



Cluster SMEs



รายงานการศึกษา

เครือข่ายวิสาหกิจ

เกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551



สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	1-15
	■ ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	1
	■ การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	4
	■ การประเมินศักยภาพการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	10
	■ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	14
บทที่ 2	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	16-17
บทที่ 3	แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	18-45
	■ แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	18
	■ ตารางยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง	22
	■ ตัวอย่างโครงการ	24

บทที่ 1

เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

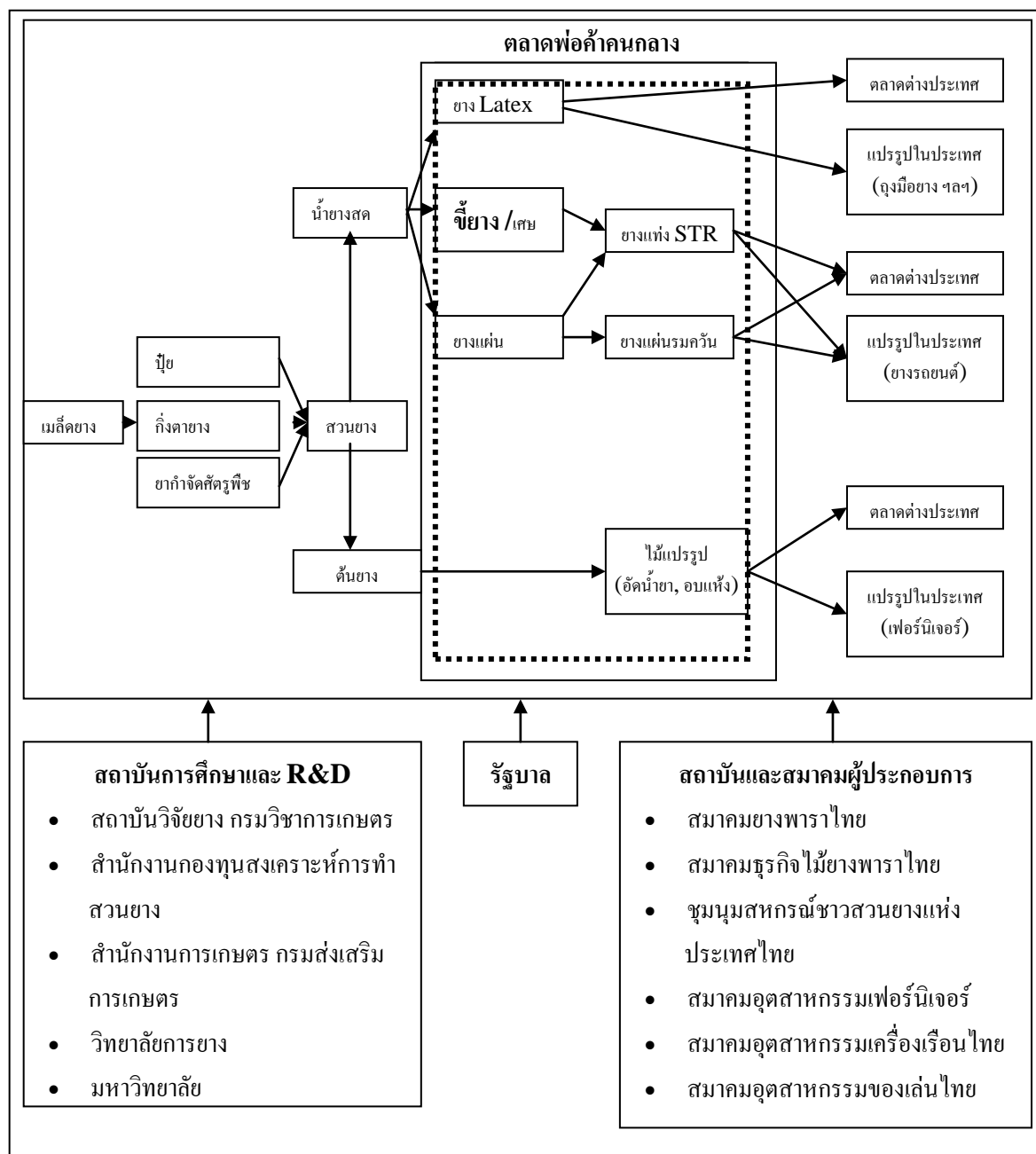
1. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่ผลิตพันธุ์ยางมากที่สุดในประเทศไทย ประมาณ 26 ล้านตัน จังหวัดตรังมีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณหนึ่งล้านสี่แสนไร่ จังหวัดตรังกรีดยางได้ประมาณ 120 – 150 วัน แต่ผลผลิตยางพาราประมาณสามแสนกว่าตัน อยู่ที่บริษัทขนาดใหญ่ ประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์ ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ของผลผลิตยางพาราระดับ ประเทศ เป็นผลผลิตยางพาราของ จังหวัดตรังรัฐบาลมีความพยายามพัฒนาการทำสวนยางพาราให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้จัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำสวนยางพารา เพื่อดำเนินการวิจัย ส่งเสริม และพัฒนา ทำให้พื้นที่ ปลูกยางพาราขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับยางพารา จ.ตรัง มีการรวมตัวกันกันใน ลักษณะของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ ต่าง ๆ เช่น กลุ่มเกษตรกรทำสวนบ้าน ควนเมา กลุ่ม เกษตรทำสวนอ่าวตง ซึ่งกลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ เหล่านี้ จะเริ่มตั้งแต่การปลูกยางพารา การกรีดยาง การแปรรูปยางพาราขั้นต้น เป็นยางแผ่นรมควัน ไม่อัดก้อน ได้รับความร่วมมือและการให้การ สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี

เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง มีวิสัยทัศน์ คือ “จังหวัดตรัง เป็นแหล่ง ผลิตยางพาราที่สำคัญ และมีคุณภาพดีที่สุดในประเทศ ” โดยมีโครงการสนับสนุนเครือข่ายทั้งสิ้น 11 โครงการ และได้มีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการตามความต้องการ และปัญหาเครือข่าย วิสาหกิจ ดังนี้ โครงการพัฒนาเทคโนโลยีต้นทุนต่ำสำหรับเป็นต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยางพารา โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลระดับจังหวัด โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือ ข่ายวิสาหกิจ ยางพารา โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกยางพารา โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผสมปุ๋ย ชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมีให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา โครงการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกร ในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพ โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการผลิตยางแผ่น รมควันที่มีคุณภาพระหว่างกลุ่มเกษตรกร โดยกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางแผ่นรมควันต้นแบบ โครงการพัฒนาบุคลากรดี นการตลาด โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารจัดการองค์กร โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และโครงการพัฒนาบุคลากรด้านการเงินและ บัญชี

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมยางพาราประกอบด้วย 3 ส่วนใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ กลุ่มชาวสวนยาง กลุ่มพ่อค้าคนกลาง และกลุ่มโรงงานแปรรูป



ภาพที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

ธุรกิจหลัก (Primary Core Activities) เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับยางพาราโดยตรง ซึ่งแบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มเกษตรกรชาวสวนยางพารา และกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มี 3 ประเภท ได้แก่ 1. อุตสาหกรรมยางแผ่นดิบ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแห้ง ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ซึ่งผลิตมากที่สุดประมาณร้อยละ 70 ตลาดหลักคือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ ยางแท่ง ที.ที.อาร์. ร้อยละ 16 ตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพ ยุโรป นอกจากนั้นคือ ยางเครพ ยางแผ่นผึ่งแห้ง และยางสกิน ส่วนกลุ่มเหลว ได้แก่ น้ำยางข้น หรือยางลาเท็กซ์ แนวโน้มตลาดมีความต้องการมากขึ้นทั้งภายในและต่างประเทศ 2. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ประกอบด้วย อุตสาหกรรมการผลิตยางยานพาหนะ ซึ่งมีการผลิตมากที่สุดในปี 2542 จำนวน 76,606 ตัน คิดเป็นร้อยละ 33.83 รองลงมาคือ ถุงมือยาง จำนวน 38,405 ตัน ร้อยละ 16.7 และยางรัดของ จำนวน 20,985 ตัน ร้อยละ 9.2 โดยมีตลาดหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป แคนาดา และญี่ปุ่น นอกจากนั้นยังมียางยืด ยางจักรยานยนต์ และอุตสาหกรรมรองเท้า 3. อุตสาหกรรมไม้ยางพารา เป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนาพร้อมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้คุณภาพดีตรงกับความต้องการของผู้ใช้ในรูปต่างๆ ได้แก่ ลังปลา ปาร์ติเกิลบอร์ด ของเด็กเล่น เพอ ร์นเจอร์ เครื่องเรือน ไม้อัดเครื่องประดับ ตกแต่งภายในอาคาร ปัจจุบันเป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูง และมีแนวโน้มขยายตัวมากยิ่งขึ้นจากจำนวน 74,110 ตัน ในปี 2541 เป็น 404,745 ตัน ในปี 2544 เพิ่มขึ้น 5.46 เท่าตัว โดยมีมูลค่าการ ส่งออกในปี 2544 เท่ากับ 2,311.07 ล้านบาท ตลาดหลักที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี สิงคโปร์ และฮ่องกง

ธุรกิจรอง (Secondary Core Activities) คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง ลักษณะตลาดยางพาราเป็นตลาดของผู้ซื้อ เนื่องจากมีผู้ซื้อจำนวนน้อยราย ขณะที่เกษตรกรหรือผู้ขายซึ่งมีจำนวนมากมาย และส่วนมากเป็นเจ้าของสวนยางขนาดเล็ก

ซัพพลายเออร์ (Suppliers) ได้แก่ เจ้าของโรงงาน หรือเจ้าของร้านค้าที่จำหน่ายปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช ดิน หรือแม้กระทั่งชาวสวนที่เพาะกิ่งยางพารา หรือเมล็ดยางพาราจำหน่าย

สถาบัน การศึกษา / ฝึกอบรม และหน่วยงานภา ครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง ได้แก่ สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง สำนักงาน การเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร วิทยาลัยการยาง มหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาอื่น ๆ

หน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่ สมาคมยางพาราไทย สมาคมธุรกิจ จไม้ยางพาราไทย ชุมชนุสหรณ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทย สมาคม อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย และสมาคมอุตสาหกรรมของเล่นไทย

2. การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ได้ใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ของ Prof. Michael E. Porter เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา โดยทำการวิเคราะห์ ตามองค์ประกอบ 4 ด้านของกรอบแนวคิด Diamond Model ได้แก่

- การวิเคราะห์เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
- การวิเคราะห์เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)
- การวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)
- การวิเคราะห์บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm, Structure and Rivalry)

โดยข้อมูลที่น่ามาใช้เพื่อประกอบวิเคราะห์นั้น ได้มาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่มีเก็บรวบรวมไว้ในอดีต ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และข้อมูลจากการสัมมนากลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้ประกอบการและผู้มีบทบาทเกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ ประกอบกัน

2.1 การวิเคราะห์เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

การวิเคราะห์เงื่อนไขของปัจจัยการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง พบประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

ความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ภาคใต้ของไทยรวมถึงจังหวัดตรังตั้งอยู่ในพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกยางพารา พื้นที่ปลูกยางพาราของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 10.8 ล้านไร่ ในปี 2531 เป็น 11.5 ล้านไร่ ในปี 2541 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.6 ต่อปี โดยพื้นที่การปลูกยางพาราประมาณร้อยละ 85 อยู่ใน 14 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งในปี 2541 จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่ปลูกมากที่สุด จำนวน 1.77 ล้าน ไร่ รองลงมาคือจังหวัดสงขลา และนครศรีธรรมราช จำนวน 1.63 ล้านไร่ และ 1.29 ล้านไร่ ตามลำดับ ในปัจจุบัน จังหวัดตรังมีพื้นที่ปลูกยางจำนวน 1.34 ล้านไร่

**ตั้งอยู่ใกล้โรงงานแปรรูปซึ่งส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ภาคใต้และจ ังหวัด
ตรังเอง**

โรงงานแปรรูปยางพารา มี 3 ประเภท ได้แก่ 1. โรงงานแปรรูปยางแผ่นดิบ สามารถ
แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแห้ง ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ที.ที.อาร์. ยางเครพ ยางแผ่นผึ่งแห้ง
และยางสกิม ส่วนกลุ่มเหลว ได้แก่ น้ำยางข้น หรือยางลาเท็กซ์ 2. โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง
ได้แก่ โรงงานผลิตยางยานพาหนะ โรงงานผลิตถุงมือยาง และ โรงงานยางรัดของ นอกจากนั้นยังมี
ยางยืด ยางจักรยานยนต์ และอุตสาหกรรมรองเท้า 3. โรงงานแปรรูปไม้ยางพารา เป็นอุตสาหกรรม
ที่พัฒนาพร้อมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้คุณภาพดีตรงกับความต้องการของผู้ใช้ในรูปต่างๆ
ได้แก่ ลังปลา ปาร์ติเกิลบอร์ด ของเด็กเล่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน ไม้อัด เครื่องประดับตกแต่ง
ภายในอาคาร

อยู่ใกล้กับท่าเรือสงขลาทำให้ประหยัดต้นทุนในการขนส่ง

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่มีระยะห่างจากจังหวัดสงขลาเพียงแค่ 161 กิโลเมตร ซึ่งการ
ส่งออกยางพาราไปต่างประเทศมียางพาราส่วนหนึ่งส่งออกผ่านทางท่าเรือสงขลา ทำให้ประหยัด
ต้นทุนในการขนส่ง หรือแม้กระทั่งการนำเข้ายางพาราธรรมชาติจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจาก
ประเทศไทยไม่สามารถผลิตได้ และนำมาแปรรูปใช้ภายในประเทศและเพื่อการส่งออก ซึ่ง ยาง
นำเข้าจะอยู่ในรูปของน้ำยางข้น ยางเครพ และอื่นๆ ซึ่งต้องมาขึ้นที่ท่าเรือสงขลา ก็สามารถ
ประหยัดต้นทุนตรงส่วนนี้ไปได้

**การส่งออกยางพาราไปต่างประเทศ มียางพาราจำนวนหนึ่งส่งออกผ่านทางเรือ
กรุงเทพฯ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง**

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ปี 2543 คือ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และ
มาเลเซีย โดยส่งออกไปญี่ปุ่นมากที่สุด จำนวน 480,566 ตัน คิดเป็นร้อยละ 18.9 รองลงมาคือ
สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 452,231 ตัน ร้อยละ 17.8 และมาเลเซีย จำนวน 400,836 ตัน ร้อย
ละ 15.7 ตลาดยาง ที่สำคัญในต่างประเทศมี 6 ตลาด คือ ตลาดกัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ลอนดอน
นิวยอร์ก และโอซาก้า ซึ่งขายทั้งยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ ปัจจุบันมีการซื้อขายผ่านตลาด
กลางประมาณร้อยละ 30 เท่านั้น นอกนั้นเป็นการซื้อขายโดยตรง ระหว่างผู้ซื้อ
ซึ่งมักเป็นโรงงานผลิตภัณฑ์ยาง เช่น ผู้ผลิตยางรถยนต์และยางอื่นๆ กับผู้ส่งออกยางพารา ซึ่งการ
ส่งออกยางพาราไปบางประเทศจะต้องส่งออกผ่านทางเรือกรุงเทพฯ ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการ
ขนส่งสูง

ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล

ประเทศไทยมีความพยายามพัฒนาการทำสวนยางพาราให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยได้จัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำสวนยางพารา เพื่อดำเนินการวิจัย ส่งเสริม และพัฒนา ทำให้พื้นที่ปลูกยางพาราขยายตัวอย่างต่อเนื่องจาก 7 ล้านไร่ ในปี 2503 เป็น 10 ล้านไร่ ในปี 2529 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.3 ต่อปี โดยพื้นที่บางส่วนได้รับการส่งเสริม ให้ปลูกยางพันธุ์ดีแทนยางพาราพันธุ์เก่าอายุ 25 ปีขึ้นไป โดยสงเคราะห์ให้เกษตรกรไร่ละ 6,800 ต่อปี เป็นระยะเวลา 6 ปี ในปัจจุบันรัฐบาลโดยสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางได้ส่งเสริมเกษตรกร ให้ปลูกยางพันธุ์ดีแทนยางพาราพันธุ์เก่าอายุ 25 ปีขึ้นไป โดยสงเคราะห์ให้เกษตรกรไร่ละ 6,800 ต่อปี เป็นระยะเวลา 6 ปี

2.2 การวิเคราะห์เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) การวิเคราะห์เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (DEMAND CONDITIONS) ของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง พบประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

เกษตรกรขายยางพาราได้ราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

ตลาดท้องถิ่นมีผู้ขายเป็นเกษตรกรจำนวนมาก ขณะที่ผู้ซื้อคือ พ่อค้าคนกลางมีจำนวนน้อยรายและมีหลายขั้นตอน ส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

ตลาดกลางยางพาราไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่และไม่เป็นระบบที่เชื่อมโยงกับตลาดกลางในแต่ละจังหวัด

