

การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรรายย่อยปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบน  
**The Efficiency Development of Smallholder Rubber Farms in Northern,  
 Thailand**

นครเรศ รังควัต<sup>1</sup> บังอร เมฆะ<sup>1</sup> อุดมวิทย์ น้กคนตรี<sup>2</sup> พนิดพิมพ์ สิทธิศักดิ์<sup>3</sup>  
 และ ทินรัตน์ พิทักษ์พงษ์เจริญ<sup>4</sup>

<sup>1</sup> คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ 50290

<sup>2</sup> คณะศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ 50290

<sup>3</sup> ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200

<sup>4</sup> สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) จ.เชียงใหม่ 50200

**บทคัดย่อ**

แผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิต การตลาดและการสื่อสารการตลาดของเกษตรกรรายย่อยปลูกยางพาราในภาคเหนือตอนบน การศึกษาประกอบไปด้วย 3 โครงการย่อยคือ 1) การผลิตสื่อในรูปแบบของวีซีดี และเผยแพร่ความรู้การผลิตให้กับเกษตรกร 2) ด้านการตลาดเป็นการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการผลิต ส่วนเหลือและมูลค่าส่วนเหลือการตลาด พร้อมกับจัดตั้งเครือข่ายการตลาด และ 3) การผลิตสื่อเผยแพร่ข่าวสารการตลาดในรูปแบบของจดหมายข่าว เพื่อให้เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารและสถานการณ์การตลาดที่เป็นปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดเชียงใหม่ ดูแลส่งเสริมพื้นที่ปลูกยางในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และจังหวัดเชียงใหม่ เกษตรกรที่ศึกษาทั้งสิ้น 120 ราย

ผลการประเมินความรู้ก่อนและหลังการฝึกอบรม พบว่า ก่อนการฝึกอบรมเกษตรกรมีความรู้ด้านต่างๆ ของการผลิตยางก้อนถ้วยในระดับดีถึงดีมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ยช่วง 3.75 ถึง 4.25 จากคะแนนเต็ม 5 แต่เกษตรกรมีความรู้น้อยถึงน้อยที่สุดในเรื่องของการแปรรูปยางแผ่นดิบ ด้วยระดับคะแนนเฉลี่ยช่วง 1.63 ถึง 2.68 ส่วนการปลูกและดูแลรักษา และการเปิดกรีดเกษตรกรมีความรู้ในระดับพอใช้ถึงระดับดี หลังการฝึกอบรมเกษตรกรมีความรู้เพิ่มขึ้น จากความรู้ระดับคะแนนน้อยถึงน้อยที่สุดเพิ่มขึ้นเป็นระดับคะแนนพอใช้ถึงดี และจากระดับคะแนนพอใช้ถึงระดับดีเพิ่มขึ้นเป็นระดับคะแนนดีถึงดีมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรได้รับความรู้ในการผลิตยางพาราในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น

การผลิตยางก้อนถ้วยของเกษตรกรมีต้นทุนเฉลี่ยกิโลกรัมละ 32.10 บาท และขายผลผลิตได้ กิโลกรัมละ 37.47 บาท กำไรสุทธิเท่ากับ 5.37 บาท ส่วนการผลิตยางแผ่นดิบมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย กิโลกรัมละ 36.30 บาท และขายผลผลิตได้ในราคา กิโลกรัมละ 53.83 บาท มีกำไรสุทธิเท่ากับ 17.53 บาท เกษตรกรร้อยละ 80 ขายผลผลิตในรูปแบบยางก้อนถ้วย ส่วนที่เหลือร้อยละ 20 ขายเป็นยางแผ่นดิบ โดยยางก้อนถ้วยเกษตรกรให้กับพ่อค้าเร่ (ร้อยละ 15) และเกษตรกรรวมกลุ่มขายนัดหมายให้ พ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อ (ร้อยละ 65) ส่วนยางแผ่นดิบเป็นการรวมกลุ่มขายด้วยระบบการประมูลของพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นแข่งขันกันเสนอราคาผู้ที่ให้ราคาสูงสุดเป็นผู้ชนะการประมูล ผลผลิตทั้งหมดพ่อค้าผู้รวบรวมส่งขายตลาดกลางจังหวัดระยอง พ่อค้าเร่มีส่วนเหลือจากการตลาดกิโลกรัมละ 7.49 บาท เป็นทุนการตลาดและกำไรเท่ากับ 2.75 และ 4.74 บาท พ่อค้าท้องถิ่นรับซื้อยางก้อนจากเกษตรกรรวมกลุ่มขายมีส่วนเหลือจากการตลาดเท่ากับกิโลกรัมละ 2.75 บาท เป็นต้นทุนการตลาดและกำไรของพ่อค้ากิโลกรัมละ 2 และ 0.75 บาท พ่อค้ารับซื้อยางแผ่นดิบมีส่วนเหลือจากการตลาดกิโลกรัมละ 2.13 บาท ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและไรของพ่อค้าเท่ากับ 1.50 และ 0.63 บาท ในปี 2556 พื้นที่ศึกษาจะมีผลผลิตยางพาราทั้งยางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบทั้งสิ้น 869.83 ตัน มีมูลค่าส่วนเหลือเท่ากับ 2,990,938.90 บาท ซึ่งเป็นต้นทุนรวมทางการตลาดและกำไรของพ่อค้าเท่ากับ 1,788,032.50 และ 1,202,906.40 บาท ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมการพัฒนาเครือข่าย การศึกษานี้ได้จัดทำจดหมายข่าวจำนวน 3 ฉบับ คือ ฉบับเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2557 ฉบับเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 และฉบับเดือนเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2558 องค์ประกอบเนื้อหาของสื่อที่จัดทำประกอบด้วย สรุปสถานะตลาดและราคาขาย สถานการณ์การตลาดและราคาขาย และสรุปข่าวภายในรอบเดือน จดหมายข่าวจัดส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ ผลการประเมินความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อเผยแพร่ข่าวสารการตลาด พบว่า ในด้านข้อมูลข่าวสารในจดหมายข่าวและการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์เกษตรกรมีความพึงพอใจในทุกๆ ด้านในระดับมากถึงมากที่สุด ขณะที่การออกแบบและจัดรูปแบบสื่อมีระดับคะแนนเฉลี่ยในระดับพอใช้ถึงมาก

