

การตลาดสินค้าทางธรรมชาติของประเทศไทย  
ศึกษกรณีเฉพาะในจังหวัดสงขลาและยะลา



นายธงชัย ลาวรรณ

ศูนย์วิทยพัทยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าปริญญาตรีเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2522

011740

I 1581bA61

THE TRADING OF NATURAL RUBBER IN THAILAND:  
A COMPARATIVE STUDY ON MARKETING ASPECTS  
IN CHANGWAT SONGKHLA, AND YALA

Mr. Thongchai Lawan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School

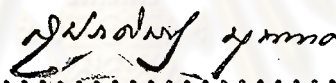
Chulalongkorn University

1979


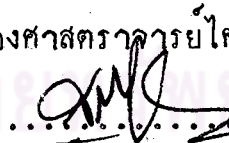

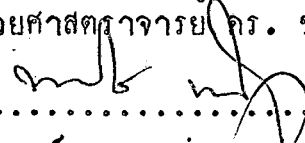
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การตลาดสินค้าทางธรรมชาติของประเทศไทย  
ศึกษากรณีเฉพาะในจังหวัดสงขลาและยะลา

โดย นายธงชัย ลาวรรณ  
ภาควิชา เศรษฐศาสตร์  
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขวลิต สละ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

  
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุประดิษฐ์ นูนนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ไศล นีรติศกุล)  
  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุธี ประศาสน์เศรษฐ์)  
  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขวลิต สละ)  
  
..... กรรมการ  
(อาจารย์พานิช เลือสกุล)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แก่ประชาชน การสร้างอำนาจต่อรอง การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นสถาบันการเงิน และการสหกรณ์ควรจะเข้ามามีบทบาทช่วยเหลือในการสร้างอำนาจต่อรอง โดยให้เกษตรกรกู้ยืมเงินหรือนำเครื่องอุปโภค บริโภคจากสหกรณ์ไปใช้ก่อน แทนการไปกู้เงินจากพ่อค้ามาใช้จ่าย

โครงสร้างตลาดภายในของประเทศไทยมีลักษณะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competition) ถ้ามองในแง่ของผู้ซื้อแล้วจะเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อน้อยราย (Oligopsony) ดังนั้นบรรดาผู้ซื้อจึงวางนโยบายในการซื้อให้สอดคล้องกัน ส่วนฝ่ายเกษตรกรก็พยายามสร้างอำนาจต่อรองภายใต้การแนะนำของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่การรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางและกลุ่มขายยาง ( Group Processing Centre and Group Marketing Organization or GPC.& GMO. ) แต่การดำเนินการดังกล่าวยังอยู่ในวงแคบ หากขยายตัวออกไปให้มากกว่านี้ ก็จะนำประโยชน์มาสู่เกษตรกรได้มากขึ้น เพราะอำนาจต่อรองสูงขึ้น

ผลจากการศึกษาปรากฏว่า ชาวสวนยางในจังหวัดสงขลา ขายยางได้ราคาต่ำกว่ายะลา ทั้งยางนอกกลุ่มและยางในกลุ่ม และจากข้อมูลที่ได้ศึกษาเพื่อเป็นรากฐานในการเสนอแนะดังนี้

1. ควรเร่งรัดการปลูกแทนควายยางพันธุ์ดี เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิต
2. ควรขยาย GMO. ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อสร้างอำนาจต่อรอง
3. ควรปรับปรุงคุณภาพยางแผ่นดิบให้มีคุณภาพสูงขึ้น
4. ควรปรับปรุงการคมนาคมขนส่งให้ดีขึ้น โดยเฉพาะในชนบท
5. เร่งรัดปราบปราม โจรผู้ร้ายที่รบกวนชาวสวนยาง
6. ควรส่งเสริมการบริโภคยางภายในประเทศให้มากขึ้น
7. ควรนำนโยบายของกลุ่มโอเปกมาใช้ในการค้ายางควาย

Thesis title : The Trading of Natural Rubber in Thailand :  
A Comparative Study on Marketing Aspects in Changwat  
Songkhla, and Yala.

Name : Mr. Thongchai Lawan

Thesis Advisor : Assistant Professor Chavalit Sala, Ph.D.

Department: Economics

Academic year: 1979

#### ABSTRACT

The purpose of this research is to study how the rubber growers, especially the ones who hold a small rubber plantation, can sell their product at a higher price, and without the unfair gain of the middleman.

According to the study about the structure of marketing in general and rubber marketing in particular, it is found that concentration of the dealers is high, especially the exporters. There are not more than thirty export companies. The structure of rubber marketing is like a cone, the growers at the base and the export companies at the apex. In 1978 rubber export amounted to 441,780 metric tons. A new dealer finds it difficult to carry on his business because rubber marketing is built on the reliability and credit of each other, which costs a lot of time and money to create.

Rubber marketing begins with the man riding around the village on a motorcycle, collecting rubber from the small scale growers and then selling it to the local merchant who, then, sells it to the merchant



in the town. From this point the rubber is sent to the processing factory owned by the exporters. This procedure keeps the marketing cost high, and of course affects the rubber growers because our country is in the condition of the price taker.