ตลาดกลางยางพาราของไทย ที่ อ.หาดใหญ่เป็นเพียงตลาดซื้อขายยางแผ่นดิบโดยวิธีประมูล และห้องค้ายางซึ่งมีการซื้อขายเฉพาะสมาชิกของและเจ้าของสวนยางรายใหญ่เท่านั้น เนื่องจากมียางจำนวนมากและมีรถบรรทุกเป็นของตนเอง ตลาดกลางยางพาราจึงไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่และไม่เป็นระบบที่เชื่อมโยงกับตลาดกลางในแต่ละจังหวัด

ประเทศผู้ซื้อมีบทบาทในการกำหนดราคาขายไทย

ราคายางในประเทศถูกกำหนดจากตลาดหลักของโลก โดยเฉพาะตลาดสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยผ่านผู้ซื้อรายใหญ่ต่างประเทศไม่กี่บริษัท กำหนดราคาซื้อขายโดยใช้ราคา 1 F.O.B. ของยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่คาดว่าจะขายได้ หักด้วยค่าใช้จ่ายในการส่งออก ค่าอากรขาออก และค่าสงเคราะห์การปลูกแทน ตลาดยางพาราเป็นตลาดของผู้ซื้อ เนื่องจากปัจจุบันตลาดต่างประเทศ การซื้อขายส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เป็นการซื้อขายตรง โดยประเทศรับซื้อมีเพียง 4 – 5 ประเทศ ส่งผลให้ประเทศผู้ซื้อมีบทบาทในการกำหนดราคาขายไทย

2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) จากการวิเคราะห์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) ของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง พบประเด็นสำคัญคือ

ขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยง

ไม่มีระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยง ข้อมูลระหว่างตลาดกลาง ตลาดท้องถิ่นและตลาดประมูลท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง

2.4 การวิเคราะห์บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของ ธุรกิจ (Context for Firm, Structure and Rivalry) การวิเคราะห์บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของ ธุรกิจ (Context for Firm, Structure and Rivalry) ของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง พบประเด็นสำคัญดังนี้

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาการทำสวนยางพาราให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ

รัฐบาลมีความพยายามพัฒนาการทำสวนยางพาราให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้จัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำสวนยางพารา เพื่อดำเนินการวิจัย ส่งเสริม และพัฒนา ทำให้พื้นที่ปลูกยางพาราขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

การผลิตยางของเกษตรกรไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

การทำสวนยางพาราที่ผ่านมารัฐส่งเสริมให้เกษตรกรทำการผลิตเป็นวัตถุดิบเพื่อป้อนให้กับโรงงานอุตสาหกรรมเท่านั้น และยางที่ผลิตได้ส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นดิบ ขณะที่มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมยางแผ่นดิบลดลง

ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำและไม่สม่ำเสมอ

ประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ รวม ทั้งผลผลิตด้อยคุณภาพ เนื่องจากชาวสวนยางพาราส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ขาดการบริหารจัดการและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินการ ส่งผลให้ผลผลิตยางมีคุณภาพต่ำและไม่สม่ำเสมอ

อุตสาหกรรมยางพาราของไทยเติบโตเฉพาะในรูปวัตถุดิบขั้นต้นเพื่อการส่งออก

เนื่องจากผลผลิตยางธรรมชาติที่ผ่านมา เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ 90 ที่เหลือร้อยละ 10 ใช้ภายในประเทศ และ ผลผลิตส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 เป็นยางแผ่นรมควัน ขณะที่การใช้ยางแผ่นรมควันของโลกเริ่มอึมตัวและลดลง

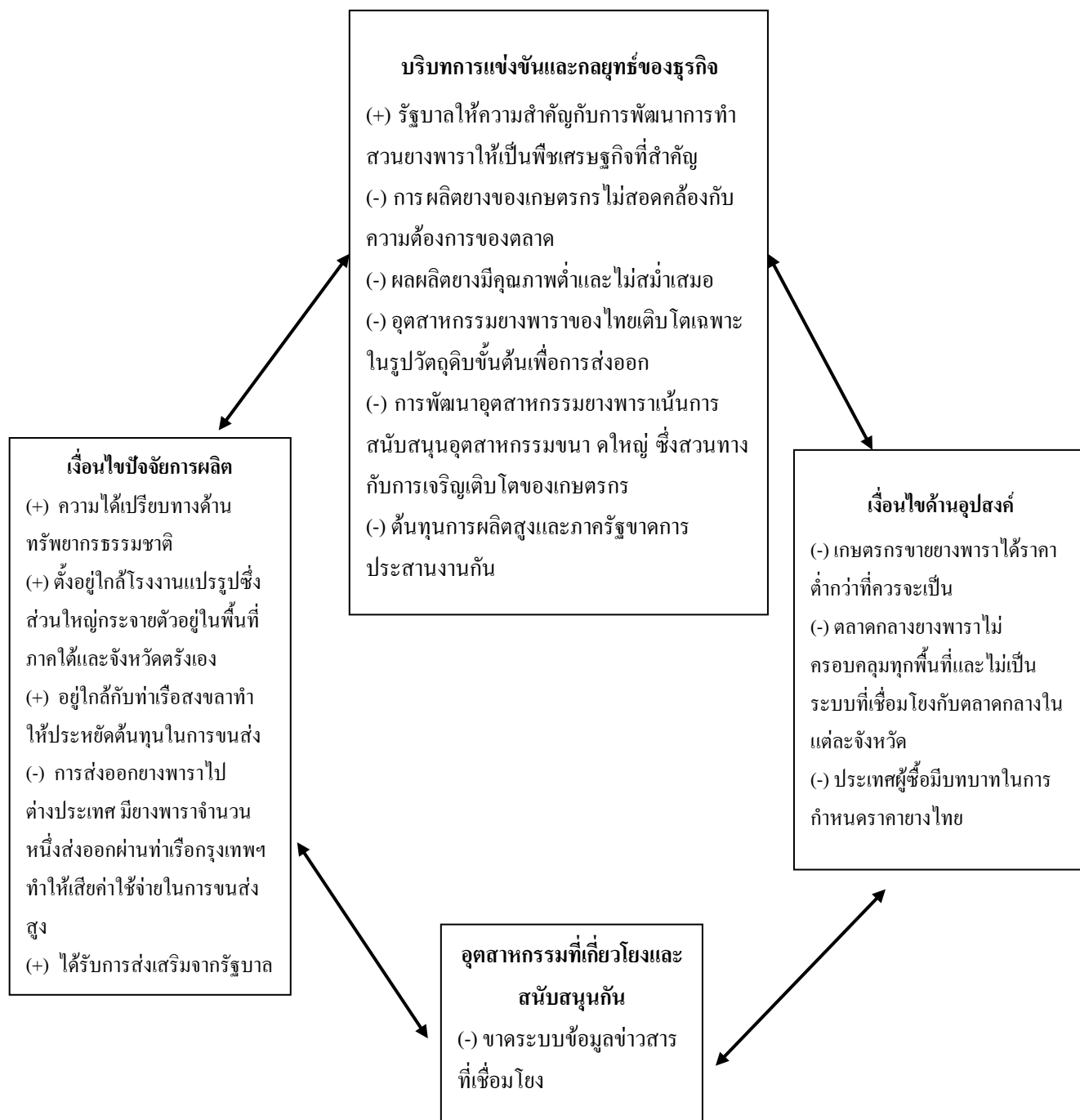
**การพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราเน้นการสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่
ซึ่งสวนทางกับการเจริญเติบโตของเกษตรกร**

การพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราเน้นการสนับสนุนอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ ซึ่ง
ส่วนมากเป็นการลงทุนร่วมระหว่างประเทศ สวนทางกับการเจริญเติบโตของเกษตรกรและองค์กร
ชาวสวนยาง ที่จะนำไปสู่การพัฒนาในรูปอุตสาหกรรมชุมชน

ต้นทุนการผลิตสูงและภาครัฐขาดการประสานงานกัน

เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ขณะที่
งานวิจัย ส่งเสริมและพัฒนาของภาครัฐ ขาดการประสานให้ไปในทิศทางเดียวกัน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจ เกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง
สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ตาม Diamond Model ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

3. การประเมินศักยภาพการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

การประเมินศักยภาพการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ จะพิจารณาจาก 2 มิติ คือ มิติความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจ และมิติการเติบโตของอุตสาหกรรม โดยในการพิจารณา จะอาศัยดัชนีชี้วัดผลการพัฒนา (Key Development Indication) และปัจจัยที่ขับเคลื่อนการพัฒนา (Key Driver's for Development) เป็นเกณฑ์พิจารณา

3.1 มิติความเข้มแข็งของเครือข่าย ประเมินโดยอาศัยกรอบแนวคิด Diamond Model ซึ่งประกอบด้วย

ดัชนีชี้วัดผลการพัฒนา

- ระดับของนวัตกรรม

วิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารามีลักษณะผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูปยางแผ่นดิบ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแห้ง ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ที .ที. อาร์. ยางเครพ ยางแผ่นสิ่งแห้ง และยางสกิม ส่วนกลุ่มเหลว ได้แก่ น้ำยางข้น หรือยางลาเท็กซ์ อุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง ได้แก่ การผลิตยางยานพาหนะ การผลิตถุงมือยาง และการผลิตยางรัดของ นอกจากนี้ยังมียางยืด ยางจักรยานยนต์ และอุตสาหกรรมรองเท้า การแปรรูปไม้ยางพารา เป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนาพร้อมกับ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้คุณภาพดีตรงกับความต้องการของผู้ใช้ในรูปต่างๆ ได้แก่ ลังปลา ปาร์ติเกิลบอร์ด ของเด็กเล่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน ไม้อัด เครื่องประดับตกแต่งภายในอาคาร แต่ในปัจจุบันขนาดบุคลากรที่เป็นแรงงานในการกรีดยางอายุเฉลี่ยของแรงงานในการกรีดยางพารามีจำนวนมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแรงงานหนุ่มสาวที่จะเป็นกำลังสำคัญไม่สนใจที่จะทำงานด้านนี้ และทำให้ขาดบุคลากรที่มีฝีมือ มีความสามารถในการคิดพัฒนาผลผลิตให้มีประสิทธิภาพ

- จำนวนบริษัทในเครือข่ายวิสาหกิจที่สามารถออกไปแข่งขันในต่างประเทศ

ตลาดยาง ที่สำคัญ ในต่างประเทศมี 6 ตลาด คือ ตลาดกัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ลอนดอน นิวยอร์ก และโอซาก้า ซึ่งขายทั้งยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ ปัจจุบันมีการซื้อขายผ่านตลาดกลางประมาณร้อยละ 30 เท่านั้น นอกนั้นเป็นการซื้อขายโดยตรง ระหว่างผู้ซื้อซึ่งมักเป็นโรงงานผลิตภัณฑ์ยาง เช่น ผู้ผลิตยางรถยนต์และยางอื่นๆ กับผู้ส่งออกยางพารา

ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (2539 – 2543) การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 1.71 ล้านตัน ในปี 2539 เป็น 2.56 ล้านตัน ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.0 ต่อปี โดยในปี 2543 ยางแผ่นรมควันมีปริมาณส่งออกมากที่สุดจำนวน 1,123,149 ตัน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ ยางแท่งจำนวน 853,852 ตัน ร้อยละ 33.3 และน้ำยางข้นจำนวน 430,174 ตัน ร้อยละ 16.7

- **ระดับของการเข้าร่วมลงทุนและเข้ามามีบทบาทของธุรกิจต่างชาติ**

ราคายางในประเทศถูกกำหนดจากตลาดหลักของโลก โดยเฉพาะตลาดสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยผ่านผู้ซื้อรายใหญ่ต่างประเทศไม่กี่บริษัท กำหนดราคาซื้อขายโดยใช้ราคา F.O.B. ของยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่คาดว่าจะขายได้ หักด้วยค่าใช้จ่ายในการส่งออก ค่าอากรขาออก และค่าสงเคราะห์การปลูกแทน ทำให้เห็นว่าต่างชาติมีบทบาทในการกำหนดราคายางพาราของประเทศไทย

ปัจจัยขับเคลื่อนผลการพัฒนา

- **ระดับความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง**

เกษตรกรชาวสวนยางจะขายยางในรูปแบบของน้ำยางสด ยางแผ่นดิบและขี้ยาง ให้กับพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่น จากนั้นพ่อค้าคนกลางจะนำยางไปขายให้กับตลาดกลางยางพารา โรงงานรมควันและโรงงานยางแผ่นผึ่งแห้ง หรือเกษตรกรนำยางไปขายให้กับตลาดกลางและโรงงานโดยตรง แต่ไม่มีระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยง ข้อมูลระหว่างตลาดกลาง ตลาดท้องถิ่นและตลาดประมูลท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ซื้อขาย จึงถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง และสังเกตได้ว่าแต่ละกลุ่มธุรกิจจะไม่

- **ปัจจัยทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐาน**

ภาคใต้ของไทยรวมถึงจังหวัดตรังตั้งอยู่ในพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกยางพารา พื้นที่ปลูกยางพาราของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 10.8 ล้านไร่ ในปี 2531 เป็น 11.5 ล้านไร่ ในปี 2541 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.6 ต่อปี โดยพื้นที่การปลูกยางพาราประมาณร้อยละ 85 อยู่ใน 14 จังหวัดภาคใต้ ในปัจจุบัน จังหวัดตรังมีพื้นที่ปลูกยางจำนวน 1.34 ล้านไร่ แต่จากการประชุมกลุ่มย่อยพบว่าปัจจัยการผลิตที่ใช้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อใช้ในสวนยางพารา ได้แก่ มูลสัตว์ แกลบ ฟางข้าว ยังขาดแคลนมาก โครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดตรัง ถนน หนทาง น้ำประปาเอื้ออำนวยให้การทำธุรกิจต่าง ๆ เกี่ยวกับยางพาราไปได้ด้วยดี

- **ทัศนคติและคุณลักษณะของผู้บริโภค**

ผู้บริโภคในปัจจุบันนี้เน้นความสะดวกสบาย ต้องการความหลากหลายของสินค้าและความปลอดภัย เช่น การซื้อรถยนต์ รถจักร ยานยนต์เพื่อใช้เป็นพาหนะขับขี่ หรือการตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่หลากหลาย ทันสมัย สวยงาม ย่อมเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการด้านนี้ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้หลากหลายตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

- ระดับของการมีปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในเครือข่าย
วิสาหกิจ

เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารามีความเกี่ยวเนื่องกับอีกหลาย ๆ ธุรกิจ ตั้งแต่ต้น
น้ำถึงปลายน้ำ รวมทั้งองค์กร สถาบันการศึกษา และหน่วยงานต่างๆ ทั้งของภาครัฐ โดยมีการ
ประสานงานและให้ความช่วยเหลือกัน อย่างเต็มที่ แต่ลักษณะของการปฏิสัมพันธ์นั้นยังไม่อยู่ใน
รูปแบบที่เป็นทางการหรือมีความต่อเนื่องอย่างชัดเจน

3.2 มิติศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรม

ดัชนีวัดผลการพัฒนา

- การขยายตัวของส่วนแบ่งในตลาดโลก

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากยางพารา ที่มีการขยายตัวมากที่สุดในช่วงปี 2538-2542
คือถุงมือยาง เพิ่มขึ้นจาก 19,800 ตัน ในปี 2538 เป็น 38,405 ตัน ในปี 2542 เพิ่มขึ้น 1.9 เท่า
รองลงมา คือ ยางยืด เพิ่มขึ้น 1.5 เท่า และอุตสาหกรรมยางรัดของ เพิ่มขึ้น 1.4 เท่า

ตลาดยาง ที่สำคัญในต่างประเทศมี 6 ตลาด คือ ตลาดกัวลาแลมเปอร์ สิงคโปร์
ลอนดอน นิวยอร์ก และโอซาก้า ซึ่งขยายทั้งยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ ปัจจุบันมีการซื้อขาย
ผ่านตลาดกลางประมาณร้อยละ 30 เท่านั้น นอกนั้นเป็นการซื้อขายโดยตรง ระหว่างผู้ซื้อ
ซึ่งมักเป็น โรงงานผลิตภัณฑ์ยาง เช่น ผู้ผลิตยางรถยนต์และยางอื่นๆ กับผู้ส่งออกยางพารา

- การขยายตัวในมูลค่าของผลผลิต

ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (2539 – 2543) การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 1.71
ล้านตัน ในปี 2539 เป็น 2.56 ล้านตัน ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.0 ต่อปี โดยในปี 2543 ยาง
แผ่นรมควันมีปริมาณส่งออกมากที่สุดจำนวน 1,123,149 ตัน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ ยาง
แท่งจำนวน 853,852 ตัน ร้อยละ 33.3 และน้ำยางข้นจำนวน 430,174 ตัน ร้อยละ 16.7 ซึ่งการ
ส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประกอบกับราคายางที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกษตรกรหรือผู้ประกอบการเร่ง
ผลิตผลผลิตออกมาเป็นอย่างมาก