คำสำคัญ: ศักยภาพการผลิต การตลาดยางพารา เครือข่ายการตลาด การสื่อสารการตลาด เกษตรกรราย

ย่อยปลูกยางพารา

### Abstract

The objective of this study was develop capacity of production, marketing and marketing communication of stallholder rubber farm in northern, Thailand. The study was included into 3 sub-projects: 1) produce VCD production of rubber and promote to farmers; 2) the marketing, an analysis of cost production and net return, margin and marketing margin, including establish of marketing net work; 3) to produce rubber newsletters and promote to famers received information the current market situation. The sample groups in this study consisted of 120 households farmers registered with the Office of Rubber Replanting Aid Fund. There was promotion in Chiang Mai, Lumphun, Lampang and Mae Hong Son provinces.

An evaluated pre and post training by the use of media to promotion, the results found that before training the famer was very well have the knowledge in any way the producing cup lump of rubber. There was an average score between 3.75 and 4.25 from the total of 5. The farmer was lowest of knowledge in any way of producing unsmoked rubber sheet which the score between 1.63 to 2.68. The sample have fairly and well of knowledge in the planting and maintenance, opening rubber latex and collected of latex. However, after training by media use, the knowledge of farmer was increased from lowest to fairly and well level of scares and from fairly and well to very well level of scare. This was showed increase knowledge of famers in any field of rubber production.

The result found that an average cost cup of rubber and price for sale of 32.10 and 37.47 baht per kilogram. The farmer was benefited from cup lump of rubber as 5.37 baht per kilogram. For the unsmoked rubber sheet had an average cost and price for sale of 36.30 and 53.83 baht per kilogram. They were benefited in the unsmoked rubber sheet as baht per kilogram. The smallholder rubber farms were a 80 percent sale in form cup lump of rubber and unsmoked rubber sheet of 20 percent. The cup lump of rubber, the farmer sale to travelers' merchant at the village level of 15 percent and the farmer group was engaged with the middleman come to purchasing in the group or village of 65 percent. For the unsmoked rubber sheet, the farmer group was auction by the middleman which was given high price as the winner. The local assembler /district assembler or wholesaler was collected total yield of rubber yield and there were sale central market in Rayong province. The cup lump of rubber, the travelers' merchant was marketing margin of 7.49 baht. This was cost of marketing and benefit of 2.75 and 4.74 baht respective. Meanwhile, the middleman was

marketing margin of 2.75 baht which was cost of marketing and benefit of 2 and 0.75 baht. For the unsmoked rubber sheet was marketing margin of 2.13 baht, the middleman was marketing cost and benefit of 1.50 and 0.63 baht. In 2013, in northern Thailand was a total rubber yield of 869.83 tons. There gave marketing margin of 2,990,938.90 baht divided into marketing cost and merchant benefit of 1,788,032.50 and 1,202,906.40 baht respective.

Regarding activities and network development, this study had prepared 3 editions of newsletters: October – December, 2014; January – March, 2015; and April – May, 2015. Its content components included conclusion of marketing condition and rubber price, marketing situations and rubber price, and conclusion of rubber price of each month. There newsletters were sent to the sample group via post. For the assessment of the respondent satisfaction and utilization of media on marketing dissemination, it was found that they had a high level up to a highest level of satisfaction with all aspects. Besides, it was found that the respondents had a high level satisfaction with design and format of the media.

Keyword: Efficiency Production Development, Rubber Marketing, Marketing network,  
Marketing Communication and Smallholder Rubber Farm