาที่ต้องการซื้อ ผู้ขายเสนอราคาที่ต้องการขายและเกิดการต่อรองราคา จนได้ราคาซื้อขายที่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายพอใจและตกลงซื้อขายกันล่วงหน้า เมื่อตกลงทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า เจ้าหน้าที่และคณะอนุกรรมการตลาดทั้ง 3 ฝ่าย จะควบคุมให้ผู้ซื้อและผู้ขายปฏิบัติตามที่ได้ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งรูปแบบตลาดดังกล่าวทำให้ตลาดขางมีประสิทธิภาพขึ้น กล่าวคือ ทำให้คนกลางทางการตลาดลดลง ผู้ผลิตขางขางได้ในราคาที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้ซื้อสามารถควบคุมราคา ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ เพื่อวางแผนการผลิตในระยะยาวได้

Abstract

173424

This research is aimed to study the marketing features of the present Kuan Kanoon Rubber Agreement as well as the analysis on strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT analysis). The study is carried out to define the appropriate agreement marketing pattern for further development in order to be efficient rubber market. The participatory action research is applied in the study. The data are derived by the secondary data which have been collected from the marketing operation of Kuan Kanoon Rubber Agreement. Meanwhile, the primary data are compiled by the small group meeting with the subcommittee, and members of Kuan Kanoon Rubber Agreement Market. Moreover, the buyers' interviews in different aspects which are strengths, weaknesses, opportunities, and threats and suggestions to define the appropriate marketing model of Kuan Kanoon Rubber Agreement are considered.

The research is found that the Kuan Kanoon Rubber Agreement Market is a kind of an operation cooperated between government offices which are Office of Rubber Replanting Aid Fund (ORRAF) in Kuan Kanoon District, and the ORRAF cooperative club which is united by dry sheet rubber manufacturers. The ORRAF functions as a coordinator among buyers and sellers in order to supervise them to materialize the future contracts as well as provide facilitations and consultations in various aspects e.g. venues for delivery activities, office equipment, etc.

The mentioned marketing structure is consisted of a marketing manager who may be the administrative head of ORRAF or the replanting department head as well as marketing officers of 3 parties i.e. price agreement department, operation and delivery department, and financial department. On the other hand, the ORRAF cooperative club is consisted of the marketing subcommittee of 3 parties i.e. quality inspection, financial department, and data and allocation department. These personnel coordinate with officers of the rubber agreement market in different departments. The functions of the officers and the subcommittee are described as following: -

1) Price agreement officers are responsible for price offer and negotiation, quantity, delivery date, time and place. The subcommittee on information notification and allocation will compile the data of latex buying price, and latex quantity which is ready for delivery from the members. The information will be notified to price agreement officers every Monday and Wednesday weekly. Consequently, the officers will have adequate information to offer the buyers for the selling price once they approach the market. Besides, the mentioned information can be generated into orders to be

posted on the ORRAF website or forwarded via fax transmission to buyers in order to be information for buying consideration.

2) The operation and delivery officers are handling the quota allocation, quality inspection, and on time delivery as agreed in the contract in both quantity and quality as well as delivery date. The operation will be conducted along with the subcommittee on information notification and allocation in order to consider the production quota for members who are able to produce the quality products as clients' requirements. Furthermore, the officers will cooperate with the subcommittee of the quality inspection department in the supervision and provide suggestions for product development to achieve the consistent quality products. In addition, the delivery places are mostly defined to be at ORRAF in Phattalung Province due to the readiness of the place and equipments.

3) The financial officers are focused on the rubber volume calculation and the marketing operation expense, and forward to the financial subcommittee to arrange the evidence of payment transaction to the buyers and members. The benefits of the rubber agreement market for the sellers and buyers are described as details.

The rubber sellers (agriculturists, agriculturist groups)

- 1) Future price acknowledgement
- 2) Precise agreement in quantity, quality and delivery in order to proceed the production planning
- 3) The increment of negotiation power
- 4) The marketing cost decrement due to lessened marketing procedures
- 5) The enhance of the production development
- 6) The identification price for selling price determination
- 7) The cooperation and network expansion

The rubber buyers (merchants, factories, exporters)

- 1) The receipt of products as requirements (quantity, quality, duration)
- 2) The decrement of the marketing cost by collecting the outputs from minor agriculturists
- 3) The ability to plan the raw material consumption
- 4) The ability to control the quality

173424

Finally, the operation of the Kuan Kanoon Rubber Agreement Marketing is only the facilitation on marketing in order to ease the sellers and buyers to meet one another. The buyers offer the buying price while the sellers offer the selling price. As a result, the price negotiation is materialized and then concluded. When the future contracts have been made, the officers and subcommittee of the 3 parties will frame the buyers and sellers to follow accordingly with the contracts. The above-mentioned market pattern helps increase the efficiency of the market. Consequently, the middlemen would be decreased. The manufacturers are capable to sell the rubber in the higher price. Meanwhile, the buyer is able to monitor the price, quality and quantity of raw material for long term production.