Marketing costs may be reduced by increasing facilities in marketing, such as providing good transportation in the village and from the village to the town, offering a good education for the people, creating bargaining power, and improving the quality of their product. In addition the financial organization and the cooperative should be encouraged to help them with low interest loans for acquiring basic necessities.

The structure of rubber marketing is a kind of imperfect competition. In the view of the buyer the market is a kind called oligopsony (the market with a few buyers), so the buyers carry on their common policy in buying while the producers are trying to build up their bargaining power under the direction of some government officials such as Group Processing Centre and Group Marketing Organization (GPC and GMO), which now work in a limited extension. If these institutions can increase their activities more widely the rubber producers will get a higher bargaining power.

An outcome of this study is that the rubber growers in Songkhla can sell their product at a higher price than those in Yala.

From the study we obtain the following suggestions :

1. Acceleration of high yield rubber replanting in-order to increase rubber output and reduce costs.

2. Extension of GMO to build up the bargaining power of the rubber grower.
3. The government should help the growers improve the quality of the rubber sheet.
4. The government should improve the transportation, especially in the rural areas.
5. The government should eliminate robbery in the rubber-growing region.
6. The government should promote the domestic rubber consumption.
7. The government should take the same policy as OPEC does, and use it in marketing rubber.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





## กติกกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขวลิขิต สละ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อย่างมากแก่ผู้เขียน โดยให้คำแนะนำช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์นี้ และขอขอบพระคุณ ท่านรองศาสตราจารย์ไศล นีรติศยกุล รองศาสตราจารย์ ดร. นิตริทิพย์ นาดสุภา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชี ประศาสน์เศรษฐ และอาจารย์พานิช เสือสกุล ที่ได้ให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง พร้อมทั้งขอขอบพระคุณ บรรดาคณาจารย์อีกหลายท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไกรยุทธ ชีรตยาภินันท์ อาจารย์ ดร. ไชยสาร ไชยประวัติก และอาจารย์ ดร. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์

นอกจากนี้ ผู้เขียนยังได้รับความช่วยเหลือ จากคุณสุวรรณ ทิพย์กุล และคุณสวิตต์ เสนะกุล แห่งศูนย์วิจัยการยาง คุณประคิษฐ์ หงษ์หยก แห่งสมาคมพ่อค้ายางแห่งประเทศไทย ตลอดจนบริษัทห้างร้านหลายแห่งในสงขลา ยะลา และเบตง ที่ได้ให้ข้อมูลและคำแนะนำต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์นี้ จึงขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย.

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ญ
รายการตารางประกอบ.....	ฉ
รายการรูปแผนที่ประกอบ.....	ช
บทที่	
1. บทนำ.....	1
2. การผลิตยางพารา.....	6
3. การตลาดและการค้ายางในประเทศไทย....	46
4. การค้ายางในจังหวัดสงขลาและยะลา.....	86
5. ประสิทธิภาพของตลาด.....	116
6. สรุปและขอเสนอแนะ.....	125
บรรณานุกรม.....	128
ภาคผนวก.....	130
ประวัติ.....	141



รายการตารางประกอบ

	หน้า
ตารางที่ 1 สถิติมูลฐานภาคใต้	13
2 ผลผลิตยางธรรมชาติ	23
3 จำนวนผู้ซื้อรับทุนสงเคราะห์	31
4 ภาวะการปลูกแทน	32
5 ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย	33
6 ปริมาณยางส่งออก	56
6.๕ สถิติส่งยางออกของประเทศไทย	57
7 แสกกงช่วงเหลือของราคายาง	76
8 ความแตกต่างระหว่างราคายาง	77
9 จำนวนสวนสงเคราะห์ของจังหวัดสงขลา	96
10 จำนวนสวนสงเคราะห์ของจังหวัดยะลา	97
11 จำนวนสวนสงเคราะห์ของจังหวัดยะลา	98
12 จำนวนผู้ค้ายางในจังหวัดต่าง ๆ	99
13 เปรียบเทียบราคาซื้อขาย	100
14 การซื้อขายยางระหว่างพ่อค้า	101
15 การซื้อขายยางระหว่างพ่อค้า	102
16 การซื้อขายยางระหว่างพ่อค้า	103
17 การซื้อขายยางระหว่างพ่อค้า	104
18 การซื้อขายยางระหว่างพ่อค้า	105
19 การซื้อขายยางแผนรวมกลุ่ม	106
20 การซื้อขายยางแผนรวมกลุ่ม	107

	หน้า
ตารางที่ 21 การขายยางแผ่นรวมกลุ่ม	108
22 การขายยางแผ่นรวมกลุ่ม	109
23 การขายยางแผ่นรวมกลุ่ม	110
24 เปรียบเทียบราคาซื้อขาย	111
25 สรุปผลการรวมกลุ่มขายยาง	112
26 ราคาขายประเทศไทย (รายวัน)	115.2
27 ราคาขายประเทศไทย (เฉลี่ยรายเดือน)	115.3
28 ปริมาณยางส่งออกของไทย	118.1



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการแผนที่และภาพประกอบ

		หน้า	
แผนที่	1	แสดงที่ตั้งของจังหวัดยะลา	20
	2	แสดงที่ตั้งของจังหวัดสงขลา	21



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย