การศึกษาปัญหาและปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพารา ในจังหวัดพิษณุโลก

A STUDY OF PROBLEM AND SUCCESS FACTORS OF RUBBER INDUSTRIES IN PHITSANULOK PROVINCE

นายประภาส เขียนสุวรรณ รหัส 51363586

นายพงษ์วิสุทธิ์ นาราศรี รหัส 51363616

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ปีการศึกษา 2554

ห้องสมุดคณะวิศวกรรมศาสตร์
วันที่รับ 10 ก.ค. 2555
เลขทะเบียน 15941064
หมู่เรียกหนังสือ ว5
ว346 ป
2554

ใบรับรองปริญญานิพนธ์

ชื่อหัวข้อโครงงาน	การศึกษาปัญหาและปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก	
ผู้ดำเนินโครงงาน	นายประภาส เชียนสุวรรณ	รหัส 51363586
	นายพงษ์วิสุทธ์ นาราศรี	รหัส 51363616
ที่ปรึกษาโครงงาน	ดร.ชัยธำรง พงศ์พัฒนศิริ	
สาขาวิชา	วิศวกรรมอุตสาหการ	
ภาควิชา	วิศวกรรมอุตสาหการ	
ปีการศึกษา	2554	

.....

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร อนุมัติให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ

.....ที่ปรึกษาโครงงาน
(ดร.ชัยธำรง พงศ์พัฒนศิริ)

.....กรรมการ
(ดร.ภาณุ บูรณจารุกร)

.....กรรมการ
(อาจารย์ธนา บุญฤทธิ์)

ชื่อหัวข้อโครงงาน	**การศึกษาปัญหาและปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก**	
ผู้ดำเนินโครงงาน	**นายประภาส เขียนสุวรรณ**	**รหัส 51363586**
	นายพงษ์วิสุทธิ์ นาราศรี	**รหัส 51363616**
ที่ปรึกษาโครงงาน	**ดร.ชัยธำรง พงศ์พัฒนศิริ**	
สาขาวิชา	**วิศวกรรมอุตสาหการ**	
ภาควิชา	**วิศวกรรมอุตสาหการ**	
ปีการศึกษา	2554	

.....

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษา 1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกในด้านการเพาะปลูก กำลังการผลิตและความต้องการของตลาด รวมทั้งปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก 2. เพื่อศึกษาปัญหาในอุตสาหกรรมยางพารา 3. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพารา โดยศึกษาองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยการผลิต 2) บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ 3) ปัจจัยที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน 4) ด้านอุปสงค์ โดยประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้เพาะปลูก กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน สถาบันการศึกษา ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมบริการ ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรมสนับสนุน กลุ่มพ่อค้าคนกลาง จำนวน 45 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จของเครจ์ซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 41 คน การทดสอบสมมติฐานในการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านปัจจัยการผลิต โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านปัจจัยที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูกและผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านอุปสงค์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูก ผู้ผลิตและแปรรูป และกลุ่มพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากในด้านปัญหาอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางพารา ผู้ดำเนินโครงงานได้หาแนวทางในการแก้ไขไว้ในโครงงานเล่มนี้แล้ว

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างดี เพราะได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจาก ดร.ชัยธำรง พงศ์พัฒนศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดต่างๆ ในการทำงานวิจัยในครั้งนี้ และช่วยแก้ไขปัญหา ข้อบกพร่องของการทำงานวิจัยด้วยดีตลอดมา จนทำให้ปริญญานิพนธ์นี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบคุณ กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราทั้งในจังหวัดพิษณุโลกและต่างจังหวัด ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา ข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลด้านการผลิต ข้อมูลด้านการเงิน ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ และ ข้อมูลความเป็นไปได้ในการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา โดยได้จากกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดพิษณุโลก ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ 2 พิษณุโลกของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กลุ่มเกษตรกรสวนยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก กลุ่มพ่อค้ายางพาราในจังหวัดพิษณุโลก หอการค้าจังหวัดพิษณุโลก และสภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก

ขอขอบคุณคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร และอาจารย์ทุกท่านที่ได้จุดประกายความรู้ ให้คำปรึกษาและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา

คณะผู้ดำเนินโครงงานวิศวกรรม
นายประภาส เขียนสุวรรณ
นายพงษ์วิสุทธิ์ นาราศรี

พฤษภาคม 2555

สารบัญ

หน้า

ใบรับรองปริญญานิพนธ์.....ก
บทคัดย่อ.....ข
กิตติกรรมประกาศ.....ค
สารบัญ.....ง
สารบัญตาราง.....ฉ
สารบัญรูป.....ช

บทที่ 1 บทนำ.....1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงงาน.....1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงงาน.....1
1.3 เกณฑ์ชี้วัดผลงาน.....2
1.4 เกณฑ์ชี้วัดผลสำเร็จ.....2
1.5 ขอบเขตการดำเนินโครงงาน.....2
1.6 สถานที่ในการดำเนินโครงงาน.....3
1.7 ระยะเวลาในการดำเนินโครงงาน.....3
1.8 ขั้นตอนการดำเนินโครงการ.....3

บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....5
2.1 ยางพาราในประเทศไทย.....5
2.2 กระบวนการผลิตภัณฑ์ยางพารา.....10
2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....15
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....20

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....22
3.1 แหล่งข้อมูล.....22
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....23

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการทดลองและวิเคราะห์ 29

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 29

4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 29

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 29

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ 68

5.1 บทสรุป 68

5.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล 68

5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก 69

5.4 สรุปการเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพารา ในจังหวัดพิษณุโลก 70

5.5 สรุปจุดเด่นของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก 70

5.6 สรุปจุดด้อยของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก 72

5.7 กลยุทธ์การพัฒนาเกษตรกรผู้เพาะปลูก 74

5.8 กลยุทธ์การพัฒนาตลาดรับซื้อและผู้ประกอบการผลิตและแปรรูปยางพารา 75

5.9 แผนปฏิบัติการของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก 76

5.10 ข้อเสนอแนะ 77

เอกสารอ้างอิง 78

ภาคผนวก ก เครื่องมือเก็บข้อมูล 79

ภาคผนวก ข รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง 85

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน 3

2.1 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย 7

2.2 ปริมาณยางส่งออกไปยังประเทศผู้ซื้อปลายทาง 7

2.3 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในประเทศแยกตามประเภท 7

2.4 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางสังเคราะห์แยกประเภท 8

2.5 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางของไทย 8

2.6 จำนวนโรงงานที่จดทะเบียนเป็นผู้ใช้ยางแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ 9

3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 23

4.1 ค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ 30

4.2 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง 30

4.3 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านปัจจัยการผลิตจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน 35

4.4 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน 38

4.5 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน 42

4.6 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุปสงค์จากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน 43

4.7 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านปัจจัยการผลิตจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ 45

4.8 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ 48

4,9 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ 51

4.10 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุปสงค์จากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ 53

4.11 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านปัจจัยการผลิตโดยภาพรวม 55

4.12 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยภาพรวม 57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.13 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากโดยภาพรวม..... 61

4.14 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุปสงค์โดยภาพรวม..... 63

4.15 การวิเคราะห์ SWOT Analysis เกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จใน อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก กลุ่มเกษตรกรผู้เพาะปลูก ด้านปัจจัยการผลิต.....65

5.1 การเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก..... 70

5.2 สรุปปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก.....70

5.3 สรุปปัจจัยภายนอกสนับสนุนปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด พิษณุโลก.....71

5.4 สรุปปัญหาของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก..... 72

5.5 สรุปปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้เกิดปัญหาของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก.....72

5.6 แนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยางพาราจังหวัดพิษณุโลก.....73

5.7 แนวทางการลดอุปสรรค์ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยางพาราจังหวัดพิษณุโลก.....73

5.8 แผนปฏิบัติการของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก.....76

สารบัญรูป

รูปที่ หน้า

2.1 ผังการแปรรูปขั้นต้นจากผลผลิตของต้นยางพาราของประเทศไทย..... 10

2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดเพชร..... 17

4.1 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่าง.....32

4.2 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง..... 33

4.3 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง..... 33

4.4 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนจำนวนพนักงานของกลุ่มตัวอย่าง.....34

4.5 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนระยะเวลาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา
ของกลุ่มตัวอย่าง.....34

4.6 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนสังกัดของกลุ่มตัวอย่าง..... 35

4.7 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพารา
ในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน..... 37

4.8 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรม
ยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน.....38

4.9 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้เพาะปลูก
ของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน.....40

4.10 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้ผลิต
และแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน.....41

4.11 แผนภูมิแสดงด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุนในกลุ่มผู้เพาะปลูก
และกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก
จากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน..... 43

4.12 แผนภูมิแสดงด้านอุปสงค์ในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป
ของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน.....44

4.13 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพารา
ในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ.....46

4.14 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรม
ยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ.....47

4.15 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้เพาะปลูก
ของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ..... 50

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่ หน้า

4.16 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้ผลิต และแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก จากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ..... 51

4.17 แผนภูมิแสดงด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุนในกลุ่มผู้เพาะปลูก และกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก จากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ.....53

4.18 แผนภูมิแสดงด้านอุปสงค์ในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป ของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ.....54

4.19 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพารา ในจังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวม.....56

4.20 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรม ยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวม.....57

4.21 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้เพาะปลูก ของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวม.....59

4.22 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้ผลิต และแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวม.....61

4.23 แผนภูมิแสดงด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุนในกลุ่มผู้เพาะปลูก และกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวม..... 62

4.24 แผนภูมิแสดงด้านอุปสงค์ในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป ของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกโดยภาพรวม.....64

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงงาน

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาททั้งในแง่ของการจ้างงานและการส่งออก เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพสูงด้านวัตถุดิบที่เป็นข้อได้เปรียบประเทศคู่แข่ง สำหรับในด้านของการจ้างงาน มีเกษตรกรกว่า 6 ล้านคน และแรงงานในอุตสาหกรรมกว่า 200,000 คน ในด้านการส่งออก อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางมีมูลค่าอยู่ในลำดับต้น ๆ ของการส่งออกของไทย และเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติมากที่สุดของโลก (หรือ 1/3ของการผลิตทั้งหมด) มีพื้นที่เพาะปลูกกระจายอยู่ทั่วประเทศกว่า 17ล้านไร่ โดยแบ่งพื้นที่เพาะปลูกหลักๆได้แก่พื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศกระจายอยู่ในภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และบางพื้นที่ของภาคเหนือ โดยที่ภาคเหนือมีการปลูกยางพาราว่า 800,000 ไร่

โดยที่จังหวัดพิษณุโลกเองได้มีโครงการส่งเสริมการปลูกยางพารา 100,000 ไร่ แต่พื้นที่เพาะปลูกจริงมีถึงประมาณ 400,000 ไร่ อีกทั้งยังมีโครงการที่จะส่งเสริมให้ทางจังหวัดพิษณุโลกเป็นศูนย์กลางการค้ายางพาราในส่วนภาคเหนือตอนล่างสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นอีกจังหวัดที่น่าสนใจในการเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราเพราะด้วยสภาพภูมิอากาศและสภาพภูมิประเทศที่เอื้อต่อการเพาะปลูกยางพารา คณะผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของจังหวัดพิษณุโลกทั้งในด้านของการปลูกยางพาราและผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงงาน

1.2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกในด้านการเพาะปลูก กำลังการผลิตและความต้องการของตลาด รวมทั้งปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

1.2.2 เพื่อศึกษาปัญหาในอุตสาหกรรมยางพารา

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพารา

1.3 เกณฑ์ชี้วัดผลงาน (Output)

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติ ซึ่งดำเนินการจากการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งผลการวิเคราะห์ตามทฤษฎี SWOT (SWOT Analysis) ซึ่งจะแสดงให้เห็นความสามารถในอุตสาหกรรมยางพาราของจังหวัดพิษณุโลก

1.4 เกณฑ์ชี้วัดผลสำเร็จ (Outcome)

ทราบถึงสถานการณ์ยางพาราในปัจจุบันของจังหวัดพิษณุโลกในด้านการเพาะปลูก กำลังการผลิตและความต้องการของตลาด รวมทั้งปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมยางพาราของจังหวัดพิษณุโลก ทราบปัญหาในอุตสาหกรรมยางพารา และสามารถให้แนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราในด้านต่างๆได้

1.5 ขอบเขตในการดำเนินโครงงาน

1.5.1 ด้านเนื้อหา

ในการวิจัยนี้จะทำการศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโครงสร้างการทำสวนยางพาราการทำแปลงเพาะต้นกล้า การปลูกสวนยางพารา ปริมาณผลผลิตยางพาราในปัจจุบัน

1.5.2 ด้านแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลของการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก โดยพิจารณาถึงปริมาณน้ำยางพารา การตลาด การผลิต การเงิน และการบริหารจัดการ ซึ่งได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา โดยได้จากกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดพิษณุโลก ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ 2 พิษณุโลกของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กลุ่มเกษตรกรสวนยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก และกลุ่มพ่อค้ายางพาราในจังหวัดพิษณุโลก หอการค้าจังหวัดพิษณุโลก และสภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก

1.5.3 ด้านตัวแปรที่ศึกษา

ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา จังหวัดพิษณุโลก ในแต่ละช่วงคำนึงถึงการวิเคราะห์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จของจังหวัดพิษณุโลกในอุตสาหกรรมยางพาราทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

1.5.3.1 ด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

1.5.3.2 ปัจจัยการผลิต

1.5.3.3 ปัจจัยที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน

1.5.3.4 ด้านอุปสงค์

1.6 สถานที่ในการดำเนินโครงงาน

สถานที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

1.7 ระยะเวลาในการดำเนินโครงงาน

เดือนมิถุนายน 2554 – เดือนพฤษภาคม 2555

1.8 ขั้นตอนการดำเนินโครงการ (Gantt Chart)

ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ลำดับ	การดำเนินงาน	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.
1	เสนอหัวข้อโครงงาน	↔							
2	จัดทำหัวข้อโครงการ	↔	↔	↔					
3	ตรวจสอบและแก้ไขหัวข้อโครงการ			↔	↔	↔			
4	สอบหัวข้อโครงงาน (Proposal)					↔			
5	แก้ไขและส่งหัวข้อโครงงาน						↔		
6	ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปและทฤษฎีที่จำเป็น			↔	↔	↔	↔		

ตารางที่ 1.1 (ต่อ) ขั้นตอนการดำเนินงาน

ลำดับ	การดำเนินงาน	ต.ค.		พ.ย.		ธ.ค.		ม.ค.		ก.พ.		มี.ค.		เม.ย.		พ.ค.	
7	ทำการสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล พร้อมเสนอที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง	←	→	→													
8	ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง			←	→	→											
9	นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยสถิติและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง				←	→	→										
10	สรุปผลโครงงาน					←	→	→									
11	จัดทำเอกสารประกอบโครงงาน				←	→	→	→	→	→	→	→	→	→			
12	เสนอที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแก้ไขปริญญานิพนธ์					←	→	→	→	→	→	→	→	→			
13	สอบปริญญานิพนธ์													←	→		
14	ตรวจสอบแก้ไขและส่งปริญญานิพนธ์															←	→

บทที่ 2
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้
เอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 ยางพาราในประเทศไทย

2.1.1 นโยบายการปฏิรูประบบการพัฒนายางพาราไทย

ยางพาราเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยมานานนับร้อยปี โดยเฉพาะปี 2544 ที่ผ่านมา ยางพาราสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงถึง 162,955 ล้านบาท ประกอบด้วยมูลค่าส่งออกในรูปวัตถุดิบ 58,703 ล้านบาท มูลค่าผลิตภัณฑ์ยาง 48,495 ล้านบาท มูลค่าผลิตภัณฑ์ไม้ยางพารา 55,757 ล้านบาท (คณะกรรมการปฏิรูปการพัฒนายางพาราไทย, 2545 : 41)

ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพารารวมทั้งสิ้น 12.3 ล้านไร่ กระจายอยู่ใน ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวม 42 จังหวัด มีเกษตรกรประกอบอาชีพทำสวนยางประมาณ 1 ล้านครอบครัว ก่อให้เกิดการจ้างงานปีละหลายล้านคน ช่วยลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทเข้าสู่เมือง แม้ว่าไทยจะเป็นผู้ผลิตยางธรรมชาติได้ในสัดส่วนประมาณ 1 ใน 3 ของยางที่โลกผลิตได้ และส่งออกยางธรรมชาติมากเป็นอันดับ 1 ของโลก ตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา แต่เกษตรยังขาดความมั่นคงในอาชีพการทำสวนยางเพราะราคายางยังผันผวนอยู่ตลอดเวลานอกจากนั้นยังมีปัญหาอื่นๆ ซึ่งเรื้อรังหลายประการจำเป็นต้องแก้ไขเป็นกรณีเร่งด่วนและแก้ปัญหาพร้อมๆ กัน เพื่อให้สถานะยางไทยมีความมั่นคงสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ปัญหาที่ประสบเสมอมามี 3 ข้อได้แก่ 1.เกษตรกรชาวสวนยางยังคงยากจนอยู่ 2. ทำไมผลิตยางได้มากแต่ได้เงินน้อย 3. ทำไมตลาดยางจึงเป็นของผู้ซื้อ

2.1.2 ภาพรวมยางพาราไทย

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ยางพาราจึงเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้ประเทศและมีเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศจำนวนมาก รวมถึงสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรยางพาราได้เป็นอย่างดี อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราขั้นต้น ที่นำเอาน้ำยางสดที่กรีดได้จากต้นยางพารามาแปรรูปซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ชนิด ได้แก่

2.1.2.1 ยางแผ่นรมควัน

2.1.2.2 ยางแท่ง

2.1.2.3 ยางเครพ

2.1.2.4 ยางผึ่งแห้ง

2.1.2.5 น้ำยางข้น

ยางพาราเหล่านี้จะนำมาไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่นๆ เช่น ยางยานพาหนะ ประกอบด้วย ยางรถยนต์ ยางรถจักรยาน เป็นต้น

การผลิตยางธรรมชาติประมาณร้อยละ 70 มาจากแหล่งที่สำคัญ คือ ไทย อินโดนิเซีย และมาเลเซีย โดยไทยเป็นประเทศที่ผลิตยางธรรมชาติเป็นรายใหญ่ที่สุด ซึ่งเน้นที่การผลิตยางแผ่นรมควัน และน้ำยางขัน ยางแผ่นที่ไทยสามารถผลิตได้มากที่สุดคือ ยางแผ่นลมควันชั้น 3

2.1.3 พื้นที่และลักษณะการปลูกยางพาราในประเทศไทย

พื้นที่ปลูกยางพาราหลักๆ ของประเทศไทยอยู่ในภาคใต้ 15 จังหวัด ภาคตะวันตก 6 จังหวัด และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 16 จังหวัด สำหรับเขตการปลูกยางของประเทศไทยแบ่งการปลูกยางออกเป็น 2 เขตใหญ่ๆ คือ

2.1.3.1 เขตปลูกยางเดิม กระจายใน 14 จังหวัดของภาคใต้ คือ ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี กระบี่ พังงา ภูเก็ต นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สงขลา สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส และรวมถึงใน 3 จังหวัดในภาคตะวันออกคือ ระยอง จันทบุรี และตราด และภาคกลางตอนล่าง คือ ประจวบคีรีขันธ์

2.1.3.2 เขตปลูกยางใหม่ กระจายใน 2 จังหวัดของภาคตะวันออก คือ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา และ 17 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ กาฬสินธุ์ นครพนม มุกดาหาร เลย สกลนคร หนองคาย อุดรธานี หนองบัวลำภู นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม ยโสธร ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ

จังหวัดพิษณุโลกเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีการปลูกยางพาราจำนวนมาก โดยจำแนกเป็นสวนยางพาราที่สามารถกรีดได้แล้วจำนวน 1,000 ไร่ และการปลูกยางในโครงการส่งเสริมการปลูกยาง 1,000,000 ไร่ จำแนกเป็น พ.ศ. 2547 จำนวน 1,841 ไร่ พ.ศ. 2548 จำนวน 3,779 ไร่ พ.ศ. 2549 จำนวน 7,857 ไร่ โครงการผู้ว่า CEO จังหวัดพิษณุโลก ปี 2549 จำนวน 11,000 ไร่

2.1.4 การบริโภคและการตลาดยางพารา

การบริโภคยางพาราในประเทศไทย ไทยใช้ยางธรรมชาติที่ผลิตได้ปริมาณร้อยละ 10 ในการบริโภคในประเทศซึ่งจากข้อมูลสถาบันวิจัยยางพาราพบว่าการบริโภคยางธรรมชาติในประเทศจำนวน 242,549 ตันในปี 2543 เป็นการใช้ยางแท่งร้อยละ 36.37 ของปริมาณยางธรรมชาติที่ผลิตได้ รองลงมายางแผ่นลมควันร้อยละ 22.69 ของปริมาณยางธรรมชาติที่ผลิตได้ และน้ำยางขันร้อยละ 33.47 ของปริมาณยางธรรมชาติที่ผลิตได้ ส่วนยางประเภทอื่นๆ คือ ยางแผ่นผึ่งเคารพ คิดเป็นร้อยละ 2.77, 0.54 และ 4.16 ของปริมาณยางธรรมชาติที่ผลิตได้

พื้นที่การปลูกยางส่วนใหญ่เป็นสวนยางขนาดเล็ก ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในภาคใต้ ชาวสวนส่วนมากผลิตยางแผ่นดิบ มีเพียงจำนวนน้อยเท่านั้นที่ขายน้ำยางสด จากการที่เป็นสวนยางเล็กอยู่กระจัดกระจาย จากตัวเลขในปี 2541 พบว่ามีพ่อค้ายางรับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 2,600 ราย และสิ้นปีเพิ่มขึ้น 3,000 ราย ซึ่งสามารถแบ่งพ่อค้าเป็น 4 ระดับคือ ผู้รับซื้อในหมู่บ้าน/ตำบล ร้านรับซื้อยางในตลาดอำเภอ ร้านรับซื้อในตัวจังหวัดโรงรมควันยาง หลังจากรมควันและทีบห่อยางเรียบร้อยแล้ว ยางจะถูกนำส่งออกไปยังผู้ส่งซื้อในต่างประเทศ ส่วนใหญ่ราคาจะเป็นไปตามความเคลื่อนไหวของตลาดเป็นสำคัญ (คณะกรรมการการปฏิรูประบบการพัฒนายางพาราไทย, 2545 : 22 – 40)

2.1.5 สถิติยางพารา

ตารางที่ 2.1 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย

หน่วย : เมตริกตัน

เดือน/2554	ปริมาณการผลิต	ปริมาณการส่งออก	ใช้ในประเทศ	สต็อก
ม.ค.	386431	245607	40000	328076
ก.พ.	335358	236629	40000	386805
มี.ค.	232852	259436	40000	320221

ตารางที่ 2.2 ปริมาณยางส่งออกไปยังประเทศผู้ซื้อปลายทาง

หน่วย : เมตริกตัน

เดือน/2554	ญี่ปุ่น	จีน	สหรัฐฯ	มาเลเซีย	เกาหลีใต้	ยุโรป	อื่นๆ	รวม
ม.ค.	27271	96957	23317	29386	13801	26330	28545	245607
ก.พ.	30560	100733	18854	25700	12278	23022	25482	236629
มี.ค.	30376	105921	18994	29219	17482	25020	32424	259436

ตารางที่ 2.3 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในประเทศแยกตามประเภท

หน่วย : เมตริกตัน

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางแผ่นผึ่งแห้ง	ยางเครพ	ยางผสม	อื่นๆ	รวม
2551	162225	135029	81788	1660	5978	1454	9461	397595
2552	119450	107315	100262	4998	1290	62455	3645	399415
2553	119693	140759	115205	4142	372	74708	3758	458637

ตารางที่ 2.4 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางสังเคราะห์แยกประเภท

ปริมาณ : เมตริกตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเภท	ปี 2552		ปี 2553	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
SBR (Latex)	9012	1102.52	7,393	424.60
XSBR (Latex)	555	22.40	593	23.74
SBR	-	-	-	-
BR	-	-	-	-
BUTYL (IIR)	17,070	2,053.16	26,136	3,219.99
CIIR	2,322	262.29	2,745	359.81
EPDM	15,085	1,412.52	27,171	2,636.58
CR (Latex)	5,822	353.39	7,863	518.39
CR	6,020	705.74	9,217	1,059.90
NBR (Latex)	31,891	1,127.05	62,021	2,602.14
NBR	9,788	778.78	13,722	1,261.99
IR	3,866	368.67	10,229	1,492.68
Others	734	103.65	960	143.34
รวม	102,165	8,290.17	168,050	13,743.16

ตารางที่ 2.5 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางของไทย

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทผลิตภัณฑ์	2551	2552	2553
ยางรีเครม	192.24	123.05	161.00
ยางคอมปาวด์	1,278.43	858.79	1,422.22
ยางวัลคาไนซ์	31.54	33.71	29.36
ยางยืด	9.50	19.14	43.22
ยางปูพื้น	818.79	730.10	305.60
ท่อยาง	3,678.04	2,665.93	4,097.21
สายพาน	906.78	864.97	1,894.25
ยางยานพาหนะ	6,809.02	7,530.06	8,821.87
ยางในรถยนต์	768.58	711.79	876.45
ถุงยางอนามัย	5.68	18.70	37.20
หัวนมเลี้ยงทารก	33.53	18.18	16.42

ตารางที่ 2.5 (ต่อ) มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางของไทย

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทผลิตภัณฑ์	2551	2552	2553
ถุงมือ	738.46	646.97	837.65
ปะเก็น/ซีลยาง	715.63	628.67	953.02
ผ้ายาง	141.92	98.05	165.55
ยางรัดของ	9.68	6.73	14.24
ยางลบ	29.13	40.67	51.40
ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ	12,263.83	9,063.61	12,569.79
รวม	28,430.78	24,059.61	32,296.45

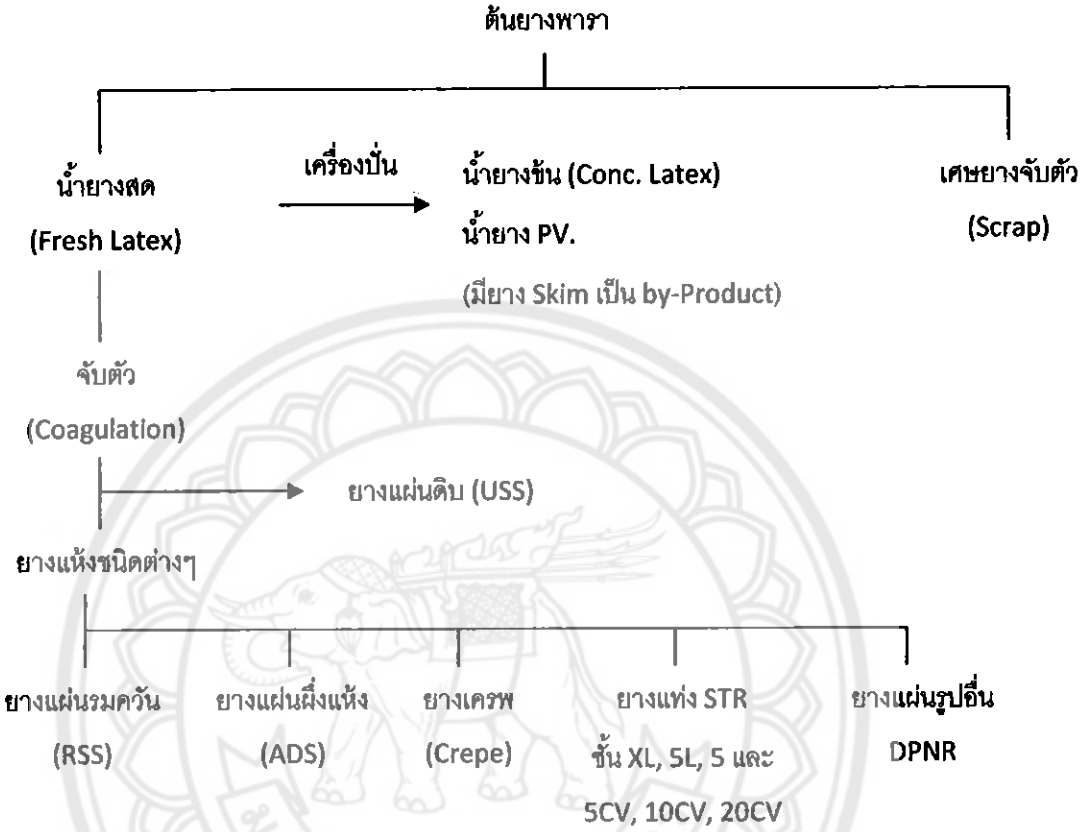
ตารางที่ 2.6 จำนวนโรงงานที่จดทะเบียนเป็นผู้ใช้ยางแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์

หน่วย : ราย

ประเภทผลิตภัณฑ์	2551	2552	2553
หล่อดอก	8	8	8
ยางรถยนต์	15	15	18
ยางรถจักรยานยนต์/จักรยาน	11	11	11
ยางรัดของ	16	16	16
ถุงมือยาง	17	17	12
พื้นรองเท้า	21	21	12
ร้องเท้ายาง (ผ้าใบฟองน้ำ)	53	53	40
ยางยืด	7	7	7
อะไหล่รถยนต์	36	36	35
ลูกโป่ง	2	2	2
กาว/เทปพันสายไฟ	6	6	4
ฟองน้ำ	4	4	4
ท่อยาง	9	9	4
สายพาน	9	9	7
ยางขัดสีข้าว	6	6	3
อุปกรณ์กีฬา	9	9	13
เครื่องมือทางการแพทย์/ วิทยาศาสตร์	6	6	9
อื่นๆ	37	33	29
รวม	272	268	234

2.2 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพารา (วราภรณ์ ขจรไชยกูล, 2549)

อุตสาหกรรมเกษตรยางพารา เริ่มต้นตั้งแต่อุตสาหกรรมการเพาะต้นกล้า ไปจนถึงอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำยางสด ให้เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ดังผังการแปรรูปขั้นต้นจากผลผลิตของต้นยางพารา



รูปที่ 2.1 ผังการแปรรูปขั้นต้นจากผลผลิตของต้นยางพาราของประเทศไทย

ที่มา : (วราภรณ์ ขจรไชยกูล, 2549)

USS = Unsmoked Sheet

STR = Standard Thai Rubber

RSS = Ribbed Smoked Sheet

PV = Prevulcanised

ADS = Air Dried Sheet

2.2.1 การผลิตยางแผ่นรมควัน

2.2.1.1 ขั้นตอนการผลิตยางแผ่นรมควัน

ก.การรวบรวมน้ำยาง

ข.การกรองน้ำยาง

ค.ถังรวมน้ำยาง

ง.ตะกงให้น้ำยางจับตัว

จ.การทำให้น้ำยางมีปริมาณเนื้อยางแห้งได้มาตรฐาน

ฉ.การคำนวณหาปริมาณน้ำที่จะเติมลงในน้ำยางเพื่อทำให้เจือจาง

ช.การทำให้น้ำยางจับตัว

ซ.การใช้เครื่องรีดยางแผ่น

ฌ.การอบยางให้แห้ง

ญ.การจัดชั้นและอัดยางเป็นก้อน

2.2.1.2 ยางแผ่นรมควันชั้นพิเศษ (No. 1x RSS)

ต้องเป็นยางแผ่นรมควันที่ผลิต โดยมีการควบคุมอย่างเต็มที่ ก้อนยางแต่ละก้อนไม่ขึ้นรา ไม่ปรากฏจุดหรือริ้วรอยด่างดวงของยางถูกรมควันมากเกินไป แผ่นยางต้องแห้งดีสะอาด รมควันสม่ำเสมอทั่วทั้งแผ่น ปราศจากฟองอากาศ สิ่งสกปรก ตลอดจนสิ่งแปลกปลอมอื่นๆ

2.2.1.3 ยางแผ่นรมควันชั้น 1 (No. 1 RSS)

ก้อนยางแต่ละก้อนต้องไม่ขึ้นรา ไม่ปรากฏจุดหรือริ้วรอยของยางถูกรมควันมากหรือน้อยเกินไป ยางต้องแห้งดี สะอาด รมควันสม่ำเสมอทั่วทั้งแผ่น ปราศจากฟองอากาศ สิ่งสกปรก ตลอดจนสิ่งแปลกปลอมอื่นๆ

2.2.1.4 ยางแผ่นรมควันชั้น 2 (No. 2 RSS)

ก้อนยางมีราขึ้นได้บ้าง แต่ต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 5 (ก้อนยางตัวอย่าง) แผ่นยางมีฟองอากาศบ้าง แต่ปราศจากร่องรอยของการถูกรมควันไม่สม่ำเสมอ ยางต้องแห้งดี สะอาดไม่มีจุดด่างของสิ่งสกปรก หรือสิ่งแปลกปลอม

2.2.1.5 ยางแผ่นรมควันชั้น 3 (No. 3 RSS)

ก้อนยางมีราคาขึ้นได้บ้าง แต่ต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 10 (ก้อนยางตัวอย่าง) แผ่นยางมีจุดด่างและมีฟองอากาศบ้าง แต่ไม่มีร่องรอยของการถูกรมควันไม่สม่ำเสมอ ยางต้องแห้งดี สะอาดไม่มีสิ่งแปลกปลอม

2.2.1.6 ยางแผ่นรมควันชั้น 4 (No. 4 RSS)

ก้อนยางมีราขึ้นได้บ้าง แต่ต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 20 (ก้อนยางตัวอย่าง) แผ่นยางมีจุดด่างฟองอากาศ และร่องรอยของการถูกรมควันไม่ถูกต้องปานกลาง ยางต้องแห้งดี สะอาด ไม่มีสิ่งแปลกปลอม

2.2.1.7 ยางแผ่นรมควันชั้น 5 (No. 5 RSS)

ก้อนยางมีราขึ้นได้บ้าง แต่ต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 30 (ก้อนยางตัวอย่าง) แผ่นยางมีจุดด่างฟองอากาศ และร่องรอยของการถูกรมควันไม่ถูกต้องขนาดใหญ่

2.2.2 การผลิตยางเครพ

2.2.2.1 ขั้นตอนการผลิตยางเครพ

ก. การผลิตยางเครพจากน้ำยาง มีดังนี้

ก.1 การทำให้น้ำยางจับตัวเพียงบางส่วน

ก.2 การฟอกสียาง

ข. ขั้นตอนการผลิตยางเครพขาว

ข.1 เก็บรักษาน้ำยางให้คงสถานะเป็นน้ำยาง

ข.2 กรองน้ำยางที่ได้รักษาโดยสารรักษาสภาพน้ำยาง

ข.3 เติมสารเคมีโซเดียมเมตะไบซัลไฟต์

ข.4 ทำให้น้ำยางจับตัวแต่เพียงบางส่วน

ข.5 ฟอกสีน้ำยาง

ข.6 ทำให้น้ำยางจับตัวโดยใช้กรดฟอร์มิก

ข.7 นำก้อนยางจับตัวแล้วเข้าเครื่องรีดเครพ

ข.8 ทำให้แผ่นยางเครพแห้ง

ค. ขั้นตอนการผลิตยางเครพจากก้อนยางที่จับตัวและแห้งบ้างแล้ว **มีดังนี้**

ค.1 รวบรวมก้อนยางจับตัวและแห้งบ้างแล้ว

ค.2 ย่อย, บด, ล้างก่อนยาง

ค.3 แยกยางกับสิ่งเจือปน

ค.4 เข้าเครื่องรีดเครพเพื่อรีดเป็นแผ่น

ค.5 จัดเก็บยางเครพ

2.2.2.2 ยางเครพสีขาวและจาง (White and Pale Crepes)

จะต้องเป็นยางเครพที่ผลิตจากก้อนยางจับตัวใหม่ๆ ภายใต้การ**ควบคุมกรรมวิธี**การผลิตเป็นอย่างดี ยางต้องแห้งดี สีขาวหรือจางสม่ำเสมอ ไม่มีร่องรอยของสิ่งแปลกปลอมซึ่งแบ่งออกเป็นชั้นย่อยๆ เครพสีจางชนิดหนาพิเศษ ชนิดบางพิเศษ ชนิดหนาชั้น1, ชนิดบาง**ชั้น 1, ชนิดหนาชั้น 2, ชนิดบางชั้น 2, ชนิดหนาชั้น 3, ชนิดบางชั้น 3 เครพสีขาวบางชั้นพิเศษและชนิดบางชั้น 1**

2.2.2.3 ยางเครพสีน้ำตาลจากสวนขนาดใหญ่ (Estate Brown Crepes)

จะต้องเป็นยางเครพที่ผลิตจากก้อนยางสดหรือเศษยางคุณภาพดีจากสวนยางขนาดใหญ่หากใช้เศษยางติดเปลือกไม่จะต้องทำความสะอาดแยกเปลือกไม้ออกให้หมด ใช้เครื่องบดล้างยางเพื่อบดล้างให้สะอาด ห้ามใช้เศษยางที่ตกอยู่ตามพื้นดิน เศษยางแผ่นรมควันและเศษยางเปียก (Wet slap) ยางเครพชนิดนี้แบ่งชั้นย่อยๆ เป็นเครพสีน้ำตาลชนิดหนาชั้นพิเศษ 1 - 3

2.2.2.4 ยางคอมโปเครพ (Compo Crepe)

เครพเหล่านี้ทำจากยางก้อน เศษยางจากรอยกรีด เศษยางตัดจากยางแผ่นรมควัน ยางก้อนเปียกต้องใช้เครื่องย่อยล้างก่อนเข้าเครื่องรีดแผ่นเครพ ห้ามใช้เศษยางที่ตกตามพื้นดินมาผลิตเป็นเครพชนิดนี้ แบ่งชั้นย่อยๆ เป็นคอมโปชั้น 1 – 3

2.2.2.5 ยางเครพสีน้ำตาลชนิดบางจาก Remill (Thin Brown Crepes(Remill))

เครพเหล่านี้ผลิตโดยใช้เครื่องย่อยล้างยากก้อนเปียก ยางแผ่นดิบ ก้อนยางหรือเศษยางคุณภาพดีจากสวนยางขนาดใหญ่ หรือสวนขนาดเล็ก หากใช้เศษยางติดเปลือกจะต้องล้างทำความสะอาดแยกเปลือกไม่ออกให้หมด ห้ามใช้เศษยางที่ตกตามพื้นดิน แบ่งชั้นย่อย ๆ คือ เครพสีน้ำตาลบางชั้น 1-4

2.2.2.6 ยางเครพแผ่นหนา (Thick Blanket Crepes Ambers)

เครพเหล่านี้ผลิตโดยใช้เครื่องบดล้างก้อนยางเปียก ยางแผ่นดิบ ยางก้อน และเศษยางอื่นๆ ที่ได้มาจากสวนขนาดใหญ่หรือจากสวนขนาดเล็ก หากใช้เศษยางติดเปลือกจะต้องทำความสะอาดและแยกเปลือกออกให้หมด ห้ามใช้เศษยางที่ตกอยู่ตามพื้นดิน แบ่งเป็นชั้นย่อยๆ คือ ยางเครพหนาชั้น 2-4 สีของยางจากสีน้ำตาลจนมีสีน้ำตาลเข้ม

2.2.2.7 ยางเครพชนิด Flat Bark Crepes

ผลิตจากการย่อยล้างเศษยางชนิดต่างๆ รวมทั้งเศษยางที่ตกอยู่ตามพื้นดิน สีของยางตั้งแต่น้ำตาลเข้มจนสีดำ แบ่งเป็น Standard Flat Bark Crepes และ Hard Flat Bark Crepe

2.2.2.8 ยางเครพจากเศษยางแผ่นรมควัน (Pure Smoked Blanket Crepes)

ผลิตจากการย่อยล้างยางแผ่นรมควันที่คัดออกจากจัดชั้นเป็นยางแผ่นรมควันชั้นต่างๆ หรือที่ผลิตจากเศษยางที่ตัดหรือขลิบจากยางแผ่นรมควันขณะการจำแนกชั้น ห้ามใช้ยางชนิดอื่นๆ มาผลิต และห้ามเจือปนสารอื่นที่ไม่ใช่ยาง สีของพวกยางนี้มีตั้งแต่สีน้ำตาลแก่จนถึงน้ำตาลเข้มมาก

2.2.3 การผลิตยางแท่ง

2.2.3.1 การผลิตยางแท่ง

ก. การผลิตยางแท่งจากน้ำยางสด มีดังนี้

ก.1 ถังรวมน้ำยาง

ก.2 น้ำยางจับตัว

ก.3 ตัดก้อนยางจับตัว

ก.4 ผ่านเครื่องรีดเครพ

ก.5 ย่อยยางเป็นเม็ดเล็ก

ก.6 อบยางให้แห้ง

ก.7 อัดเป็นแท่ง

ข. การผลิตยางแท่งจากยางแห้ง มีดังนี้

ข.1 ถังรวมยาง

ข.2 ตัดชิ้นยาง

ข.3 ทำให้ยางสะอาดแล้วนำลงถังรวม

ข.4 ผ่านเครื่องเครพแล้วนำลงถัง

ข.5 ย่อยยางเป็นเม็ดเล็ก

ข.6 อบยางให้แห้ง

2.2.4 การผลิตน้ำยางข้น ยางสกิม และน้ำยางคงรูป

น้ำยางสดจากต้นยางโดยทั่วไปมีปริมาณเนื้อยางแห้งตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไป และอาจถึงร้อยละ 45 (ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย) มีส่วนของสารที่ไม่ใช่ยางประมาณร้อยละ 5 นอกนั้นเป็นน้ำเสียส่วนใหญ่ ซึ่งไม่เป็นการประหยัดเลยหากว่าจะต้องทำการขนย้ายน้ำยางสดจากสวนไปสู่โรงงานที่อยู่ไกลๆ วิธีการปฏิบัติในกรณีต้องการใช้ยางในสถานะของน้ำยางไปผลิตเป็นวัตถุสำเร็จรูป คือ ทำให้น้ำยางมีความเข้มข้นมากขึ้น ซึ่งระดับความเข้มข้นที่นิยม คือ ร้อยละ 60 เนื้อยางแห้ง โดยทั่วไปเรียกว่า "น้ำยางข้น (Concentrated Latex)" การขนย้ายน้ำยางในสถานะที่ต้องใช้น้ำยางเป็นวัตถุดิบ เป็นต้นว่า กรรมวิธีจุ่มแบบพิมพ์ (Dipping Process) เช่นการผลิตลูกโป่ง ผลิตถุงมือยาง ฯลฯ กรรมวิธีผลิตยางฟองน้ำ (Latex Foam Process) กรรมวิธีผลิตผ้าใบฉาบด้วยยาง (Coating) กรรมวิธีเหล่านี้ควรใช้น้ำยางที่มีเนื้อยางอย่างน้อยไม่ควรต่ำกว่าร้อยละ 60 และอีกประการหนึ่ง การใช้น้ำยางข้นจะให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอกว่าการใช้น้ำยางสด ทั้งนี้ เนื่องด้วยสารที่ไม่ใช่ยางบางส่วนได้ถูกแยกออกจากน้ำยางขณะผ่านกรรมวิธีการทำให้น้ำยางข้นขึ้น การกล่าวถึงน้ำยางธรรมชาติ ในความหมายของโรงงานอุตสาหกรรมผลิตวัตถุสำเร็จรูป โดยทั่วไปจะหมายถึงน้ำยางในสถานะที่ทำให้ข้นแล้ว

วิธีการสำคัญสำหรับการผลิตน้ำยางข้น คือ วิธีระเหยน้ำ (Evaporation) วิธีการทำให้เกิดครีม (Creaming) วิธีการแยกด้วยไฟฟ้า (Electodecantation) และวิธีการปั่น (Centrifuging) วิธีการแรกเป็นการระเหยหรือแยกเอาแต่ส่วนของน้ำเพียงอย่างเดียวออกจากน้ำยาง ดังนั้นปริมาณของสารที่ไม่ใช่ยาง (ที่นอกเหนือจากน้ำ) จึงยังคงอยู่ในน้ำยางข้น และอนุภาคขนาดต่างๆ ของยางที่กระจายอยู่ในน้ำยางก็ยังคงเหมือนเดิม ส่วนวิธีการ 3 วิธีหลังนั้น เป็นวิธีการที่มีการแยกเอาบางส่วนของสารอื่นๆ ที่ไม่ใช่ยางออกด้วย อนุภาคขนาดต่างๆ ของยางที่กระจายอยู่ในน้ำยางที่ข้นแล้วนี้จะต่างจากที่อยู่ในสถานะน้ำยางก่อนทำให้ข้น เพราะอนุภาคยางขนาดเล็กๆ ได้ถูกแยกออกระหว่างกรรมวิธีการผลิตน้ำยางข้น วิธีการผลิตน้ำยางข้นทั้ง 4 วิธีดังกล่าววิธีการปั่นน้ำยางเป็นวิธีการที่นิยมและทำกันเป็นการค้ามากที่สุด การผลิตน้ำยางข้นโดยวิธีปั่นประมาณมากกว่าร้อยละ 90 ของการผลิตน้ำยางข้นทั้งหมด และมีการผลิตโดยวิธีครีมมิ่งบ้างเล็กน้อย ส่วนวิธีอื่นๆ นั่นมีข้อจำกัด เพราะเป็นวิธีที่ค่อนข้างยุ่งยาก สิ้นเปลืองเวลา จึงไม่ค่อยนิยมใช้เป็นวิธีการผลิตน้ำยางข้นเชิงพาณิชย์

อนึ่งในการผลิตน้ำยางข้นจะมีผลพลอยได้ คือ หางน้ำยาง ที่ปกติจะทำการแปรรูปขั้นต้นเป็นยางแห้ง ซึ่งเรียกว่า ยางสกิม นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปต่อจากน้ำยางข้นอีกระดับหนึ่งเป็นน้ำยางพร้อมใช้งาน คือ ได้มีการเติมสารจำเป็นต่อการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ไปแล้ว เรียกน้ำยางชนิดน้ำยาง น้ำยางคงรูป หรือน้ำยาง (พรี) วัลคาไนซ์ ซึ่งบทนี้จะกล่าวถึงสาระสำคัญเกี่ยวกับน้ำยางที่จะนำมาผลิตน้ำยางข้น การผลิตน้ำยางข้นโดยวิธีต่างๆ จะเน้นรายละเอียดของการปั่นน้ำยางข้น การผลิตยางสกิม และน้ำยางคงรูป

การผลิตน้ำยางข้น มีวิธีการผลิต 4 วิธีดังนี้

2.2.4.1 การผลิตน้ำยางข้นโดยวิธีการระเหยน้ำมีดังนี้

ก. รวบรวมน้ำยางสด

ข. เติมสารที่ทำให้น้ำยางมีความเสถียร

ค. ให้ความร้อนรอบๆ ถังและหมุนรอบๆ แกนแนวนอน

ง. จัดเก็บน้ำยางข้น

2.2.4.2 การผลิตน้ำยางข้นโดยวิธีการทำให้เกิดครีมดังนี้

ก. รวบรวมน้ำยางสด

ข. คำนวณปริมาณสาร

ค. เติมสารให้เกิดปฏิกิริยาครีม

ง. แยกครีมออกจากน้ำยาง

จ. จัดเก็บน้ำยางข้น

2.2.4.3 การผลิตน้ำยางข้นโดยวิธีการแยกด้วยไฟฟ้าดังนี้

ก. รวบรวมน้ำยางสด

ข. จุ่มขั้วไฟฟ้าบวก

ค. ลงในน้ำยาง

ง. เกิดปฏิกิริยาแยกชั้นของยาง

จ. แยกน้ำยางข้นออก

ฉ. จัดเก็บน้ำยางข้น

2.2.4.4 การผลิตน้ำยางข้นโดยวิธีการปั่นดังนี้

ก. รวบรวมน้ำยางสด

ข. นำเข้าสู่เครื่องปั่นแยกชั้นระหว่างน้ำกับน้ำยางข้น

ค. แยกน้ำยางข้นออก

ง. เติมสารรักษาสภาพ

จ. จัดเก็บน้ำยางข้น

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 ทฤษฎีที่ 1 ทฤษฎีสถิติ

2.3.1.1 สถิติเชิงพรรณนา (DescriptiveStatistics)

สถิติเชิงพรรณนานั้นเป็นวิชาสถิติหรือศาสตร์ที่ว่าด้วยการสรุปสาระสำคัญที่มีอยู่ในข้อมูลชุดหนึ่งและนำเสนอข้อสรุปหรือนำสาระสำคัญในข้อมูลชุดนั้น ออกมารายงาน หรืออธิบายว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร หรือใช้ประโยชน์โดยไม่ทำการอ้างอิงไปยังข้อมูลชุดอื่นหรือข้อมูลชุดที่สมบูรณ์

2.3.1.2 สถิติเชิงอนุมาน (InferentialStatistics)

สถิติเชิงอนุมาน เป็นวิชาสถิติหรือศาสตร์ที่ว่าด้วยทฤษฎีและวิธีการต่างๆในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามหรือปัญหาที่สนใจ โดยอาศัยข้อมูลเพียงส่วนหนึ่งที่มีอยู่เพื่ออธิบายข้อมูลชุดที่สมบูรณ์หรือ ประชากร

2.3.2 ทฤษฎีที่ 2 ทฤษฎี SWOT (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT หมายความถึง การวิเคราะห์และประเมินว่าธุรกิจมีจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

S = จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง สิ่งที่ดีของบริษัทและตัวสินค้า คำว่า จุดแข็ง ไม่ได้หมายความว่าสินค้าของบริษัทดีอย่างเดียว อาจจะหมายถึงการจัดจำหน่าย (Distribution) ของบริษัทที่ดีกว่าหรือการโฆษณาที่เน้นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ดี ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัท

W = จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง ส่วนไม่ดีหรือปัญหาของบริษัทและของตัวสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน

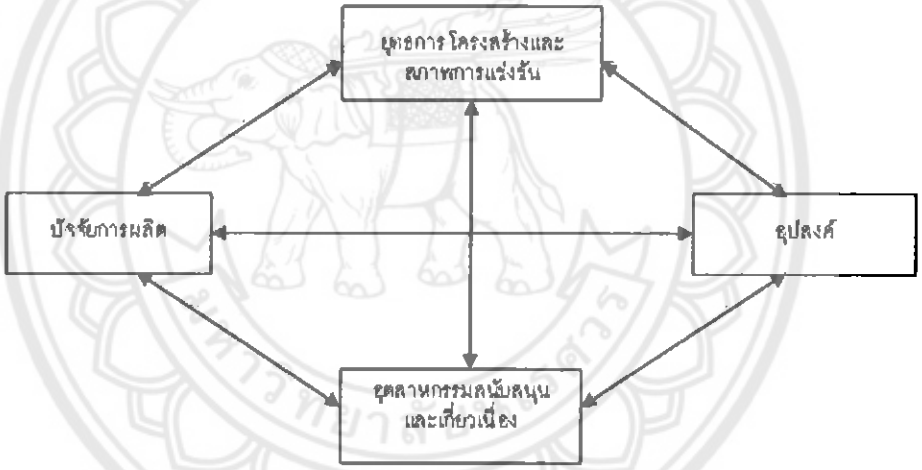
O = โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่อยู่รอบๆธุรกิจและไม่สามารถควบคุมได้ที่เป็นโอกาสธุรกิจและผู้ประกอบการ เกิดจากความแข็งแกร่งของบริษัทที่เหนือกว่าคู่แข่ง จุดอ่อนของคู่แข่งขัน และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สอดคล้องกันกับธุรกิจของเรา

T = อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่รายล้อมธุรกิจที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบการและไม่สามารถควบคุมได้

สาเหตุที่เลือกใช้ทฤษฎี SWOT (SWOT Analysis) เพราะทฤษฎี SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกคือ โอกาส อุปสรรค์ และภายในคือ จุดอ่อน จุดแข็ง ของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก โดยระดับความคิดเห็นมากถึงมากที่สุดแสดงว่าเป็นจุดแข็ง น้อยถึงน้อยที่สุดแสดงว่าเป็นจุดอ่อน ปานกลางแสดงว่าเป็นโอกาสและอุปสรรคจากท้ายข้อเสนอแนะในแบบสอบถามให้เป็นอุปสรรค เพื่อที่จะได้รู้ถึงจุดอ่อนและอุปสรรค์ของจังหวัดพิษณุโลก และเพื่อนำมาแก้ไขปัญหาโดยใช้จุดแข็งและโอกาสนำมาพัฒนา ลดปัญหาที่เกิดขึ้น และหาแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการต่อไป

2.3.3 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโดยใช้แบบจำลองระบบเพชร (Diamond Model)

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมจะต้องวิเคราะห์จากคุณภาพของปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อให้อุตสาหกรรมนั้นสามารถเพิ่มผลผลิตได้อย่างต่อเนื่องการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถอาศัยระบบเพชรที่เสนอโดย Prof. Porter ซึ่งได้วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้านที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลผลิตของบริษัท ได้แก่ (1) ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) (2) อุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions) (3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) และ (4) ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) โดยความสัมพันธ์ของปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านจะมีผลสนับสนุนซึ่งกันและกัน ดังรูปที่ 2.2 สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในแต่ละปัจจัย มีรายละเอียดดังนี้ (สุรชัย, 2536)



รูปที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดระบบเพชร

2.3.3.1 ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งลำดับขั้นได้เป็นปัจจัยการผลิตทั่วไป และปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง โดยปัจจัยทั่วไป หมายถึง ระบบถนน แหล่งเงินทุนประเภทหนี้ บุคลากรที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ที่ไม่จำกัดว่าต้องใช้กับอุตสาหกรรมใดโดยเฉพาะสำหรับปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือการฝึกอบรมเฉพาะทาง ซึ่งมักเป็นบุคลากรที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โครงสร้างพื้นฐานสำหรับจุดมุ่งหมายพิเศษเฉพาะทาง และวิทยาการความรู้ขั้นสูงที่ใช้ได้เฉพาะทาง เป็นต้น ปัจจัยเฉพาะทางเหล่านี้ใช้ได้เฉพาะบางอุตสาหกรรมเท่านั้น ปัจจัยทั่วไปมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นต่ำในขณะที่ปัจจัยเฉพาะทางมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นสูง ปัจจัยเฉพาะทางก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไป ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันหรือข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ

และของบริษัท ดังนั้นจึงต้องยกระดับและเพิ่มจำนวนปัจจัยการผลิตอย่างไม่หยุดยั้ง จากปัจจัยทั่วไปสู่ปัจจัยเฉพาะทาง นอกจากนั้นมาตรฐานในการแบ่งระหว่างปัจจัยทั่วไปกับปัจจัยเฉพาะทางก็ถูกยกสูงขึ้นเรื่อยๆ ไปพร้อมๆ กับความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ปัจจัยเฉพาะทางสำหรับปัจจุบันจะกลายเป็นปัจจัยทั่วไปในอนาคต ในบางกรณีข้อได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิตก็เกิดจากข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตได้ ผลก็คือจะช่วยสร้างแรงกดดันให้ เกิดนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหา ส่งผลให้ เกิดเทคโนโลยีที่มักจะชักนำไปสู่ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ดังนั้น จึงไม่ใช่ความอุดมสมบูรณ์แห่งปัจจัยการผลิต แต่เป็นความขาดแคลนและแรงกดดันที่เป็นเหตุปัจจัยที่แท้จริงของข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ยั่งยืน อีกทั้งข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตนั้นๆ หากเกิดขึ้นในประเทศ ใดก่อนสิ่งนี้จะทำให้ประเทศนั้นเป็นประเทศแรกที่พัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขึ้นมาเพื่อแก้ไขข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิต

2.3.3.2 อุปสงค์ (Demand Conditions)

อุปสงค์ในประเทศมีผลต่อรูปแบบที่บริษัทต่างๆ มองและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ในประเทศมีรูปแบบแห่งความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนกว่าหรือก่อนประเทศอื่น นอกจากนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่ผู้ซื้อในประเทศกดดันให้บริษัทต่างๆ ในประเทศมีนวัตกรรมเร็วกว่า เพื่อให้ได้ข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่น ข้อแตกต่างระหว่างลักษณะของอุปสงค์ในประเทศของประเทศต่างๆ จะก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างประเทศในด้านข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ ดังนั้นสามารถแสดงให้ เห็นถึงความสำคัญของการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อรายที่สำคัญต่อการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของบริษัทและของประเทศ อุปสงค์ในประเทศมีลักษณะ 3 ข้อ ที่มีความสำคัญต่อการเสริมสร้างและรักษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ คือ

ก. ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลาดบางส่วนมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับตลาดโลก ในขณะที่ตลาดบางส่วนในประเทศก็มีที่แตกต่างจากตลาดโลกมาก บริษัทหรือผู้ประกอบการผลิตจึงมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับ อุปสงค์โลก ถ้าตลาดส่วนนั้นเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากต่อตลาดในประเทศของอุตสาหกรรม และมีความสำคัญมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของอุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่น

ข. ผู้ซื้อที่รู้จริง ผู้ซื้อที่รู้จริงในสินค้าหรือบริการใดก็จะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ คาดว่าผู้ซื้อในที่นี้หมายถึงทั้งผู้อุปโภคบริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือผู้ ซื้อที่เป็นบริษัท สถาบัน องค์กร และโรงงานต่างๆ

ค. อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่น ในบางกรณี ผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศก็อาจก่อให้ เกิดอุปสงค์ในประเทศล่วงหน้าและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นแล้วก็เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้น โดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากลอุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศหรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น ทั้งนี้ขนาดของอุปสงค์ในประเทศมีความสำคัญมาก คือ ตลาดใหญ่มีโอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economies of Scale) หรือที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายๆ ครั้ง (Learning Curve) แต่ขนาดของอุปสงค์ในประเทศอาจไม่สำคัญในบางกรณี ถ้าประเทศเล็กที่

อุปสงค์ในประเทศมีขนาดเล็กเกินไป อาจเพิ่มขนาดของอุปสงค์ด้วยการส่งออก อย่างไรก็ตาม ตลาดใหญ่มีความสำคัญและจะไม่ช่วยส่งเสริมให้ เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ ถ้าขาดซึ่งลักษณะที่ดีของอุปสงค์ในประเทศ

2.3.3.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

การที่ประเทศมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุน ทำให้ มีประโยชน์ ในการก่อให้ เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศ ทั้งนี้มาจากสาเหตุปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

ก. ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่นในต่างประเทศ ในการเข้าถึงวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด

ข. ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบชิ้นส่วน หรือเครื่องจักร

ค. ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรม และกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในระบบคุณค่าโซ่ของทั้งบริษัทและซัพพลายเออร์ การที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ปัญหาหรือแลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นได้อย่างรวดเร็วขึ้นประเทศใดประเทศหนึ่งไม่จำเป็นต้องมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันครบ สำหรับทุกอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมหนึ่ง เพื่อทำให้อุตสาหกรรมนั้นมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน วัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่สามารถซื้อหามาได้จากต่างประเทศจะไม่สำคัญมากนักต่อข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ และถ้าอุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมหนึ่งตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศ

2.3.3.4 ยุทธการโครงสร้างและสภาพการแข่งขันของประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ประเทศมักจะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่สอดคล้องกับระบบจัดการ อันหมายถึงการเลือกใช้ยุทธการและโครงสร้างของบริษัทที่สะท้อนลักษณะเฉพาะทางนวัตกรรมของประเทศนั้น เช่น ประเทศเยอรมนีมีพื้นฐานทางเทคโนโลยีระดับสูง ชักนำสู่การผลิตสินค้าที่ต้องใช้ เทคโนโลยีมากเป็นพิเศษ หรือสินค้าที่ต้องอาศัยการผลิตที่แม่นยำสูงมาก จึงประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมรถยนต์ เคมี เครื่องจักรที่สลับซับซ้อน เป็นต้น ส่วนสภาพการแข่งขันระหว่างประเทศจะเป็นตัวกำหนดตัวหนึ่งในระบบเพชร โดย การแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมในประเทศ จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันกันและกันให้มีการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้น มักจะกดดันให้ เกิดการ ส่งออก เพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติม และก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละมากๆ กระบวนการแข่งขันข้างต้นจะทวีคุณประโยชน์ขึ้นอีกมาก ถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในบริเวณหรือเมืองเดียวกัน และการเปิดตลาดในประเทศโดยไม่กีดกันการนาเข้าอย่างสมบูรณ์ อาจทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้าง สำหรับประเทศเล็กๆ และจำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้ เกิดประโยชน์ จุดสำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่ล้ำค่าของประเทศ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วาสนา วงศ์ศิริ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพยากรณ์ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ของประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2547-2548 ต่อไป ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ของประเทศไทยพบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ การใช้ยางสังเคราะห์ของโลกในปีที่ผ่านมา และผลการศึกษาพบอีกว่า ราคาแผ่นยางดิบชั้น 3 ในประเทศไทยร้อยละ 99 ในปี 2547-2548 มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.90

วิสุทธิ์ ศุกลรัตน์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างเครื่องต้นแบบและพัฒนาเครื่องวัดปริมาณยางในน้ำยางด้วยพลาสติก วัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาและพัฒนาเครื่องต้นแบบเครื่องวัดปริมาณยางในน้ำยางด้วยพลาสติก เนื่องจากปัจจุบันการวัดปริมาณยางน้ำยางในน้ำยางที่นิยมกันใช้กันมากที่สุด คือ การใช้วิธี เมโทรแล็ค ซึ่งอุปกรณ์ในการทำชุดเครื่องเมโทรแล็คเป็นเครื่องแก้ว และมีราคาแพง ผู้ทำการวิจัยสนใจที่จะศึกษาเพื่อสร้างและพัฒนาอุปกรณ์ชุด เมโทรแล็ค จากเครื่องแก้ว เป็นพลาสติก

อัทธ์ พิศาลวานิช (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทิศทางและการปรับตัวของอุตสาหกรรมยางธรรมชาติของไทย ใน 5 ปีข้างหน้า ได้สรุปผลการวิจัยดังนี้ ราคายางธรรมชาติของ

โลกมีทิศทางที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยในปี 2549 จะอยู่ที่ระดับ 1,702 ดอลล่าร์ต่อตันและเพิ่มเป็นประมาณ 1,915 – 2,152 ดอลล่าร์ต่อตัน ซึ่งเป็นไปตามสภาวะเศรษฐกิจของโลกที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในระดับร้อยละ 3.2 ใน 5 ปี ในขณะที่ปริมาณการผลิตของยางธรรมชาติของโลกที่เริ่มเก็บเกี่ยวได้มีปริมาณใกล้เคียงกับอัตราการขยายตัวในปัจจุบันคืออยู่ระหว่างร้อยละ 15.08 – 15.85 ส่วนราคายางธรรมชาติของไทยในปี 2549 อยู่ที่ระดับ 75 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มเป็น 76 – 80 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2554 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4 ซึ่งจะมีอัตราการขยายตัวที่ต่ำกว่า 5 ปีที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวร้อยละ 18.77

สุชาติ สานกิ่งทอง (2550 : บทคัดย่อ) สภาพพื้นที่ภูมิประเทศและภูมิอากาศจังหวัดพิษณุโลก บริเวณเขตอำเภอนครไทย อำเภอชาติตระการ และอำเภอเนินมะปราง มีความเหมาะสมในการปลูกยางพารา เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่ยางพารา และในปัจจุบันมีการส่งเสริมการปลูกยางพาราในพื้นที่ดังกล่าวเป็นจำนวน 44,777 ไร่ ซึ่งในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้าจังหวัดพิษณุโลกจะมีศักยภาพในการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราเชิงพาณิชย์ได้โดยเริ่มต้นที่กำลังการผลิต 40 ตันต่อวัน ราคายางพาราแผ่นดิบรมควันชั้น 3 จะอยู่ที่ราคา 76 – 78 บาทต่อกิโลกรัม และการลงทุนจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก จะใช้เงินลงทุนประมาณ 72,792,000 บาท และในอีก 10 ปีข้างหน้า กำลังการผลิตจะเป็น 100 ตันต่อวัน โดยราคายางพาราแผ่นดิบรมควันชั้น 3 จะอยู่ที่ราคา 80 – 90 บาทต่อกิโลกรัม และคาดว่าจะต้องใช้เงินลงทุน 123,99,200 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนการลงทุนร้อยละ 20.90 และระยะเวลาการคืนทุน 8.84 ปี

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราจังหวัดพิษณุโลกและศึกษาปัญหาของอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราจังหวัดพิษณุโลก เพื่อหาแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการ โดยได้ดำเนินการแบ่งตามขั้นตอนเป็น 3 ขั้นตอนหลักดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมากำหนดสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการในการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราเพื่อทราบถึงปัญหาด้วยการใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้น โดยแบ่งข้อมูลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมสถิติ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลในเชิงคุณภาพที่ได้จากการสอบถาม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลในเชิงคุณภาพที่ได้จากการสอบถามทั่วไปสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำสวนยางพารา

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลอภิปลายผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ แล้วเขียนเอกสารรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

3.1 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลของการทำวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก โดยพิจารณาถึงปริมาณน้ำยางพารา การตลาด การผลิต การเงิน และการบริหารจัดการ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา ข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลด้านการผลิต ข้อมูลด้านการเงิน ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ และ ข้อมูลความเป็นไปได้ในการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา โดยได้จากกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดพิษณุโลก ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ 2 พิษณุโลกของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กลุ่มเกษตรกรสวนยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก กลุ่มพ่อค้ายางพาราในจังหวัดพิษณุโลก หอการค้าจังหวัดพิษณุโลก และสภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้สัมภาษณ์	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
3.1.1 ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา	1	1
3.1.2 ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางพิษณุโลก (สกย.)	1	1
3.1.3 ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ 2 พิษณุโลก ของสำนักงานคณะกรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	1	1
3.1.4 เจ้าของสวนยางในจังหวัดพิษณุโลก รายใหญ่	28	28
3.1.5 กลุ่มพ่อค้ายางพาราในจังหวัดพิษณุโลก	12	12
3.1.6 หอการค้าจังหวัดพิษณุโลก	1	1
3.1.7 สภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก	1	1

ที่มา : คู่มืออุตสาหกรรมยางไทยและทำเนียบ ปี 2552-2553

(Hand Book of Thai Rubber Industry and Directory, 2009 – 2010)

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยการสอบถาม

3.1.1 ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา 1 ราย

3.1.2 ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางพิษณุโลก (สกย.) 1 ราย

3.1.3 ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ 2 พิษณุโลก ของสำนักงานคณะกรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) 1 ราย

3.1.4 เจ้าของสวนยางในจังหวัดพิษณุโลก รายใหญ่ 28 ราย

3.1.5 กลุ่มพ่อค้ายางพาราในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 12 ราย

3.1.6 หอการค้าจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 1 ราย

3.1.7 สภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 1 ราย

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ กลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมบริการ และอุตสาหกรรมสนับสนุน กลุ่มผู้ประกอบการและเกษตรกรในจังหวัดพิษณุโลก ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ซึ่งเป็นวิธีการเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยกำหนดประเด็นต่างๆ ไว้ล่วงหน้า (Semi-Structured Interview,

2006 : Online) ซึ่งเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

3.2.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบเอกสารบทความเชิงวิชาการและข้อมูลทางสถิตินำมาพิจารณาเป็นฐานข้อมูลในการประกอบการศึกษาวิจัย

3.2.2 เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงปริมาณ คือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัด และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพารา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.2.2.1 ศึกษาเอกสาร วารสาร ผลการวิจัย และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก รายงานการวิจัยต่างๆ บทความที่นำเสนอในที่ประชุมของประเทศต่างๆ

3.2.2.2 ศึกษาลักษณะอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราจังหวัดต่างๆ เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา เพื่อประกอบกับการศึกษาข้อมูลต่างๆ

3.2.2.3 นำข้อมูลที่ได้มาศึกษาวิเคราะห์ เพื่อสร้างแนวคำถามในการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

3.2.2.4 นำแนวคำถามในการสอบถามที่สร้างเสร็จ เสนอต่อที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาแล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแนวคำถามในสอบถาม

3.2.2.5 นำแนวคำถามในการสอบถาม ที่ปรับปรุงเสร็จไปทดลองกับผู้มีความรู้ทางด้านอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา เพื่อทดสอบว่าคำถามมีความชัดเจนและครอบคลุมเพียงพอหรือไม่ ผู้ตอบมีความเข้าใจและมีปฏิกิริยาอย่างไร ความต่อเนื่องของเนื้อหาและการตอบเป็นอย่างไร

3.2.2.6 การหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้นำแบบทดสอบไปทดลอง ใช้กับสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรมยางพาราที่มีกระบวนการพัฒนาและมีวัตถุประสงค์เดียวกัน ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพารา เพื่อนำไปหาค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) วิเคราะห์โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Coefficient of Alpha) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0-1 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจะเป็นการตรวจสอบคุณภาพทั้งฉบับ ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป

3.2.2.7 นำแนวคำถามในการสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ของเนื้อหา การใช้ถ้อยคำ สำนวนภาษา ความชัดเจนของคำถาม จากนั้นจึงเสนอต่อที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง ก่อนนำไปใช้จริง

3.2.3 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมเกษตรยางพารา จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และประมาณผลการผลผลิตยางพาราของจังหวัดพิษณุโลก เพื่อทราบปัญหาของอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราจังหวัดพิษณุโลก พร้อมทั้งการวิเคราะห์หาแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับปริมาณผลผลิตยางพารา หลังจากนั้น รายงานผลการศึกษาในเชิงพรรณนา ด้านสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของจังหวัดพิษณุโลก ด้านสภาพการปลูกยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านการตลาด และด้านการผลิต ในการจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินตามขั้นตอนดังนี้

3.2.3.1 การจัดกระทำข้อมูล

ระหว่างการเก็บข้อมูล เมื่อกลับจากการเก็บมูลในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะทำการบันทึกคำให้การสอบถาม และผลการสอบถาม ภายในวันนั้นได้ เพื่อให้มั่นใจว่าการสอบถามดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาวิเคราะห์ ดังขั้นตอนต่อไปนี้

ก. เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการสอบถามของกลุ่มต่างๆ

ข. อ่านข้อมูลต่างๆ โดยละเอียด อ่านทบทวนหลายๆ ครั้ง อย่างใช้ความคิดเพื่อให้เข้าใจความหมายของข้อมูล

ค. จับแนวเรื่องและประเด็นสำคัญที่ปรากฏจากข้อมูล

ง. วิเคราะห์ประเด็นข้อมูลสำคัญ

จ. ทบทวนประเด็นข้อมูลสำคัญ รวบรวมประเด็นย่อยๆ ภายใต้แนวเรื่องเดียวกันและตัดความซ้ำซ้อนของแนวเรื่อง

ฉ. นำประเด็นสำคัญที่ได้พร้อมทั้งข้อมูล ให้ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องในการวิเคราะห์ข้อมูล

ช. บรรยายประเด็นแต่ละประเด็น พร้อมยกตัวอย่างข้อมูล

i6941064
ฝร.
ฝ346ร
2564

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างประสิทธิภาพ โดยกำหนดขั้นตอนดังนี้

3.2.4.1 รวบรวมแบบสอบถามเพื่อทำการรวบรวมข้อมูลมาดำเนินการตรวจความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามทุกชุด

3.2.4.2 บันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงรหัสโดยกำหนดลักษณะการตอบคำถามมาตรวัด Likert ทั้งหมด 5 ระดับ ตามแบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ในด้านบริษัทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิต ด้านอุสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน และด้านอุปสงค์

โดยกำหนดเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด = 5

ระดับความคิดเห็นด้วยมาก = 4

ระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง = 3

ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย = 2

ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด = 1

โดยแปลค่าความหมายของค่าคะแนน โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

$$\text{ช่องความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \qquad (3.1)$$

$$\text{แทนค่าได้} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	**3.41-4.20**	**หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก**
คะแนนเฉลี่ย	**4.21-5.00**	**หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด**

3.2.5 สถิติที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพื้นฐานของข้อมูล ดังนี้

ก. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากสูตร

$$p = \frac{f}{N} \times 100 \qquad (3.2)$$

เมื่อกำหนดให้ p แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

ข. ค่าเฉลี่ย (Mean)

จากสูตร

$$\overline{x} = \frac{\sum x}{n} \qquad (3.3)$$

เมื่อกำหนดให้ $\overline{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม

n แทน จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

ค. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

จากสูตร

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \qquad (3.4)$$

เมื่อกำหนดให้ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

x แทน ค่าคะแนน

n แทน จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม

Σ แทน ผลรวม

3.2.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิงหรือสถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

ก. **สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เป็นการหาค่าความเชื่อถือของเครื่องมือ แอลฟ่าครอนบาค (Alpha Cronbach) หรือหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีสูตรดังนี้**

$$\alpha = \frac{K}{K-1}\left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right] \qquad (3.5)$$

α = **สัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด**

K = **จำนวนข้อทั้งหมด**

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$\sum s_i^2$ = ผลรวมของค่าของความแปรปรวนของคะแนน**แต่ละข้อ**

s_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

3.2.5.3 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล**เชิงเนื้อหา แล้วนำ**มาสรุปเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมยางพารา ปัญ**หาอุปสรรคและแนว**ทางการดำเนินงานการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา

บทที่ 4
ผลการทดลองและการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัญหาและปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ในครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่ ผู้เพาะปลูก กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ กลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมสนับสนุน โดยแจกแบบสอบถามและรับกลับคืนด้วยตนเอง จำนวน 45 ฉบับ ได้รับกลับคืนมา 41 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 91.1 และนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
$S.D.$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

4.2.1 วิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

4.2.2 วิเคราะห์ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2.3 วิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยาง**พาราในจังหวัดพิษณุโลก**

4.2.4 **วิเคราะห์** SWOT (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.1 วิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Coefficient of Alpha)

ตาราง 4.1 ค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ		
จำนวน คน N	**จำนวน ข้อ N of Items**	**ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค**
41	35	0.9782

จากตารางแสดงความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ที่ทดลอง ใช้กับสมาชิกกลุ่มอื่น จำนวน 41 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นพบว่า ได้ค่าแอลฟา = 0.9782

4.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนบุคคลดังแสดง ในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง	
	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	34	82.9
- หญิง	7	17.1
รวม	41	100
อายุ		
- ต่ำกว่า 20 ปี	0	0
- 21-30 ปี	5	12.2
- 31-40 ปี	9	23.0
- 41-50 ปี	11	26.8
- มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	16	39.0
รวม	41	100
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าประถมศึกษา	6	14.6
- ประถมศึกษา	9	22.0
- มัธยมศึกษา	21	51.2

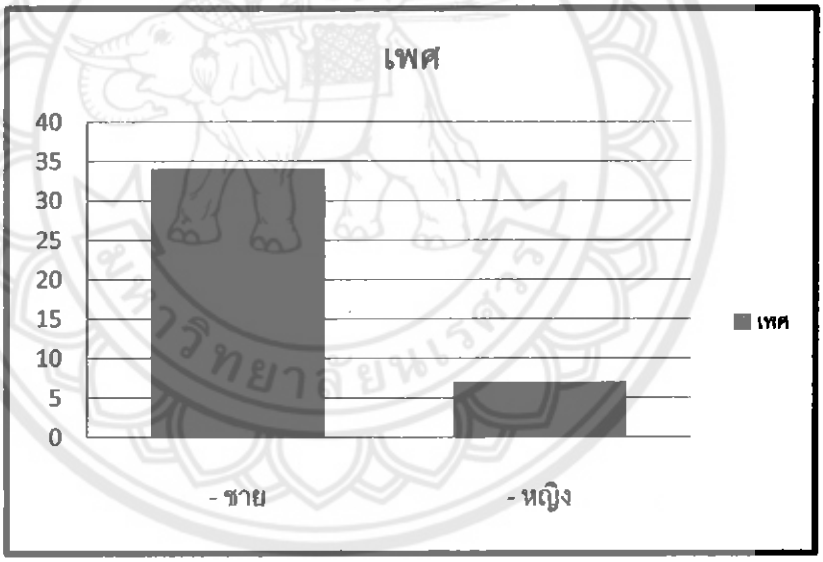
ตารางที่ 4.2 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง	
	จำนวน	ร้อยละ
- อนุปริญญา	0	0
- ปริญญาตรี	3	7.3
- สูงกว่าปริญญาตรี	2	4.9
รวม	41	100
จำนวนพนักงาน		
- ต่ำกว่า 10 คน	9	69.2
- 10-20 คน	3	23.1
- สูงกว่า 20 คน	1	7.7
รวม	13	100
ระยะเวลาดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา		
- 0-1 ปี	3	8.1
- 1-3 ปี	4	10.8
- 3-5 ปี	7	19.0
- มากกว่า 5 ปี	23	62.1
รวม	37	100
สังกัด		
- ผู้เพาะปลูก	24	58.5
- กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป	1	2.4
- หน่วยงานภาครัฐ	4	9.8
- รัฐวิสาหกิจ	0	0
- เอกชน	0	0
- สถาบันการศึกษา	0	0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

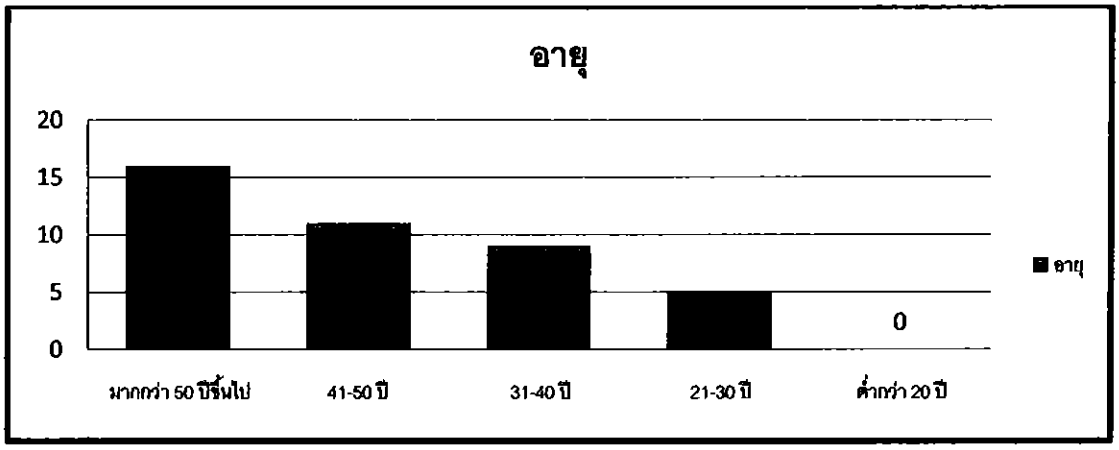
ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง	
	จำนวน	ร้อยละ
- ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมบริการ	0	0
- ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมสนับสนุน	0	0
- อื่น ๆ	12	29.3
รวม	41	100

จากตารางแสดงเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 82.9 และเพศหญิง จำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 17.1



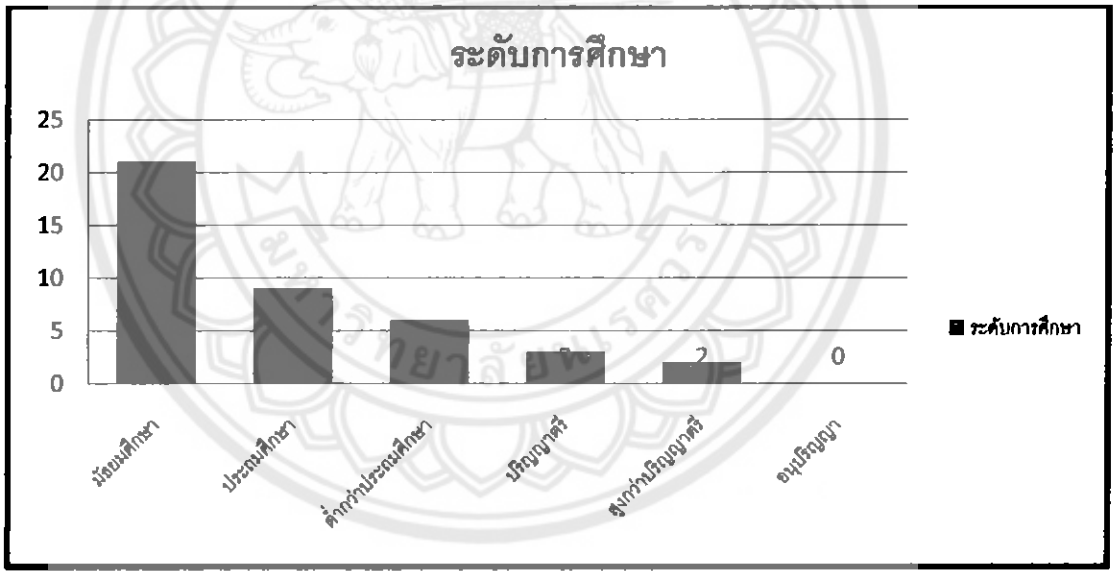
รูปที่ 4.1 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางแสดงอายุ พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาจะมีอายุ 31-40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาจะมีอายุ 21-30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และน้อยที่สุด คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 0 คน



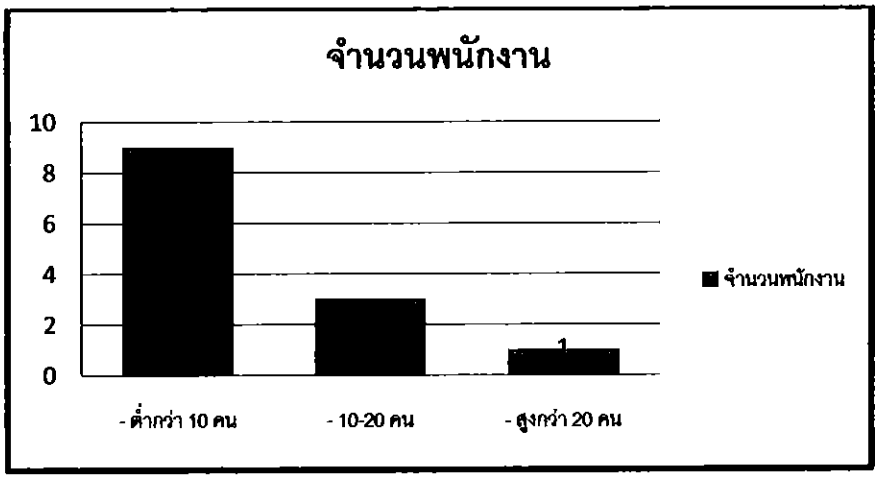
รูปที่ 4.2 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางแสดงระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 21คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาการศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุดการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0



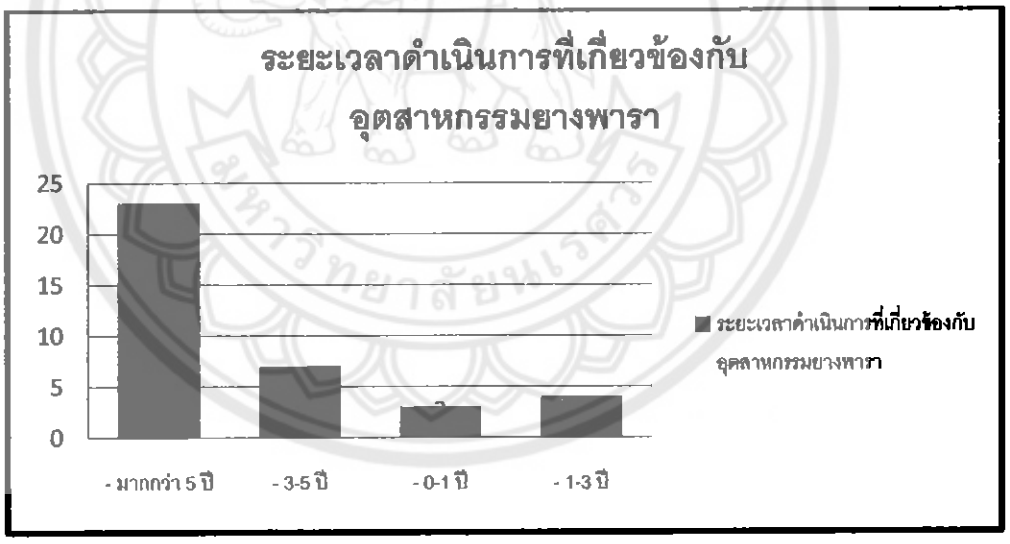
รูปที่ 4.3 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางแสดงจำนวนพนักงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีจำนวนต่ำกว่า 10 คน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมา มีจำนวน 10-20 คน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และน้อยที่สุดจะมีจำนวนสูงกว่า 20 คน มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7



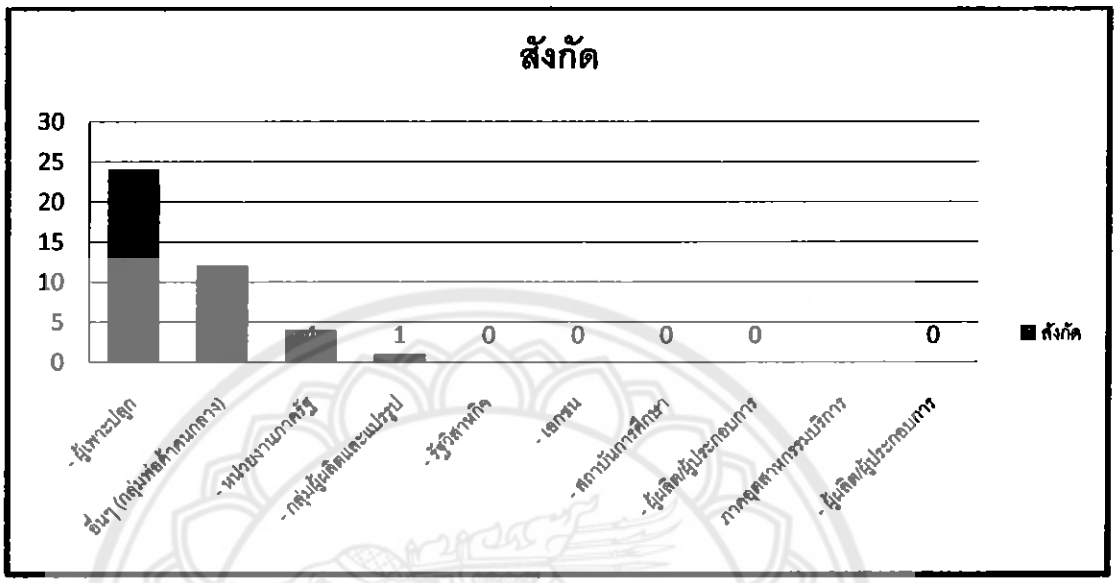
รูปที่ 4.4 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนจำนวนพนักงานของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางระยะเวลาดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระยะเวลามากกว่า 5 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมามีระยะเวลา 3-5 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และน้อยที่สุดมีระยะเวลา 0-1 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1



รูปที่ 4.5 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนระยะเวลาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางแสดงสังกัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้เพาะปลูก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาเป็นพ่อค้าคนกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และน้อยที่สุดเป็นกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4



รูปที่ 4.6 แผนภูมิแสดงอัตราส่วนสังกัดของกลุ่มตัวอย่าง

4.3.3 วิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหก**รรมยางพาราในจังหวัด**พิษณุโลก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านปัจจัยการผลิตจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน

ด้านปัจจัยการผลิต	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
[illegible]			
1. พื้นที่ทำสวนยางไม่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (น้ำท่วม,ขาดแคลนน้ำ) ประมาณน้ำพอเพียง	4.29	0.67	มากที่สุด
2. เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือน	1.92	0.88	น้อย
3. กล้าพันธุ์ที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูกดี	3.40	0.88	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านปัจจัยการผลิตจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน

ด้านปัจจัยการผลิต	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
4. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเกษตรเพียงพอ	3.07	0.94	ปานกลาง
5. จังหวัดมีพื้นที่ที่สามารถขยายการปลูกยางพาราเพิ่มเติมได้อีก	4.11	0.32	มาก
6. จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง	4.11	0.6	มาก
รวม	3.48	0.74	มาก
[redacted]			
7. อุตสาหกรรมยางพารามีเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย	4	0.55	มาก
8. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านการเพียงพอ	4.0	0.71	มาก
9. ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปต่ำ	1.2	0.85	น้อยที่สุด
10. ต้นทุนด้านการขนส่งต่ำ	2.8	0.45	ปานกลาง
11. ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิต	4.4	0.71	มากที่สุด
รวม	3.2	0.7	ปานกลาง

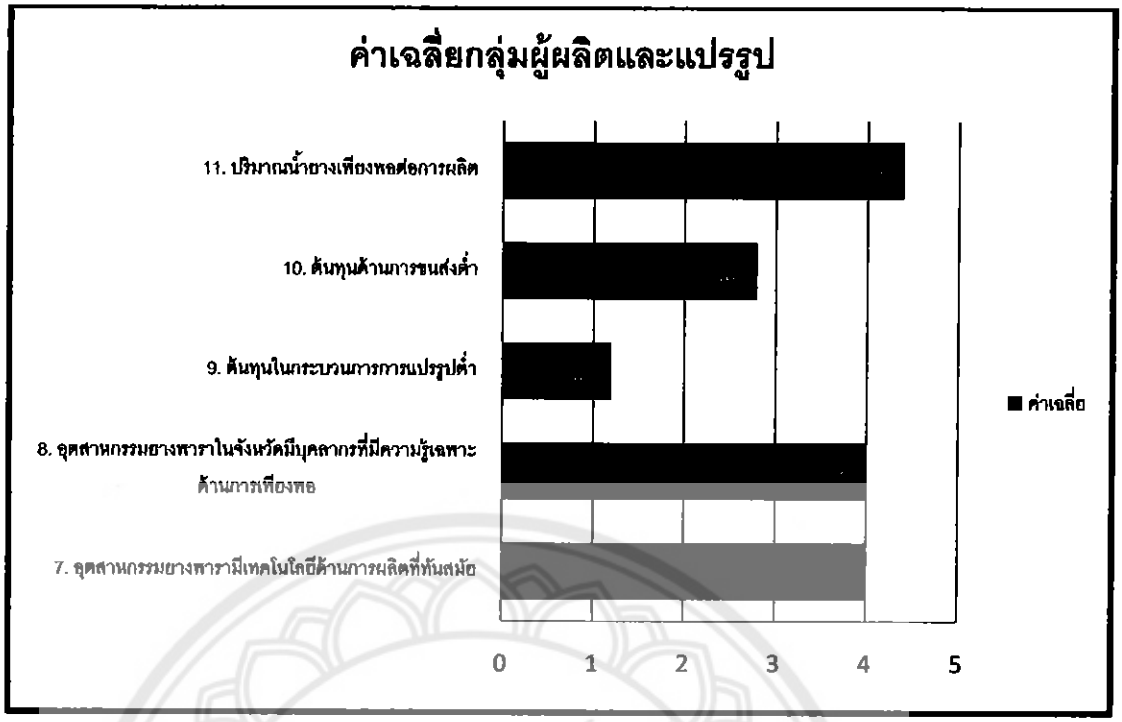
หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.3 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านปัจจัยการผลิตจากผู้ให้การสนับสนุน แสดงให้เห็นว่า

กลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.48) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ พื้นที่ทำสวนยางไม่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (น้ำท่วม, ขาดแคลนน้ำ) ประมาณน้ำพอเพียง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.29) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือน ($\bar{x}$=1.92)

รูปที่ 4.7 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

กลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$=3.2) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมยางพารามีเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัยและอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านการเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.0) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปต่ำ อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}$=1.2)



รูปที่ 4.8 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพารา ในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 4.4 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน

ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
[illegible]			
12. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)	3.40	0.89	มาก
13. การทำสวนยางเกษตรกรมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม	3.26	0.94	ปานกลาง
14. ลักษณะการขายผลผลิตเป็นแบบรอจนกว่าราคาดีจึงนำผลผลิตออกมาทยอยขาย	3.33	0.64	ปานกลาง
15. กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับใด	4.30	0.61	มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน

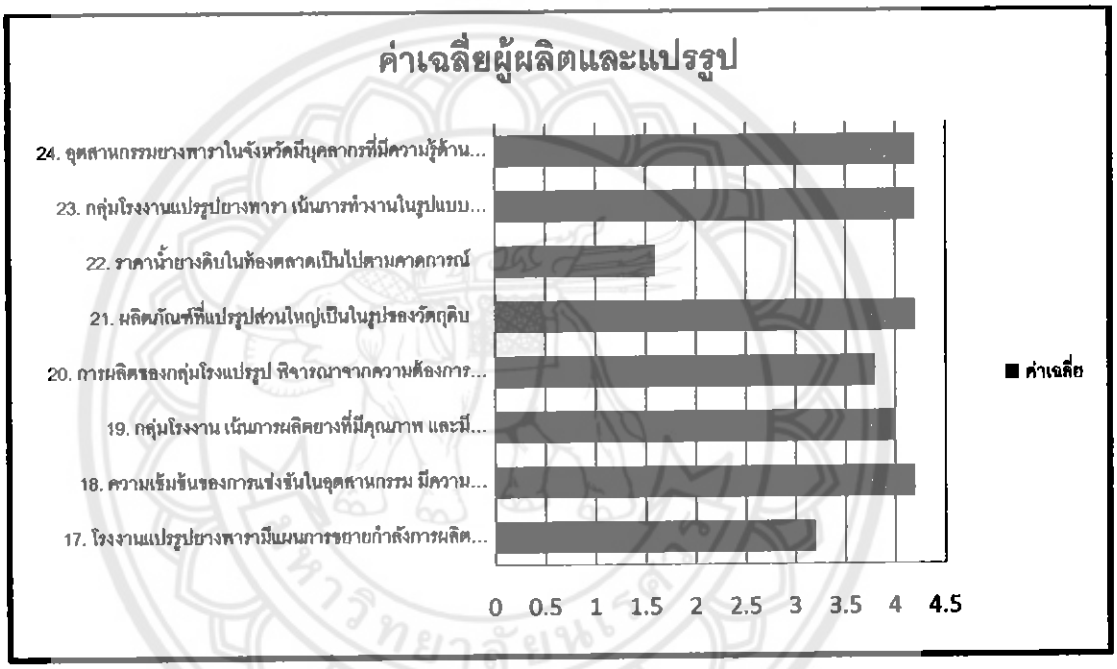
ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
16. กลุ่มโรงงานแปรรูปและเกษตรกร เชื่อคำแนะนำจาก (วิทยากร*) และผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์	1.39	0.96	น้อยที่สุด
รวม	3.14	0.81	ปานกลาง
[redacted]			
17. โรงงานแปรรูปยางพารามีแผนการขยายกำลังการผลิตและปรับปรุงคุณภาพยางให้ดียิ่งขึ้น	3.2	0.89	ปานกลาง
18. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)	4.2	0.45	มากที่สุด
19. กลุ่มโรงงาน เน้นการผลิตยางที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานรับรอง	4.0	1.0	มาก
20. การผลิตของกลุ่มโรงแปรรูป พิจารณาจากความต้องการทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการที่มีความต่อเนื่อง เช่น โรงงานผลิตยางในอุตสาหกรรมยานยนต์ และโรงงานแปรรูปอื่นๆ	3.8	0.45	มาก
21. ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบ	4.2	0.44	มากที่สุด
22. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดเป็นไปตามคาดการณ์	1.6	0.55	น้อยที่สุด
23. กลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น	4.2	0.44	มากที่สุด
24. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตเพียงพอ	4.2	0.44	มากที่สุด
รวม	3.68	0.58	มาก

หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.4 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ จากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.14) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับใด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.30) รองลงมาคือ ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.40) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ กลุ่มโรงงานแปรรูปและเกษตรกร เชื่อคำแนะนำจากวิทยากรและผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.39)

รูปที่ 4.9 แผนภูมิแสดงด้านด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่ใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.68) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง) ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบ กลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตเพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.2) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดเป็นไปตามคาดการณ์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.6)



รูปที่ 4.10 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 4.5 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน

ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยง และการสนับสนุน	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
กลุ่มผู้เพาะปลูกยางพาราและผู้ผลิตแปรรูปส่วนใหญ่			
25. เกษตรและโรงงานแปรรูปส่วนใหญ่มีทักษะด้านเทคโนโลยีในการปลูกและการผลิต	2.36	0.76	ปานกลาง
26. ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น	4.27	0.72	มากที่สุด
27. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด	3.96	0.95	มาก
28. หน่วยงานของภาคเอกชนให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด	2.07	0.75	ปานกลาง
29. ผู้บริหารของหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพารามีภาวะผู้นำสูง	2.57	0.64	ปานกลาง
30. มีระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เหมาะสม	3.89	0.69	มาก
31. เกษตรกรยังเข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ	1.96	0.84	น้อย
รวม	3.51	0.76	มาก

หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.5 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน แสดงว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูกและผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.51) โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.27) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เกษตรกรยังเข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$=1.96)

รูปที่ 4.11 แผนภูมิแสดงด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุนในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

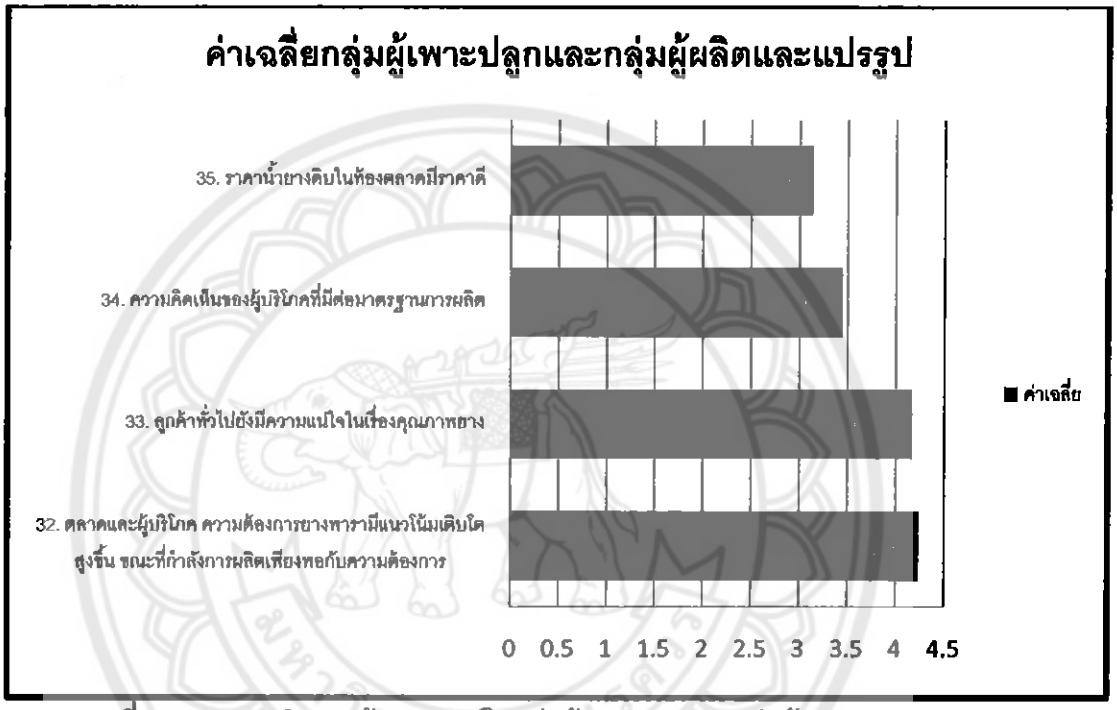
ตารางที่ 4.6 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุปสงค์จากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน

ด้านอุปสงค์	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
[illegible]			
32. ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ	4.24	0.80	มากที่สุด
33. ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง	4.17	0.63	มาก
34. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานการผลิต	3.45	0.76	มาก
35. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี	3.14	0.88	ปานกลาง
รวม	3.75	0.77	มาก

หมายเหตุ (ตัวเลขน้อยแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.6 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านอุปสงค์จากกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน แสดงว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูก ผู้ผลิตและแปรรูป และกลุ่มพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.75) โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.24) รองลงมาคือ ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.17) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.14)



รูปที่ 4.12 แผนภูมิแสดงด้านอุปสงค์ในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

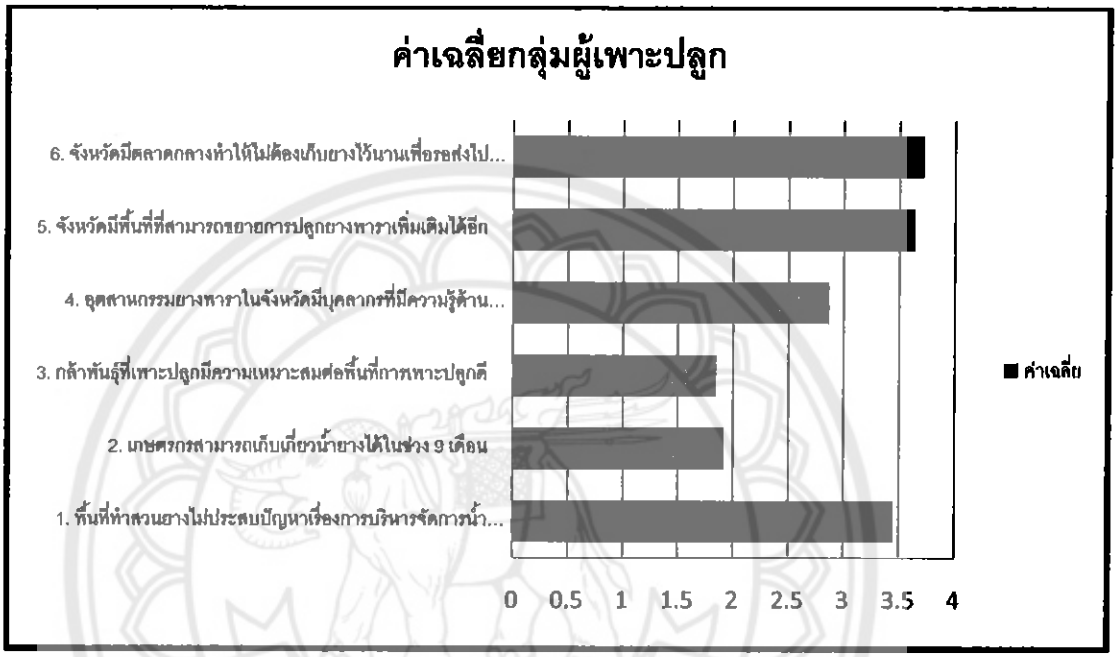
ตารางที่ 4.7 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านปัจจัยการผลิตจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ

ด้านปัจจัยการผลิต	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
กลุ่มผู้เพาะปลูกยางพารา			
1. พื้นที่ทำสวนยางไม่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (น้ำท่วม,ขาดแคลนน้ำ) ประมาณน้ำพอเพียง	3.45	0.54	มาก
2. เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือน	1.92	0.76	น้อย
3. กล้าพันธุ์ที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูกดี	1.85	0.74	น้อย
4. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเกษตรเพียงพอ	2.87	0.86	ปานกลาง
5. จังหวัดมีพื้นที่ที่สามารถขยายการปลูกยางพาราเพิ่มเติมได้อีก	3.64	0.27	มาก
6. จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง	3.72	0.52	มาก
รวม	2.91	0.62	ปานกลาง
กลุ่มผู้ประกอบการ			
7. อุตสาหกรรมยางพารามีเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย	3.84	0.43	มาก
8. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านการเพียงพอ	1.42	0.54	น้อยที่สุด
9. ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปต่ำ	1.13	0.62	น้อยที่สุด
10. ต้นทุนด้านการขนส่งต่ำ	2.66	0.35	ปานกลาง
11. ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิต	4.27	0.63	มากที่สุด
รวม	2.67	0.51	ปานกลาง

หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

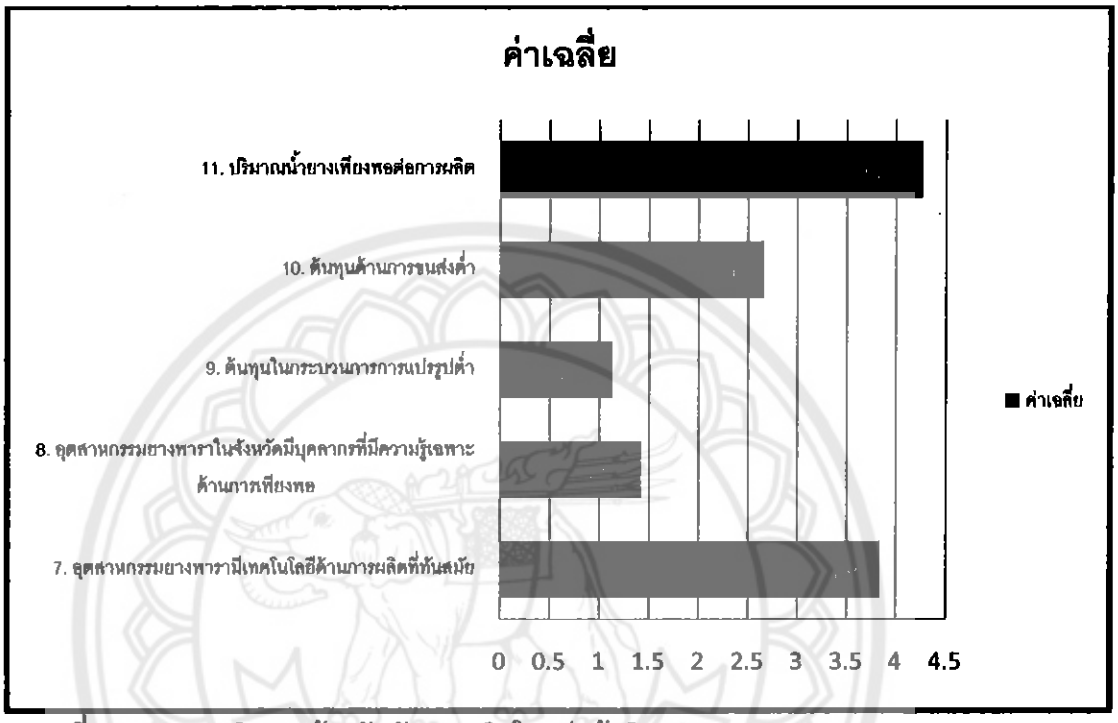
จากตารางที่ 4.7 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านปัจจัยการผลิตจากกลุ่มเกษตรและผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่า

กลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.91) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.72) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ กล้าพันธุ์ที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูกดี อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.85) อยู่ในระดับน้อย



รูปที่ 4.13 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

กลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.67) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.27) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปต่ำ อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.13)



รูปที่ 4.14 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 4.8 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ

ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
กลุ่มผู้เพาะปลูกยางพารา			
12. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)	3.58	0.73	มาก
13. การทำสวนยางเกษตรกรมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม	3.13	0.75	ปานกลาง
14. ลักษณะการขายผลผลิตเป็นแบบรอจนกว่าราคาดีจึงนำผลผลิตออกมาทยอยขาย	3.21	0.53	ปานกลาง
15. กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับใด	4.24	0.42	มากที่สุด
16. กลุ่มโรงงานแปรรูปและเกษตรกร เชื่อคำแนะนำจาก (วิทยากร*) และผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์	1.26	0.76	น้อยที่สุด
รวม	3.10	0.64	ปานกลาง
กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูป			
17. โรงงานแปรรูปยางพารามีแผนการขยายกำลังการผลิตและปรับปรุงคุณภาพยางให้ดียิ่งขึ้น	2.93	0.67	ปานกลาง
18. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)	3.82	0.32	มาก
19. กลุ่มโรงงาน เน้นการผลิตยางที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานรับรอง	3.17	0.98	ปานกลาง
20. การผลิตของกลุ่มโรงแปรรูป พิจารณาจากความต้องการทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการที่มีความต่อเนื่อง เช่น โรงงานผลิตยางในอุตสาหกรรมยานยนต์ และโรงงานแปรรูปอื่นๆ	3.4	0.37	มาก
21. ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบ	4.21	0.28	มากที่สุด
22. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดเป็นไปตามคาดการณ์	1.48	0.43	น้อยที่สุด

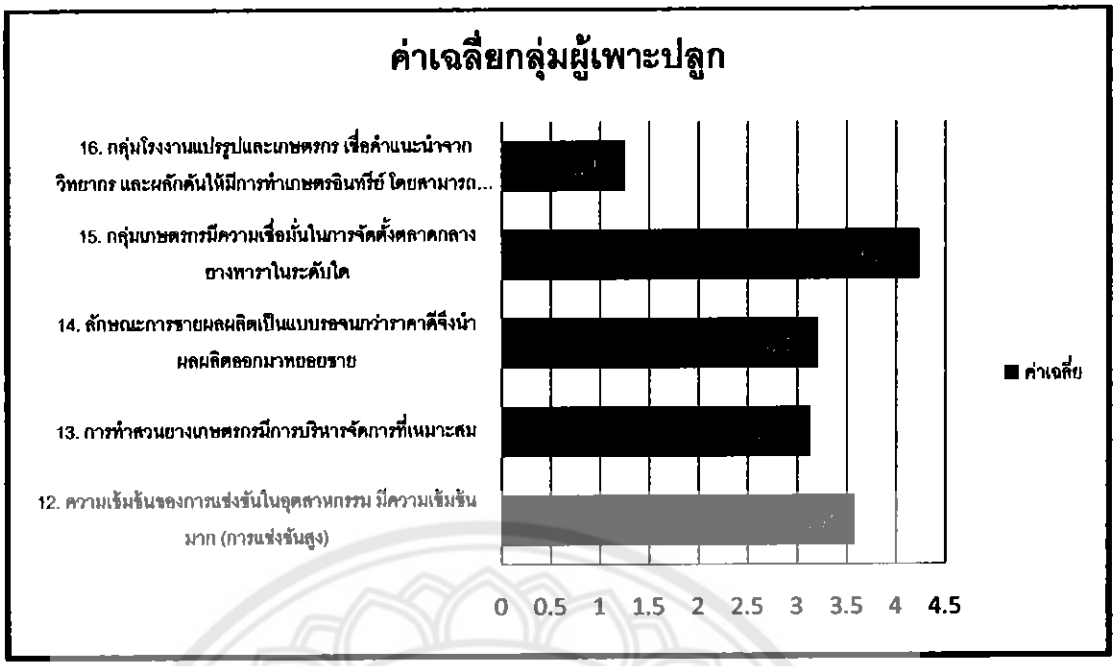
ตารางที่ 4.8 (ต่อ) ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ

ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
23. กลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น	4.21	0.31	มากที่สุด
24. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตเพียงพอ	1.76	0.24	น้อย
รวม	3.12	0.45	ปานกลาง

หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

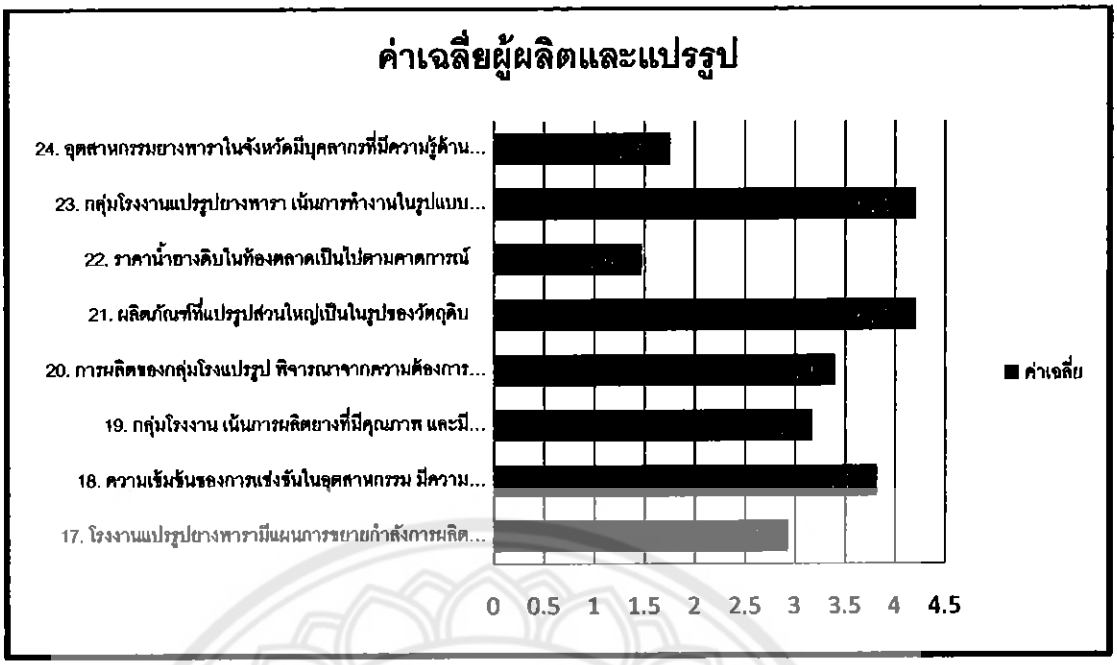
จากตารางที่ 4.8 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการแสดงให้เห็นว่า

กลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$=3.10) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มกลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับใด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.24) รองลงมาคือ ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง) อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.58) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ กลุ่มโรงงานแปรรูปและเกษตรกร เชื่อคำแนะนำจากวิทยากรและผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x}$=1.26)



รูปที่ 4.15 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.12) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบและกลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.21) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดเป็นไปตามคาดการณ์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.48)



รูปที่ 4.16 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 4.9 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ

ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
[illegible]			
25. เกษตรและโรงงานแปรรูปส่วนใหญ่มีทักษะด้านเทคโนโลยีในการปลูกและการผลิต	2.67	0.54	ปานกลาง
26. ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น	4.21	0.55	มากที่สุด
27. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด	1.69	0.83	น้อยที่สุด
28. หน่วยงานของภาคเอกชนให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด	2.64	0.56	ปานกลาง
29. ผู้บริหารของหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพารามีภาวะผู้นำสูง	2.73	0.35	ปานกลาง
30. มีระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เหมาะสม	3.53	0.54	มาก

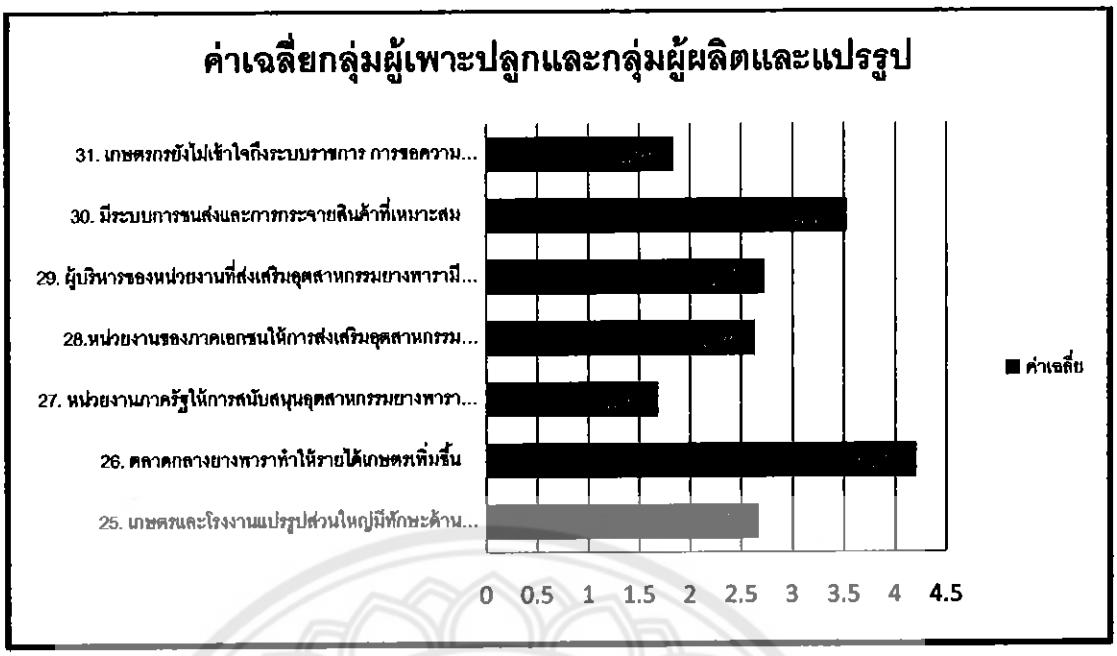
ตารางที่ 4.9 (ต่อ) ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ

ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุน	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
[redacted]			
31. เกษตรกรยังไม่เข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ	1.84	0.63	น้อย
รวม	2.76	0.57	ปานกลาง

หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.9 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ แสดงว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูกและผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$=2.76) โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.21) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x}$=1.69)



รูปที่ 4.17 แผนภูมิแสดงด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุนในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

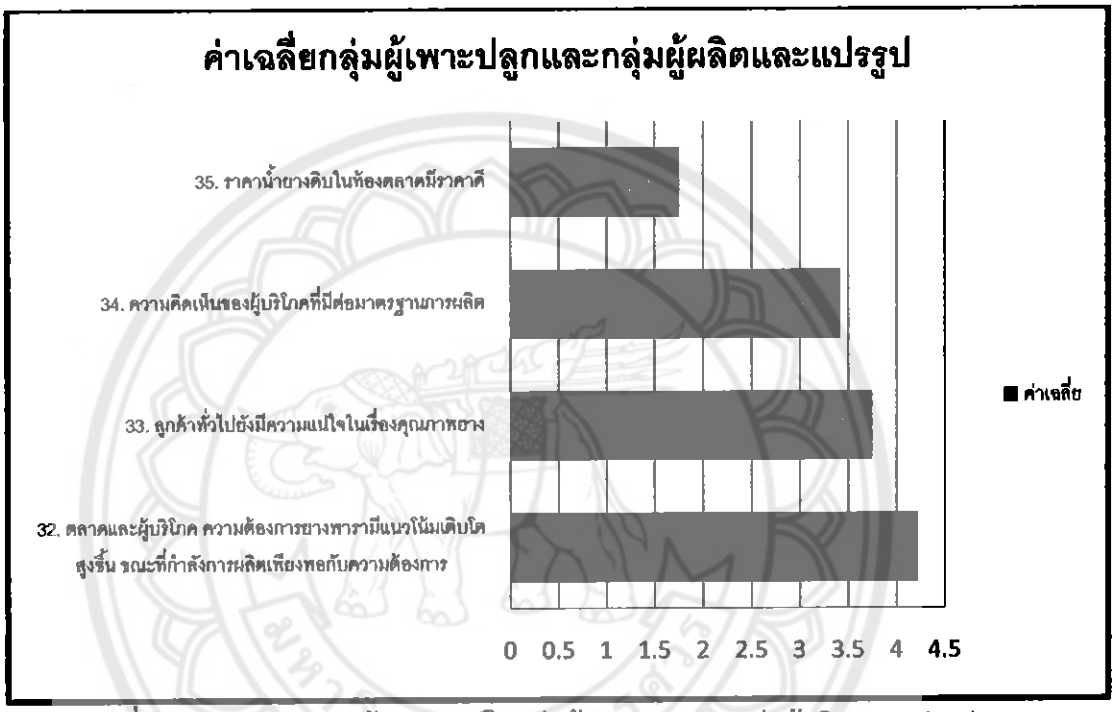
ตารางที่ 4.10 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุปสงค์จากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ

ด้านอุปสงค์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
[illegible]			
32. ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ	4.22	0.67	มากที่สุด
33. ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง	3.75	0.54	มาก
34. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานการผลิต	3.42	0.64	มาก
35. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี	1.76	0.32	น้อยที่สุด
รวม	3.29	0.54	ปานกลาง

หมายเหตุ (ตัวเลขน้อยแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.10 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านอุปสงค์จากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ แสดงว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูก ผู้ผลิตและแปรรูป และกลุ่มพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.29) โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.22) รองลงมาคือ ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.75) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.76)



รูปที่ 4.18 แผนภูมิแสดงด้านอุปสงค์ในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

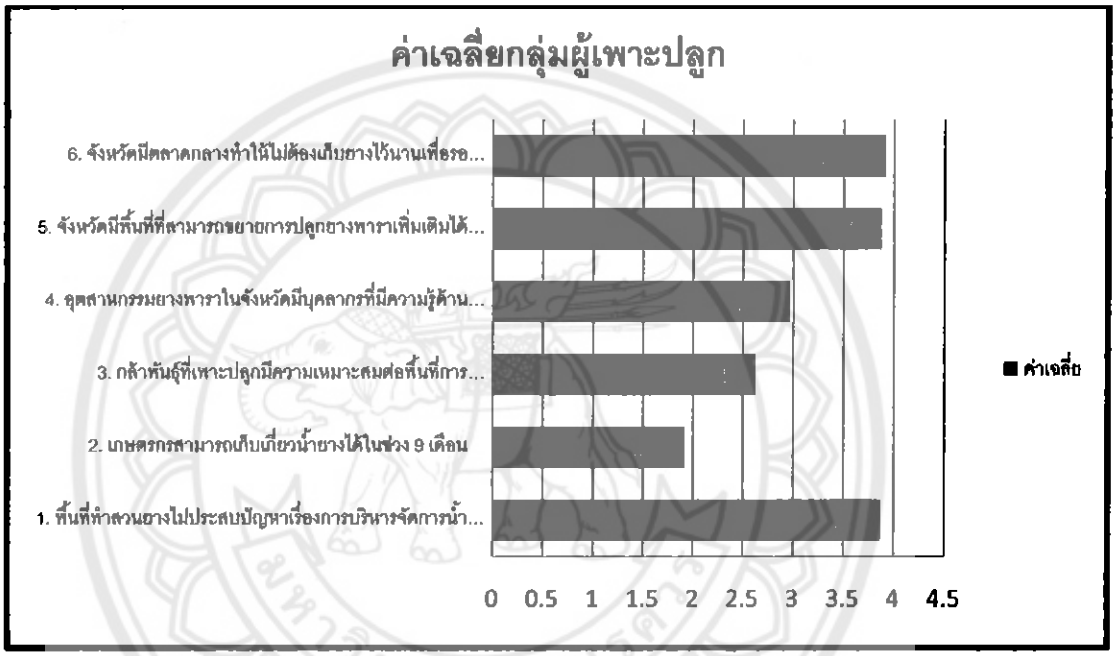
ตารางที่ 4.11 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านปัจจัยการผลิตโดยภาพรวม

ด้านปัจจัยการผลิต	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
[illegible]			
1. พื้นที่ทำสวนยางไม่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (น้ำท่วม,ขาดแคลนน้ำ) ประมาณน้ำพอเพียง	3.87	0.61	มาก
2. เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือน	1.92	0.82	น้อย
3. กล้าพันธุ์ที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูกดี	2.63	0.81	ปานกลาง
4. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเกษตรเพียงพอ	2.97	0.97	ปานกลาง
5. จังหวัดมีพื้นที่ที่สามารถขยายการปลูกยางพาราเพิ่มเติมได้อีก	3.88	0.30	มาก
6. จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง	3.92	0.56	มาก
รวม	3.20	0.68	ปานกลาง
[illegible]			
7. อุตสาหกรรมยางพารามีเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย	3.92	0.49	มาก
8. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านการเพียงพอ	2.71	0.63	ปานกลาง
9. ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปต่ำ	1.17	0.86	น้อยที่สุด
10. ต้นทุนด้านการขนส่งต่ำ	2.73	0.4	ปานกลาง
11. ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิต	4.34	0.67	มากที่สุด
รวม	2.97	0.61	ปานกลาง

หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

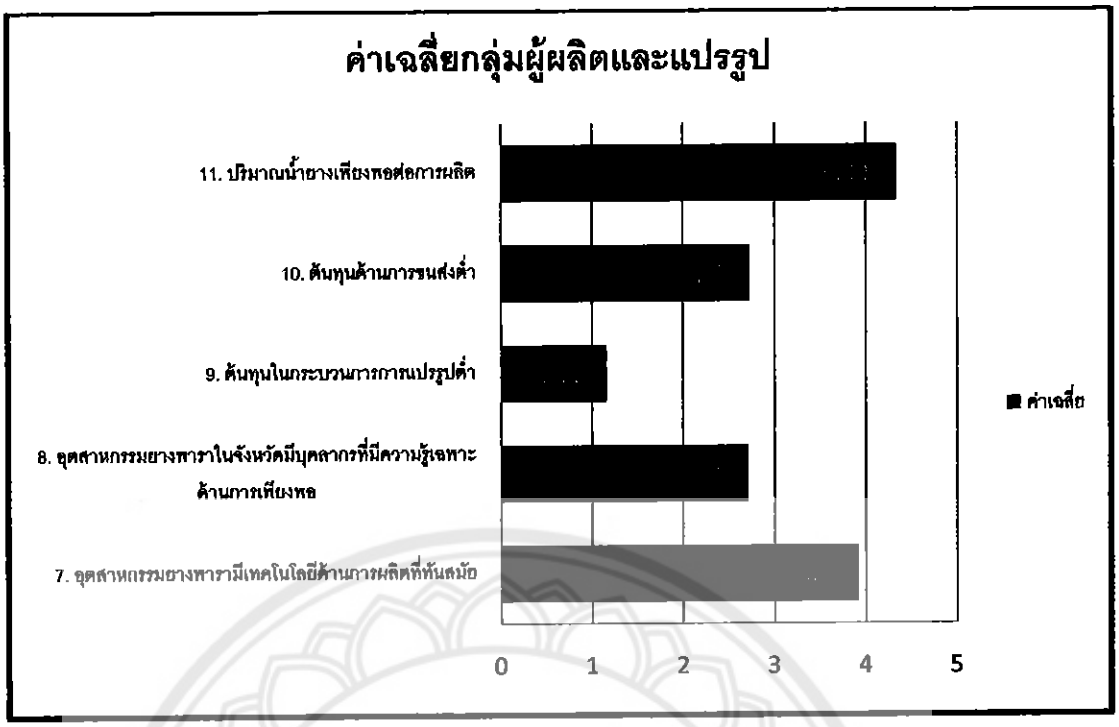
จากตารางที่ 4.11 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านปัจจัยการผลิตโดยภาพรวม แสดงให้เห็นว่า

กลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.20) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=3.92) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือน อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$=1.92)



รูปที่ 4.19 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

กลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.97) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.34) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปต่ำ อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.17)



รูปที่ 4.20 แผนภูมิแสดงด้านปัจจัยการผลิตในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพารา ในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 4.12 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยภาพรวม

ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
12. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)	3.49	0.81	มาก
13. การทำสวนยางเกษตรกรมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม	3.20	0.85	ปานกลาง
14. ลักษณะการขายผลผลิตเป็นแบบรอจนกว่าราคาดีจึงนำผลผลิตออกมาทยอยขาย	3.27	0.59	ปานกลาง
15. กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับใด	4.27	0.52	มากที่สุด

ตารางที่ 4.12 (ต่อ) ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยภาพรวม

ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
16. กลุ่มโรงงานแปรรูปและเกษตรกร เชื่อคำแนะนำจาก (วิทยากร*) และผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์	1.33	0.86	น้อยที่สุด
รวม	3.11	0.72	ปานกลาง
[redacted]			
17. โรงงานแปรรูปยางพารามีแผนการขยายกำลังการผลิตและปรับปรุงคุณภาพยางให้ดียิ่งขึ้น	3.06	0.885	ปานกลาง
18. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)	4.01	0.385	มาก
19. กลุ่มโรงงาน เน้นการผลิตยางที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานรับรอง	3.59	0.99	มาก
20. การผลิตของกลุ่มโรงแปรรูป พิจารณาจากความต้องการทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการที่มีความต่อเนื่อง เช่น โรงงานผลิตยางในอุตสาหกรรมยานยนต์ และโรงงานแปรรูปอื่นๆ	3.6	0.41	มาก
21. ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบ	4.21	0.36	มากที่สุด
22. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดเป็นไปตามคาดการณ์	1.54	0.49	น้อยที่สุด
23. กลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น	4.21	0.375	มากที่สุด
24. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตเพียงพอ	2.98	0.34	ปานกลาง
รวม	3.40	0.53	ปานกลาง

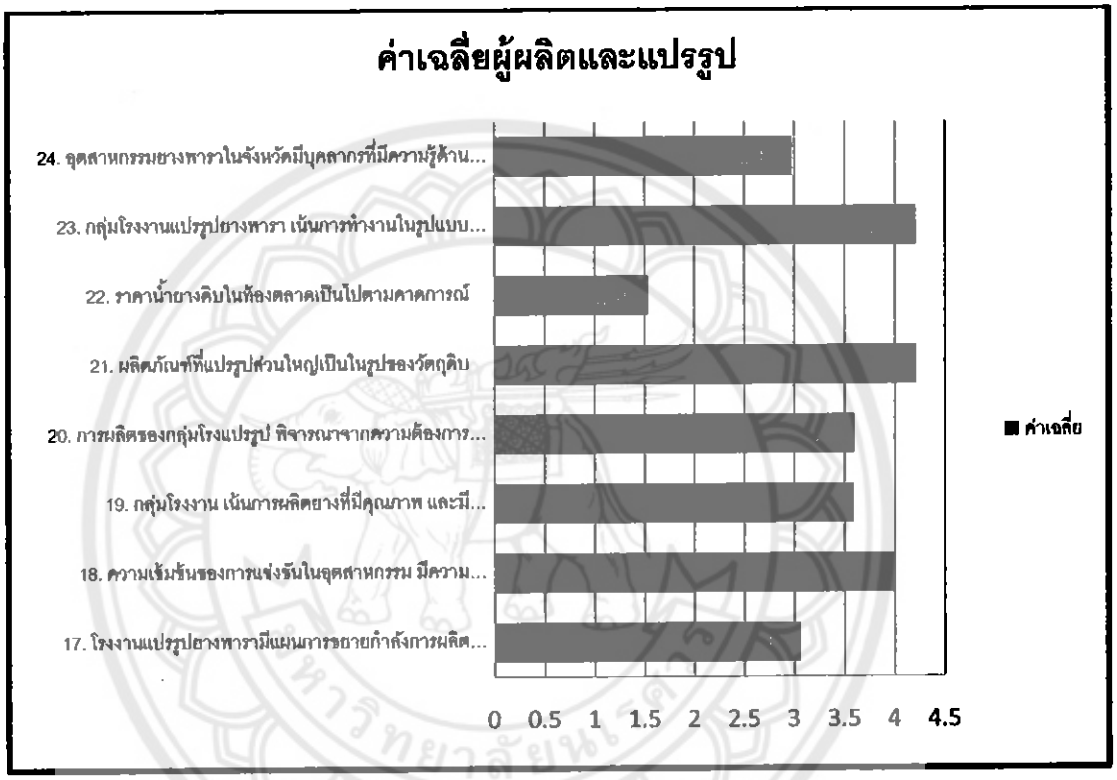
หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.12 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยภาพรวมแสดงให้เห็นว่า

กลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.11) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับใด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.27) รองลงมาคือ ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.49) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ กลุ่มโรงงานแปรรูปและเกษตรกร เชื่อคำแนะนำจากวิทยากรและผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.33)

รูปที่ 4.21 แผนภูมิแสดงด้านด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้เพาะปลูกของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.40) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบและกลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.21) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดเป็นไปตามคาดการ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X}$=1.54)



รูปที่ 4.22 แผนภูมิแสดงด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจในกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

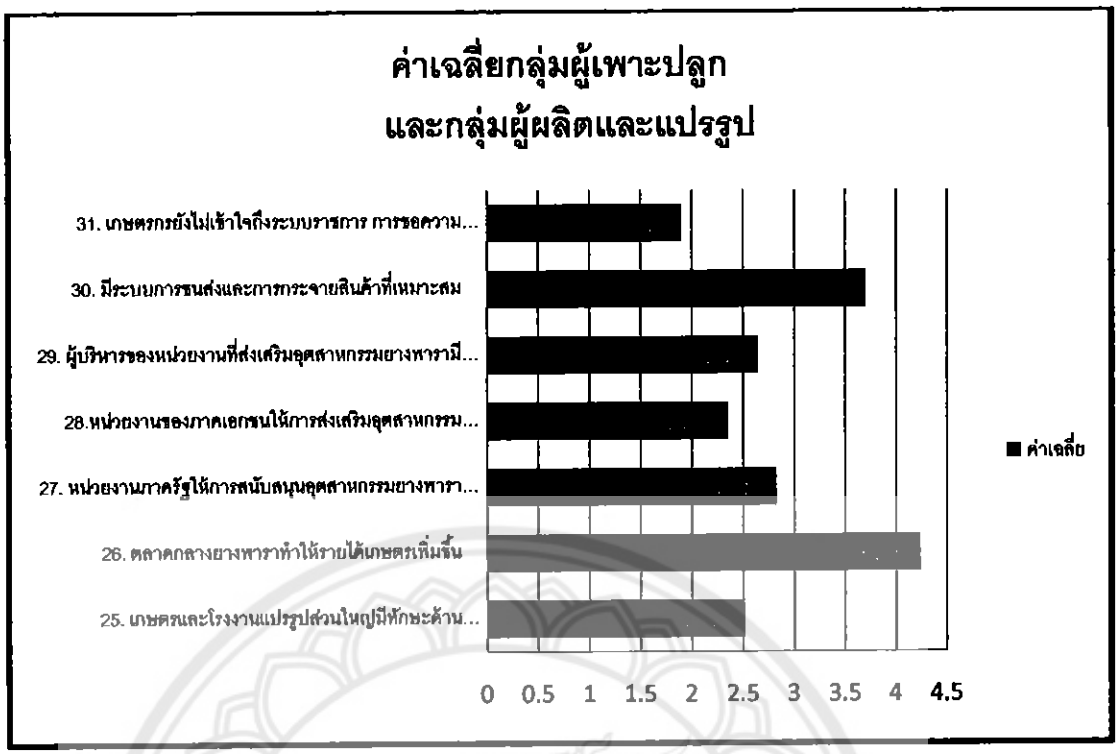
ตารางที่ 4.13 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนโดยภาพรวม

ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยง และการสนับสนุน	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
กลุ่มผู้เพาะปลูกยางพาราและผู้ผลิตและแปรรูป			
25. เกษตรและโรงงานแปรรูปส่วนใหญ่มีทักษะด้านเทคโนโลยีในการปลูกและการผลิต	2.52	0.65	น้อย
26. ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น	4.24	0.79	มากที่สุด
27. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด	2.83	0.89	ปานกลาง
28.หน่วยงานของภาคเอกชนให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด	2.36	0.79	น้อย
29. ผู้บริหารของหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพารามีภาวะผู้นำสูง	2.65	0.50	ปานกลาง
30. มีระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เหมาะสม	3.71	0.62	มาก
31. เกษตรกรยังเข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ	1.9	0.87	น้อย
รวม	2.89	0.12	ปานกลาง

หมายเหตุ (ตัวเลขมากแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.13 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุนโดยภาพรวม แสดงว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูกและผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.89) โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.24) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เกษตรกรยังเข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$=1.9)



รูปที่ 4.23 แผนภูมิแสดงด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุนในกลุ่มผู้เพาะปลูก และกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

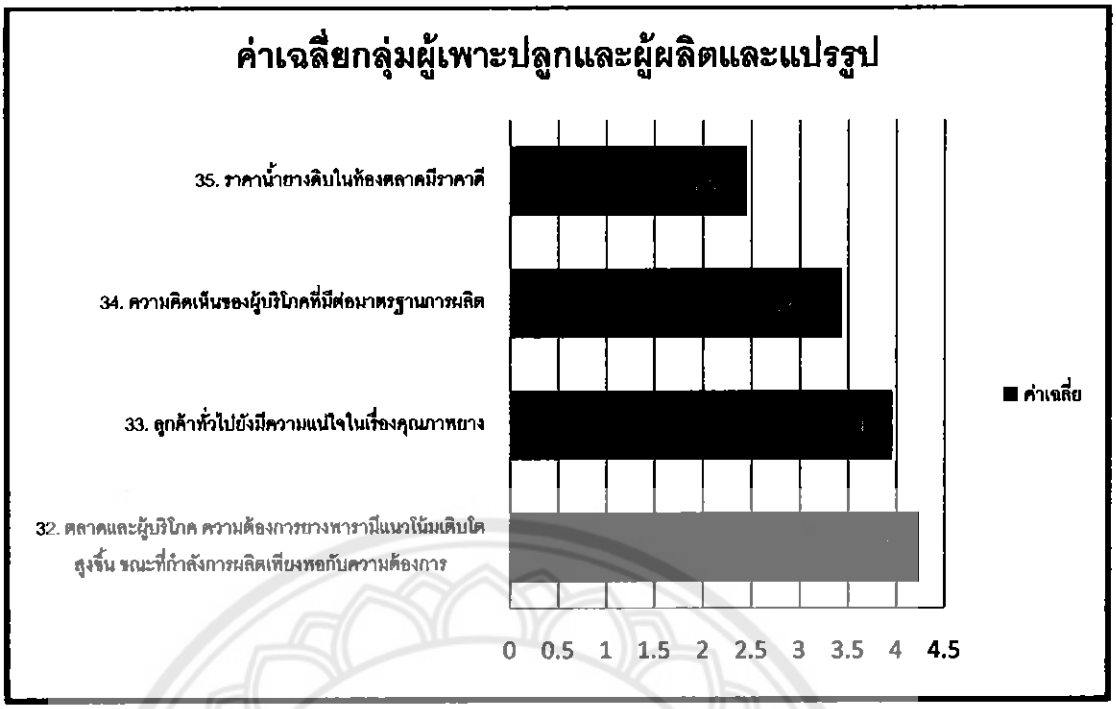
ตารางที่ 4.14 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ด้านอุปสงค์โดยภาพรวม

ด้านอุปสงค์	$\bar{x}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
กลุ่มผู้เพาะปลูก ผู้ผลิตยางพาราและผู้ผลิตและแปรรูป			
32. ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ	4.23	0.74	มากที่สุด
33. ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง	3.96	0.59	มาก
34. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานการผลิต	3.44	0.7	มาก
35. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี	2.45	0.6	น้อย
รวม	3.52	0.15	มาก

หมายเหตุ (ตัวเลขน้อยแสดงถึงระดับดี)

จากตารางที่ 4.14 ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกด้านอุปสงค์โดยภาพรวม แสดงว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูก ผู้ผลิตและแปรรูป และกลุ่มพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.52) โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.23) รองลงมาคือ ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.96) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี อยู่ในระดับปานน้อย ($\bar{x}$=2.45)



รูปที่ 4.24 แผนภูมิแสดงด้านอุปสงค์ในกลุ่มผู้เพาะปลูกและกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

4.3.4 วิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของทั้งสองจังหวัดโดยระดับความคิดเห็นมากถึงมากที่สุดแสดงว่าเป็นจุดแข็ง, น้อยถึงน้อยที่สุดแสดงว่าเป็นจุดอ่อน, ปานกลางแสดงว่าเป็นโอกาสและอุปสรรคจากท้ายข้อเสนอแนะในแบบสอบถามให้เป็นอุปสรรค

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ SWOT Analysis เกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

จุดแข็ง (Strength)	1. ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิตของผู้ประกอบการ 2. อุตสาหกรรมยางพารามีเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย 3. ผู้ประกอบการมีต้นทุนด้านการขนส่งต่ำ 4. ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบ 5. กลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น 6. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตเพียงพอ 7. โรงงานแปรรูปยางพารามีแผนการขยายกำลังการผลิต และปรับปรุงคุณภาพยางให้ดียิ่งขึ้น 8. ผู้ผลิตมีการพัฒนามาตรฐานการผลิต
จุดอ่อน (Weakness)	1. ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปมีต้นทุนค่อนข้างสูง ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนโดยรวมเพิ่มมากขึ้น 2. ผู้ประกอบการขาดการวิเคราะห์ตลาดเพื่อพยากรณ์ราคาล่วงหน้าทำให้ไม่สามารถรับซื้อวัตถุดิบกักตุนไว้เมื่อราคาถูกและรับซื้อน้อยลงเมื่อราคาเพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 4.15 (ต่อ) การวิเคราะห์ SWOT Analysis เกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

โอกาส (Opportunity)	1. พื้นที่ทำสวนยางไม่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (น้ำท่วม,ขาดแคลนน้ำ) ประมาณน้ำพอเพียง 2. จังหวัดมีพื้นที่เพาะปลูกที่สามารถขยายการปลูกยางพาราเพิ่มเติมได้อีก 3. จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง 4. กล้าพันธุ์ที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูกดีสามารถเพิ่มผลผลิตได้ 5. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเกษตรเพียงพอส่งผลให้สามารถพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมได้มากขึ้น 6. กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับสูง 7. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก 8. การทำสวนยางเกษตรกรมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมซึ่งทำให้สามารถพัฒนาผลผลิตเพิ่มขึ้นได้ 9. ลักษณะการขายผลผลิตของเกษตรกรเป็นแบบรอจนกว่าราคาดีจึงนำผลผลิตออกมาทยอยขายส่งผลให้สามารถสร้างผลกำไรได้มากขึ้น 10. ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น 11. มีระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เหมาะสม 12. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด 13. เกษตรและโรงงานแปรรูปส่วนใหญ่มีทักษะด้านเทคโนโลยีในการปลูกและการผลิต 14. หน่วยงานของภาคเอกชนให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด 15. ผู้บริหารของหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพารามีภาวะผู้นำสูง 16. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี 17. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง) 18. ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ 19. ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง

ตารางที่ 4.15 (ต่อ) การวิเคราะห์ SWOT Analysis เกี่ยวกับปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

อุปสรรค (Threat)	1. ไม่สามารถควบคุมปริมาณน้ำฝนที่ตกในพื้นที่ได้ ทำการการเก็บผลผลิตได้ไม่เต็มที่ 2. เกษตรกรขาดการบริหารจัดการการเก็บเกี่ยวผลผลิต 3. เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือนเนื่องด้วยสภาพอากาศ 4. เกษตรกร ไม่เชื่อคำแนะนำจากวิทยากรซึ่งผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยไม่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์ได้ 5. เกษตรกรยังไม่เข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ 6. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดไม่เป็นไปตามคาดการณ์

บทที่ 5
บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

5.1.1 การวิจัยเรื่องปัญหาและปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก มีจุดมุ่งหมายของการศึกษา ดังนี้

5.1.1.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกในด้านการเพาะปลูก กำลังการผลิตและความต้องการของตลาด รวมทั้งปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

5.1.1.2 เพื่อศึกษาปัญหาในอุตสาหกรรมยางพารา

5.1.1.3 เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพารา

5.1.2 การศึกษาครั้งนี้ กำหนดขอบเขตการศึกษา เนื้อหามุ่งศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก โดยศึกษาองค์ประกอบ 4 ด้าน (Diamond Analysis) คือ

5.1.2.1 ด้านปัจจัยการผลิต

5.1.2.2 ด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

5.1.2.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยง สนับสนุน

5.1.2.4 ด้านอุปสงค์

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรยางพารา 1 ราย ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางพิษณุโลก (สกย.) 1 ราย ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคเหนือ 2 พิษณุโลก ของสำนักงานคณะกรมการส่งเสริมการ ลงทุน (BOI) 1 ราย เจ้าของสวนยางในจังหวัดพิษณุโลก รายใหญ่ 24 ราย กลุ่มพ่อค้ายางพาราในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 12 ราย หอการค้าจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 1 ราย สภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 1 ราย

เครื่องมือในการศึกษา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) จากการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้

5.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 82.9 มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.2 มีจำนวนพนักงานต่ำ

กว่า 10 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 มีระยะเวลาในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารามากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.1 เป็นผู้เพาะปลูก คิดเป็นร้อยละ 58.5

5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

5.3.1 ด้านปัจจัยการผลิต

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง

กลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิต

5.3.2 ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้เพาะปลูกส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพารา

ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่อยู่ในรูปของวัตถุดิบและกลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น

5.3.3 ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูกและผู้ผลิตและแปรรูปส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้น

5.3.4 ด้านอุปสงค์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เพาะปลูก ผู้ผลิตและแปรรูป และกลุ่มพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ข้อที่มีระดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ

5.4 สรุปการเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 5.1 การเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ลำดับ	ด้านปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
		1	2	3	4	5
1	ปัจจัยการผลิต					
	- ผู้เพาะปลูก					
	- ผู้ผลิตและแปรรูป					
2	ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ					
	- ผู้เพาะปลูก					
	- ผู้ผลิตและแปรรูป					
3	ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน					
	- ผู้เพาะปลูกและผู้ผลิตและแปรรูป					
4	ด้านอุปสงค์					
	- ผู้เพาะปลูก ผู้ผลิตและแปรรูป และกลุ่มพ่อค้าคนกลาง					

5.5 สรุปจุดเด่นของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 5.2 สรุปปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ปัจจัยความสำเร็จ	
	1. ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิตของผู้ประกอบการ
	2. อุตสาหกรรมยางพารามีเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย
	3. ผู้ประกอบการมีต้นทุนด้านการขนส่งต่ำ
	4. ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบ
	5. กลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น
	6. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตเพียงพอ

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) สรุปปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ปัจจัยความสำเร็จ	7. โรงงานแปรรูปยางพารามีแผนการขยายกำลังการผลิต และปรับปรุงคุณภาพยางให้ดียิ่งขึ้น 8. ผู้ผลิตมีการพัฒนามาตรฐานการผลิต

ตารางที่ 5.3 สรุปปัจจัยภายนอกสนับสนุนปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ปัจจัยสนับสนุนภายนอก	1. พื้นที่ทำสวนยางไม่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (น้ำท่วม,ขาดแคลนน้ำ) ประมาณน้ำพอเพียง 2. จังหวัดมีพื้นที่เพาะปลูกที่สามารถขยายการปลูกยางพาราเพิ่มเติมได้อีก 3. จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่าย ทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง 4. กล้าพันธุ์ที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูกดีสามารถเพิ่มผลผลิตได้ 5. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเกษตรเพียงพอส่งผลให้สามารถพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมได้มากขึ้น 6. กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับสูง 7. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก 8. การทำสวนยางเกษตรกรมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมซึ่งทำให้สามารถพัฒนาผลผลิตเพิ่มขึ้นได้ 9. ลักษณะการขายผลผลิตของเกษตรกรเป็นแบบรอจนกว่าราคาดีจึงนำผลผลิตออกมาทยอยขายส่งผลให้สามารถสร้างผลกำไรได้มากขึ้น 10. ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น 11. มีระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เหมาะสม 12. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด 13. เกษตรและโรงงานแปรรูปส่วนใหญ่มีทักษะด้านเทคโนโลยีในการปลูกและการผลิต 14. หน่วยงานของภาคเอกชนให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด 15. ผู้บริหารของหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพารามีภาวะผู้นำสูง 16. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) สรุปปัจจัยภายนอกสนับสนุนปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ปัจจัยสนับสนุนภายนอก	17. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง) 18. ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ 19. ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง

5.6 สรุปปัญหาของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 5.4 สรุปปัญหาของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ปัญหา	1. ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปมีต้นทุนค่อนข้างสูง ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนโดยรวมเพิ่มมากขึ้น 2. ผู้ประกอบการขาดการวิเคราะห์ตลาดเพื่อพยากรณ์ราคาล่วงหน้าทำให้ไม่สามารถรับซื้อวัตถุดิบกักตุนไว้เมื่อราคาถูกและรับซื้อน้อยลงเมื่อราคาเพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 5.5 สรุปปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้เกิดปัญหาของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

อุปสรรคจากภายนอก	1. ไม่สามารถควบคุมปริมาณน้ำฝนที่ตกในพื้นที่ได้ ทำการการเก็บผลผลิตได้ไม่เต็มที่ 2. เกษตรกรขาดการบริหารจัดการการเก็บเกี่ยวผลผลิต 3. เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือนเนื่องด้วยสภาพอากาศ 4. เกษตรกร ไม่เชื่อคำแนะนำจากวิทยากรซึ่งผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์โดยไม่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์ได้ 5. เกษตรกรยังไม่เข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ 6. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดไม่เป็นไปตามคาดการณ์

จากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับ ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก ทำให้สามารถวิเคราะห์โอกาสเพื่อมาเสริมสร้างจุดเด่นและลบจุดด้อย โดยเริ่มจากการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาและลดอุปสรรค์จากภายนอกที่เกิดขึ้น และวางแผนกลยุทธ์และยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราทั้งกลุ่มอุตสาหกรรม

ตารางที่ 5.6 แนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยางพาราจังหวัดพิษณุโลก

ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา
1. ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปมีต้นทุนค่อนข้างสูง ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนโดยรวมเพิ่มมากขึ้น	1.ส่งเสริมการประหยัดพลังงานเพื่อลดต้นทุนด้านพลังงาน 2.พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น
2. ผู้ประกอบการขาดการวิเคราะห์ตลาดเพื่อพยากรณ์ราคาล่วงหน้าทำให้ไม่สามารถรับซื้อวัตถุดิบกักตุนไว้เมื่อราคาถูกและรับซื้อน้อยลงเมื่อราคาเพิ่มสูงขึ้น	1. ให้ความรู้และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์ และพยากรณ์ราคาล่วงหน้า 2. ลดการกักตุนวัตถุดิบ ส่งเสริมให้มีการผลิตระบบ Lean Production

ตารางที่ 5.7 แนวทางการลดอุปสรรค์ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยางพาราจังหวัดพิษณุโลก

อุปสรรคจากภายนอก	แนวทางการลดอุปสรรค
1. ไม่สามารถควบคุมปริมาณน้ำฝนที่ตกในพื้นที่ได้ ทำการการเก็บผลผลิตได้ไม่เต็มที่	1.ให้ความรู้ในการพยากรณ์ปริมาณน้ำฝน และคาดคะเนการเกิดฝน เพื่อสามารถเก็บผลผลิตได้ก่อนเกิดฝน
2. เกษตรกรขาดการบริหารจัดการการเก็บเกี่ยวผลผลิต	1.จัดระบบบริหารการจัดเก็บผลผลิตโดยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการสวนยางพารา ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ สถาบันการศึกษา
3. เกษตรกรไม่สามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือนเนื่องด้วยสภาพอากาศ	1.จัดระบบการเก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วงที่ไม่มีผลกระทบต่อปริมาณน้ำยาง เพื่อหลีกเลี่ยงสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสม
4. เกษตรกร ไม่เชื่อคำแนะนำจากวิทยากรซึ่งผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยไม่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์ได้	1.ค้นหาเกษตรกรในพื้นที่ซึ่งมีแนวคิดในการทำเกษตรอินทรีย์ และแต่งตั้งตัวแทนของกลุ่มเกษตรกรเพื่อโน้มน้าวและชี้แจงข้อดี-ข้อเสียแก่เกษตรกรคนอื่นๆ 2. จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายความรู้ให้เกษตรกรได้ทราบถึงประโยชน์ของการทำเกษตรอินทรีย์
5. เกษตรกรยังไม่เข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ	1. ใช้ช่องทางสื่อสารใหม่ๆกับเกษตรกรเช่น การโฆษณาผ่านวิทยุชุมชน หรือทางโทรทัศน์

ตารางที่ 5.7 (ต่อ) แนวทางการลดอุปสรรค์ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยางพาราจังหวัดพิษณุโลก

อุปสรรคจากภายนอก	แนวทางการลดอุปสรรค
6. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดไม่เป็นไปตามคาดการณ์	1.ส่งเสริมให้เกษตรลดการกักตุนผลผลิต ให้ทยอยขายออกมา เพื่อลดโอกาสเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายเมื่อราคายางตกต่ำ 2. ใช้ช่องทางในการขายผลผลิตใหม่ๆเช่น ตลาดกลางยางพารา เพื่อลดต้นทุนด้านอื่นลง ส่งผลให้ผลกำไรเพิ่มขึ้น หรือไม่เกิดความเสียหายเมื่อราคายางตกลง

5.7 กลยุทธ์การพัฒนาเกษตรกรผู้เพาะปลูก

5.7.1 ให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เพาะปลูกยางพารา และสนับสนุนชุมชนให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ ดังนี้

5.7.1.1 ต้องได้รับการส่งเสริมจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยให้ความรู้แก่เกษตรกร

5.7.1.2 จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนให้เป็นแหล่งที่เกษตรกรสามารถใช้ในการศึกษาแนวทางในการเพาะปลูกใหม่ๆและพัฒนาการเพาะปลูกต่อไปอย่างยั่งยืน

5.7.2 รณรงค์ส่งเสริมให้มีการผลิตน้ำยางที่ได้มาตรฐานของตลาดรับซื้อ และโรงงานผู้ผลิตพัฒนาการเพิ่มผลผลิตน้ำยางต่อไร่ให้เพิ่มมากขึ้น ดังนี้

5.7.2.1 จัดการอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการเพาะปลูกของเกษตรกรเพื่อยกระดับมาตรฐานของน้ำยางให้เป็นที่ต้องการของตลาดรับซื้อ

5.7.2.2 ช่วยเหลือเกษตรกรในการบริหารจัดการสวนยางพาราอย่างมีระบบเพื่อเพิ่มผลผลิตน้ำยางต่อไร่ให้เพิ่มมากขึ้น โดยยังคงต้นทุนต่ำ

5.7.3 ลดต้นทุนในการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร

5.7.3.1 สนับสนุนให้มีการเพาะปลูกโดยยึดหลักเกษตรอินทรีย์ เพื่อลดต้นทุนในการเพาะปลูก และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5.7.3.2 หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ต้องให้การสนับสนุนส่งเสริม และให้ความรู้ เทคโนโลยีการเพาะปลูกต่างๆแก่เกษตรกร

5.7.3.3 ให้ความรู้เกี่ยวกับกรรมวิธีและเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวผลผลิตแก่เกษตรกร

5.7.4 ศึกษาวิจัยพันธุ์ยางพาราที่เหมาะสมกับสภาพภูมิศาสตร์และภูมิอากาศของจังหวัดพิษณุโลก

5.7.4.1 ศึกษา วิจัย และคัดเลือกพันธุ์ยางพาราที่เหมาะสมกับสภาพต่างๆทางกายภาพและสภาพทางภูมิอากาศของจังหวัด เพื่อเพิ่มความต่านทานของต้นยาง และเพื่อให้ผลผลิตแก่เกษตรมากขึ้น

5.7.4.2 ทำการพัฒนาพันธุ์ยางพาราอย่างต่อเนื่อง

5.8 กลยุทธ์การพัฒนาตลาดรับซื้อและผู้ประกอบการผลิตและแปรรูปยางพารา

5.8.1 ส่งเสริมและสนับสนุนการลดใช้พลังงาน และลดมลภาวะ

5.8.1.1 ส่งเสริมการลดใช้พลังงานอย่างยั่งยืน โดยลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนทางพลังงานของผู้ผลิต

5.8.1.2 ปรับปรุงระบบการผลิตให้ลดการปล่อยมลพิษ

5.8.2 การเพิ่มมูลค่าจากผลพลอยได้

5.8.2.1 สร้างมูลค่าเพิ่มจากผลพลอยได้ต่างตางๆจากกระบวนการเพาะปลูก และกระบวนการผลิต เช่นการนำขี้ยางมาตีปั่นให้กลายเป็นน้ำยาง

5.8.3 สร้างระบบมาตรฐานสากล

5.8.3.1 จัดการคุณภาพและมาตรฐานเพื่อรองรับมาตรฐานสากล เช่นมาตรฐาน ISO หรืออื่นๆ ที่จำเป็นต่อการขยายตลาดให้เติมโตมากขึ้น

5.8.4 พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต

5.8.4.1 พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตโดยอาศัยความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ให้คำแนะนำและขอเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตของผู้ประกอบการ

5.8.5 พัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถ

5.8.5.1 จัดระบบการฝึกอบรมบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้นเพื่อพัฒนามาตรฐานการผลิตให้ทัดเทียมมาตรฐานสากล

5.8.5.2 ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพราะเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคลากรอย่างยั่งยืน

5.8.6 จัดระบบการซื้อ-ขายสินค้าทางการเกษตรล่วงหน้า

5.8.6.1 จัดระบบให้มีการซื้อขายสินค้าทางการเกษตรล่วงหน้า เพื่อพัฒนาตลาดรับซื้อและเป็นการส่งเสริมให้ตลาดซื้อขายยางพารามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

5.8.6.2 จัดตั้งระบบ กำกับดูแล และพัฒนามาตรฐานของตลาดรับซื้ออย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนา

5.8.6.3 ประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรและผู้ประกอบการรู้ถึงประโยชน์ของตลาดซื้อขายสินค้าทางการเกษตรล่วงหน้า

5.9 แผนปฏิบัติการของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 5.8 แผนปฏิบัติการของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ลำดับ	รายละเอียด/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ปีดำเนินการ		
			2556	2557	2558
1	จัดการประชุมสัมมนาอย่างต่อเนื่องให้เกิดการเรียนรู้ตลอดจนจัดกิจกรรมประสานความสัมพันธ์ และกิจกรรมที่ทำให้เกิดการประสานงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานสนับสนุน ผู้เพาะปลูก และผู้แปรรูป รวมถึงผู้รับซื้อและพ่อค้าคนกลาง	- เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของกลุ่มทำให้เกิดการเรียนรู้และสามารถแก้ไขปัญหาร่วมกันได้	√		
2	จัดหาแหล่งทุนทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างความมีส่วนร่วมกัน หรือขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	- เพื่อเป็นการเสริมสร้างการมีระเบียบวินัยในการออมของสมชิกกองทุนส่งเสริมการปลูกยางพารา	√		
3	ปรับปรุงพัฒนาโรงงานแปรรูปให้ได้มาตรฐาน สามารถผลิตและแปรรูปให้ได้คุณภาพ มีต้นทุนต่ำตามมาตรฐานที่กำหนด	- เพื่อเป็นการพัฒนาโรงงานแปรรูปให้ได้มาตรฐานมีคุณภาพตามความต้องการของตลาด		√	
4	พัฒนาการผลิตและแปรรูปเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในสินค้า	- เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความพอใจในการตลาด		√	
5	พัฒนาระบบสารสนเทศ Website เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ E-Commerce	- เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศให้เป็นช่องทางในการสื่อสาร		√	
6	จัดกิจกรรมอบรม หรือสาธิตการเพาะปลูกและการดูแลอย่างถูกวิธี ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดกับกลุ่มและเครือข่าย	- เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของกลุ่มในการเรียนรู้ร่วมกันและแลกเปลี่ยนปัญหาและอุปสรรค			√

ตารางที่ 5.8 (ต่อ) แผนปฏิบัติการของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ลำดับ	รายละเอียด/กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ปีดำเนินการ		
			2556	2557	2558
7	จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของกลุ่มในทุกๆ ด้านที่เกี่ยวข้องโดยผู้เชี่ยวชาญ และมีความรู้เพื่อพัฒนาและศึกษาหาความรู้ด้านยางพาราและวิธีการเพาะปลูกให้มีคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น	- เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถขอลกลุ่มและเป็นการพัฒนาความรู้ของกลุ่มในด้านยางพารา			√
8	จัดกิจกรรมพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาไปสู่การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด	- เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ของบุคลากรในอุตสาหกรรม			√

5.10 ข้อเสนอแนะ

5.10.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาเพื่อการจัดทำเชิงนโยบายและนำไปสู่การปฏิบัติ

5.10.1.1 ภาครัฐควรมีนโยบายในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพารา ด้านงบประมาณ ดำเนินการการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การสร้างโอกาสทางการตลาด และการจัดการเชื่อมโยงธุรกิจ เพื่อเป็นการขยายผลการพัฒนาของอุตสาหกรรมยางพาราต่อไป

5.10.1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีบทบาทในการช่วยสนับสนุนขยายช่องทางการตลาดโดยสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมยางพารา การสนับสนุนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นให้กับอุตสาหกรรมยางพาราให้เป็นที่รู้จักของตลาด

5.10.1.3 ควรมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราอย่างต่อเนื่องในเชิงระยะยาว เพราะในแต่ละช่วงการพัฒนา จะมีเป้าหมายและการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนการส่งเสริม สนับสนุน ให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมยางพารา

5.10.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลกทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และควรมีการศึกษาในโอกาสต่อไปเนื่องจากระยะเวลาของการพัฒนา ก็จะมีเป้าหมายและการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการปฏิรูประบบการพัฒนายางพาราไทย. (2545). **การปฏิรูประบบการพัฒนายางพาราไทย. เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการ (วันที่ 2 สิงหาคม 2545) กรุงเทพฯ: คณะกรรมการปฏิรูประบบการพัฒนายางพาราไทย.**

คู่มืออุตสาหกรรมยางพาราไทยและทำเนียบ ปี 2552 - 2553: Hand Book of Thai Rubber Industry And Directory 2009 – 2010. (2553). กรุงเทพมหานคร : T.R.I. Global.

วาสนา วงศ์ศิริ. (2543). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพยากรณ์ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

วิสุทธิ์ ศุกลรัตน์. (2543,กันยายน – ตุลาคม). "การวัดปริมาณยางในน้ำยาง," กสิกร. 76 (5) : 48 – 56.

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดพิษณุโลก. (2544). **รายงานประจำปี 2553. สำนักการกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดพิษณุโลก. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.**

อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2549). **ทิศทางและการปรับตัวของอุตสาหกรรมยางธรรมชาติของไทยใน 5 ปีข้างหน้า.** มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย , กรุงเทพฯ.

สุชาติ สานกิ่งทอง. (2550). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรยางพาราจังหวัด พิษณุโลก.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา).** พิษณุโลก, มหาวิทยาลัยพิบูลสงคราม.

สมศักดิ์ บุญญาโยธิน. (2554). **การศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานการพัฒนาการ รวมกลุ่มคลัสเตอร์ข้าว กรณีศึกษา: การเปรียบเทียบคลัสเตอร์ข้าวจังหวัดพิจิตกับคลัสเตอร์ข้าวจังหวัดพิษณุโลก.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง หลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิศวกรรมการจัดการ). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

ภาคผนวก ก
เครื่องมือเก็บข้อมูล

แบบสอบถามการศึกษาค้นคว้า

ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดพิษณุโลก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1.ชาย ☐ 2.หญิง 2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2. 21-30 ปี

☐ 3. 31-40 ปี ☐ 4. 41-50 ปี

☐ 5. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าประถมศึกษา ☐ 2. ประถมศึกษา

☐ 3. มัธยมศึกษา ☐ 4. อนุปริญญา

☐ 5. ปริญญาตรี ☐ 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. จำนวนพนักงาน

☐ 1. ต่ำกว่า 10 คน ☐ 2. 10-20 คน

☐ 3. สูงกว่า 20 คน

5. ระยะเวลาดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา

☐ 1. 0-1 ปี ☐ 2. 1-3 ปี

☐ 3. 3-5 ปี ☐ 4. มากกว่า 5 ปี

6. กลุ่มผู้ประกอบการยางพารา

☐ 1. ผู้เพาะปลูก ☐ 2. กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป

☐ 3. หน่วยงานภาครัฐ ☐ 4. รัฐวิสาหกิจ

☐ 5. หน่วยงานภาคเอกชน ☐ 6. สถาบันการศึกษา

☐ 7. ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม*

☐ 8. ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมสนับสนุน**

☐ 9. อื่นๆ ระบุ.....

* ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมบริการ เช่น ธกส.

** ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น ร้านขายอุปกรณ์การเกษตร, ร้านซ่อมเครื่องมือเกษตร

ส่วนที่ 2 **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางพารา**

<u>คำชี้แจง</u> - โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเข้าใจของผู้ตอบแบบสำรวจ

- กลุ่มผู้เพาะปลูกให้ทำข้อ (1-6, 12-16, 25-35)
- กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป (7-11, 17-35)
- กลุ่มผู้ให้การสนับสนุนทำทุกข้อ
- กลุ่มพ่อค้าคนกลางทำเฉพาะด้านอุปสงค์

5. หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4. หมายถึง เห็นด้วยมาก

3. หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 2. หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1. หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านปัจจัยการผลิต					
กลุ่มผู้เพาะปลูกยางพารา					
1. พื้นที่ทำสวนยางไม่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำ (น้ำท่วม,ขาดแคลนน้ำ) ประมาณน้ำพอเพียง					
2. เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวน้ำยางได้ในช่วง 9 เดือน					
3. กล้าพันธุ์ที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูกดี					
4. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเกษตรเพียงพอ					
5. จังหวัดมีพื้นที่ที่สามารถขยายการปลูกยางพาราเพิ่มเติมได้อีก					
6. จังหวัดมีตลาดกลางทำให้ไม่ต้องเก็บยางไว้นานเพื่อรอส่งไปจำหน่ายทำให้คุณภาพไม่ด้อยลง					
กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป					
7. อุตสาหกรรมยางพารามีเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย					
8. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านการเพียงพอ					
9. ต้นทุนในกระบวนการการแปรรูปต่ำ					
10. ต้นทุนด้านการขนส่งต่ำ					
11. ปริมาณน้ำยางเพียงพอต่อการผลิต					

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการ					
กลุ่มผู้เพาะปลูกยางพารา					
12. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)					
13. การทำสวนยางเกษตรกรมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม					
14. ลักษณะการขายผลผลิตเป็นแบบรอจนกว่าราคาดีจึงนำผลผลิตออกมาทยอยขาย					
15. กลุ่มเกษตรกรมีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในระดับใด					
16. กลุ่มโรงงานแปรรูปและเกษตรกร เชื่อคำแนะนำจาก(วิทยากร*) และผลักดันให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกเป็นเกษตรอินทรีย์					
กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป					
17. โรงงานแปรรูปยางพารามีแผนการขยายกำลังการผลิต และปรับปรุงคุณภาพยางให้ดียิ่งขึ้น					
18. ความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม มีความเข้มข้นมาก (การแข่งขันสูง)					
19. กลุ่มโรงงาน เน้นการผลิตยางที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานรับรอง					
20. การผลิตของกลุ่มโรงแปรรูป พิจารณาจากความต้องการทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการที่มีความต่อเนื่อง เช่น โรงงานผลิตยางในอุตสาหกรรมยานยนต์ และโรงงานแปรรูปอื่นๆ					

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
21. ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่เป็นในรูปของวัตถุดิบ					
22. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดเป็นไปตามคาดการณ์					
23. กลุ่มโรงงานแปรรูปยางพารา เน้นการทำงานในรูปแบบเครือข่าย โดยเป็นพันธมิตรกับโรงงานอื่นและชาวสวน มีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างสาขาที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น					
24. อุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัดมีบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตเพียงพอ					
ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและการสนับสนุน					
ผู้เพาะปลูกยางพาราและผู้ผลิตและแปรรูป					
25. เกษตรและโรงงานแปรรูปส่วนใหญ่มีทักษะด้านเทคโนโลยีในการปลูกและการผลิต					
26. ตลาดกลางยางพาราทำให้รายได้เกษตรเพิ่มขึ้น					
27. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด					
28.หน่วยงานของภาคเอกชนให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราในจังหวัด					
29. ผู้บริหารของหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพารามีภาวะผู้นำสูง					
30. มีระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เหมาะสม					
31. เกษตรกรยังเข้าใจถึงระบบราชการ การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานด้านวิชาการของรัฐ					

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านอุปสงค์					
ผู้เพาะปลูกยางพาราและผู้ผลิตและแปรรูป					
32. ตลาดและผู้บริโภค ความต้องการยางพารามีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ขณะที่กำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ					
33. ลูกค้าทั่วไปยังมีความแน่ใจในเรื่องคุณภาพยาง					
34. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานการผลิต					
35. ราคาน้ำยางดิบในท้องตลาดมีราคาดี					

หมายเหตุ (วิทยากร*) คือ ผู้ที่มาให้ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ ข.1 ตารางแสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	รายชื่อ	สังกัด/ที่อยู่
1	นายสมมาตย์ ตั้งสกุล	ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2
2	นายสุรพล ฝันเชียร	สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
3	นายวิศว วิศวชัยวัฒน์	หอการค้าจังหวัดพิษณุโลก
4	นายสุรจิต วงศ์กังแห	สภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก
5	นายพงศ์ชัย นิ่มเจริญวรรณ	บ.ม.จ. ไทยฮั้ว จำกัด
6	นางหวีด คชมาตร	เกษตรกรอำเภอวังทอง
7	นางฉลอง บุญมีกุล	เกษตรกรอำเภอวังทอง
8	นางแห แดงด่อน	เกษตรกรอำเภอชาติตระการ
9	นางสมพร คงทอง	เกษตรกรอำเภอชาติตระการ
10	นางบุญเหลือ กุดนาน้อย	เกษตรกรอำเภอนครไทย
11	น.ส.จีรนุช ฉิมคง	เกษตรกรอำเภอนครไทย
12	นายสุวิศิษฏ์ ธรรมวงษ์	เกษตรกรอำเภอวังทอง
13	นายเฉลียว ด่านทิม	เกษตรกรอำเภอวังทอง
14	นายพั่น บัวองค์	เกษตรกรอำเภอวังทอง
15	นายโหล เขียวป้อง	เกษตรกรอำเภอวังทอง
16	นายวุฒินันท์ จันทะลี	เกษตรกรอำเภอวังทอง
17	นายไพศาล คำอินทา	เกษตรกรอำเภอวังทอง
18	นายสมร มั่นเมือง	เกษตรกรอำเภอชาติกระการ
19	นายกุหลาบ นวลป้อง	เกษตรกรอำเภอชาติกระการ
20	นายเชื่อม บุญมีกุล	เกษตรกรอำเภอชาติกระการ
21	นายเชิงชัย แสงสีห์	เกษตรกรอำเภอชาติกระการ
22	นายสมาน อยู่ทิม	เกษตรกรอำเภอชาติกระการ
23	นายประมวล คงทอง	เกษตรกรอำเภอชาติกระการ
24	นายร่วม ดีป้อง	เกษตรกรอำเภอนครไทย
25	นายเพชร ป้องดูหลวง	เกษตรกรอำเภอนครไทย
26	นายทวี มั่นใหญ่	เกษตรกรอำเภอนครไทย
27	นายพวง มั่นหยวก	เกษตรกรอำเภอนครไทย
28	นายชัยยศ มาคงทอง	เกษตรกรอำเภอนครไทย
29	นายกิตติพงศ์ พลจอย	เกษตรกรอำเภอนครไทย
30	นายอาทิตย์ เสืออ๊อด	พ่อค้าคนกลาง
31	นายณรงค์ มาคงทอง	พ่อค้าคนกลาง
32	นายสมควร จำปารัต	พ่อค้าคนกลาง
33	นายบังอร ฤทธิ์อำนาจ	พ่อค้าคนกลาง
34	นายบำรุง บ่อคำ	พ่อค้าคนกลาง
35	นายพีรวัฒน์ ดีป้อง	พ่อค้าคนกลาง

ตารางที่ ข.1 (ต่อ) ตารางแสดงรายชื่อกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	รายชื่อ	สังกัด/ที่อยู่
36	นายสะเต็น มั่นหยวก	พ่อค้าคนกลาง
37	นายทองเรียน ทาสีดา	พ่อค้าคนกลาง
38	นายจิรพันธุ์ แดงด่อน	พ่อค้าคนกลาง
39	นายภัยวงษ์ จันทะคุณ	พ่อค้าคนกลาง
40	นายศุภชัย คำแก้ว	พ่อค้าคนกลาง
41	น.ส.จินตนา กุดนาน้อย	พ่อค้าคนกลาง