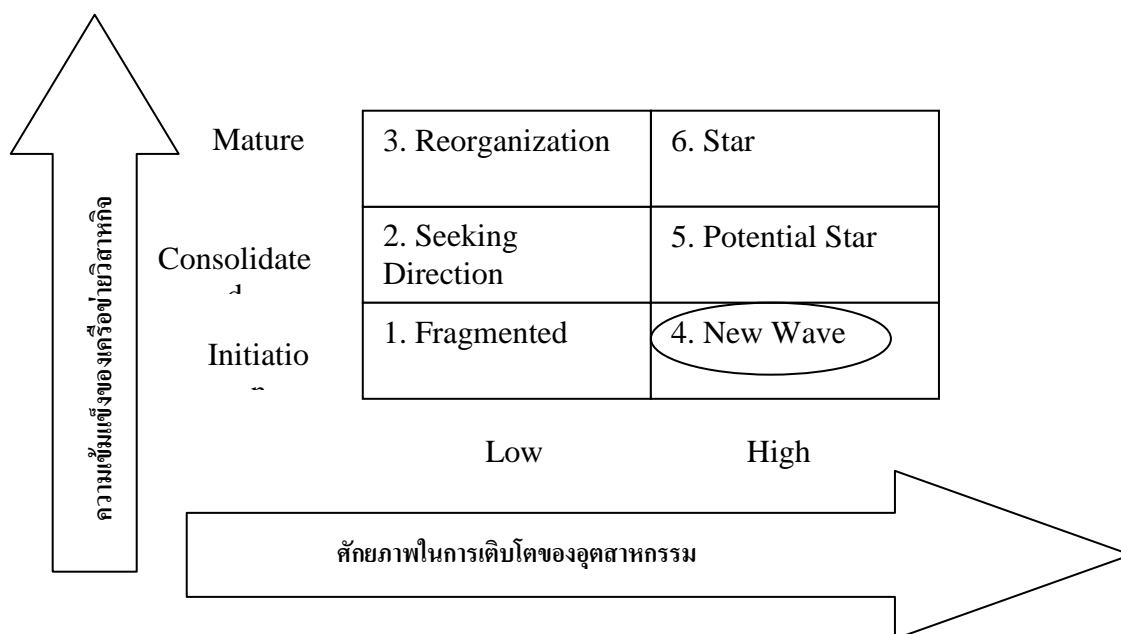
- ความสำคัญที่มีต่อการจ้างงานของประเทศ

วิสาหกิจเกี่ยวกับยางพาราเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่ ตั้งแต่กลุ่มเกษตรกร
ชาวสวนยาง แรงงานที่ทำงานอยู่ในโรงงานแปรรูปยางพาราจำนวนมาก รวมทั้งในอุตสาหกรรมที่
เกี่ยวเนื่องกัน ทำให้เห็นว่าวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารามี ความสำคัญต่อการจ้างงานของประเทศอีก
วิสาหกิจหนึ่ง

ปัจจัยขับเคลื่อนผลการพัฒนา

อุตสาหกรรมหรือลักษณะของธุรกิจเกี่ยวกับยางพารา มีโอกาสทางตลาดและมีความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศสำหรับทุกกลุ่ม หากกลุ่มผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการสามารถรวมตัวกันมีการรวมตัวกันอย่างเป็นจริงเป็นจังและต่อเนื่องจะทำให้กลุ่มเครือข่ายมีอำนาจในการต่อรองในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นราคาสินค้าที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ หรือสามารถเจรจาขอความช่วยเหลือและขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐได้เพิ่มสูงขึ้น

จากการประเมินศักยภาพกา พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง สามารถจัดรูปแบบได้ ดังนี้



ภาพที่ 3 ระดับพัฒนาการเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถประเมินเครือข่ายวิสาหกิจ เกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง ตามรูปแบบของการพัฒนาและศักยภาพของเครือข่ายได้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจ เกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง น่าจะอยู่ในกลุ่ม New Wave เนื่องจากมีการรวมตัวกันบ้าง ไม่เข้มแข็งมากนัก แต่อยู่ในสถานที่ดีสำหรับโอกาสทางการตลาดในอนาคต ซึ่งเป็นตลาดสำหรับทุกกลุ่มทุกระดับ มีการไหลเข้าของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอยู่ในระดับสูง มีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดของโลกและมูลค่าผลผลิตที่เติบโตขึ้น ตลอดจนมีอัตราการเติบโตของการจ้างงานที่ดีหากกิจการได้รับการพัฒนา

4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับ ยางพารา จังหวัดตรัง

จากการประเมินพบว่าเครือข่ายวิสาหกิจวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง มีระดับ การพัฒนาและศักยภาพอยู่ในกลุ่ม New wave ซึ่งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมกลุ่มกันแต่ยังไม่ มีความเข้มแข็งแต่มีโอกาสทางการตลาดที่ดี ผลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค โดยใช้ตัวแบบ Diamond Model พบว่า ยังมีปัจจัยหลายประการที่นำไปสู่ความสำเร็จที่ ยั่งยืนของเครือข่ายวิสาหกิจวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาให้เมืองประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความครอบคลุมและเข้มแข็ง มากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพาราเป็นเครือข่ายวิสาหกิจขนาดใหญ่ มีความ หลากหลาย รวมทั้งมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย รวมทั้ง อุตสาหกรรมยางพาราจัดเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศ ดังนั้น การพัฒนาองค์ประกอบ ของเครือข่ายให้สมบูรณ์และเข้มแข็ง มีการเชื่อมโยงระหว่างห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่อุตสาหกรรมต้น น้ำถึงปลายน้ำ โดยอาศัยสนับสนุนของสถาบันการศึกษา สมาคมและหน่วยงานภาครัฐ จะเป็นสิ่ง สำคัญที่จะทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งในระยะยาว

2. การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการร่วมกัน กำหนดทิศทาง (Direction Setting) ของเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้มีการร่วมกันกำหนดเป้าหมายทั้ง ในระยะยาวและการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีทิศทางและมีความสอดคล้อง กัน ตลอดจน กำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อเป็นการยกระดับการพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับ ยางพารา จังหวัดตรัง ต่อไป

3. การพัฒนานวัตกรรมจากยางพาราโดยเน้นการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก ยางพาราไปสู่ผลิตภัณฑ์ขั้นสูง การพัฒนาเทคโนโลยีการเพิ่มผลผลิต อาทิเช่น เทคโนโลยีการแปรรู ปน้ำยาง เทคโนโลยีการแปรรูปไม้ยางพารา เนื่องจากในปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากยางพารายังเป็นการ ส่งออกวัตถุดิบหรือการแปรรูปขั้นต้นเท่านั้น ควรให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า และสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

4. การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต้นน้ำ ในการพัฒนาพันธุ์ยางพาราที่เหมาะสมในการ แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราขั้นต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาในเรื่องผลผลิตที่มีคุณภาพต่ำและ ไม่สม่ำเสมอ

5. การพัฒนาฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยางพารา โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจ และทักษะความสามารถในการเพิ่มผลผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของการพัฒนาความสามารถของเครือข่ายวิสาหกิจ

6. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงระหว่างตลาดกลาง ตลาดท้องถิ่น และตลาดประมูลท้องถิ่น ที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์การซื้อขายได้ถูกต้องและทันเวลา

บทที่ 2

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง



บทที่ 3

แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

1. แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง

เป้าหมายเครือข่าย

พัฒนายางพาราและผลิตภัณฑ์จากยางพาราให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ด้วยคุณภาพและมาตรฐานการส่งออก พร้อมกับการเติบโตในบทบาทของเครือข่ายวิสาหกิจด้วย

วิสัยทัศน์

“จังหวัดตรัง เป็นแหล่งผลิตยางพาราที่สำคัญ และมีคุณภาพดีที่สุดในประเทศ”

พันธกิจ

จังหวัดตรังจะพัฒนาเทคโนโลยีในการปลูกยาง สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ยางพาราจากความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ยางพาราของจังหวัดมีระดับมาตรฐานในการส่งออก

ยุทธศาสตร์

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทคโนโลยี
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนานุเคราะห์

เป้าหมายยุทธศาสตร์

1. มีการนำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของยางพารา
2. เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง มีความเข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการเครือข่ายได้ด้วยตนเอง
3. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากยางพาราของเครือข่ายมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
4. บุคลากรในเครือข่ายมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่าย

กลยุทธ์

1. การสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี
2. การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย
3. การถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่เกษตรกร
4. การพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ให้กับบุคลากร

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง ยุทธศาสตร์ดังกล่าว จำแนกเป็นแผนงาน / โครงการ โดยยึดตามแผนงานระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) และมาตรการระยะยาว (1 – 3 ปี) ได้ดังต่อไปนี้

แผนงานระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา

กลยุทธ์ส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 1 โครงการ ดังนี้

1. แผนงานการส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย
 - 1.1 โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลยางพาราระดับจังหวัด

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์การถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่เกษตรกร

ประกอบด้วย 2 แผนงาน 4 โครงการ ดังนี้

2. แผนงานการพัฒนาคุณภาพและเทคโนโลยีในการปลูกยาง
 - 2.1 โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกยาง
 - 2.2 โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผสมปุ๋ยชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมีให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา

3. แผนงานการพัฒนาคุณภาพการผลิตน้ำยาง ยางแผ่น และยางแผ่นรมควัน
 - 3.1 โครงการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกรในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพ
 - 3.2 โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการผลิตยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพระหว่างกลุ่มเกษตรกรโดยกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางแผ่นรมควันต้นแบบ

แผนงานระยะยาว (1 – 3 ปี)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทคโนโลยี

กลยุทธ์การสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี

ประกอบด้วย 2 แผนงาน 2 โครงการ ดังนี้

1. แผนงานส่งเสริมการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางพารา
 - 1.1 โครงการพัฒนาเทคโนโลยีต้นทุนต่ำสำหรับเป็นต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา

2. แผนงานส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย
 - 2.1 โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา

ยุทธศาสตร์พัฒนาบุคลากร

กลยุทธ์การพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ให้กับบุคลากร

ประกอบด้วย 1 แผนงาน 4 โครงการ ดังนี้

3. แผนงานพัฒนาบุคลากร

- 3.1 โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด
- 3.2 โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารจัดการองค์กร
- 3.3 โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 3.4 โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการเงินและบัญชี

เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง ได้มีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการตามความต้องการ และปัญหาของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง ได้มีการกำหนดเรียงลำดับความสำคัญของโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาเทคโนโลยีต้นทุนต่ำสำหรับเป็นต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา
2. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลระดับจังหวัด
3. โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา
4. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกยางพารา
5. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผสมปุ๋ยชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมีให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา
6. โครงการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกรในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพ
7. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการผลิตยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพระหว่างกลุ่มเกษตรกร โดยกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางแผ่นรมควันต้นแบบ
8. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด
9. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารจัดการองค์กร
10. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
11. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการเงินและบัญชี

โครงการนำร่อง คือ โครงการพัฒนาเทคโนโลยีต้นทุนต่ำสำหรับเป็นต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา ทั้งนี้ ได้สรุป ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง เป็นตารางดังนี้

2. ตารางยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และโครงการในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดศรีสะเกษ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเทคโนโลยี	
กลยุทธ์ที่ 1 การสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี	
แผนงานที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางพารา	
ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	ระยะยาว (1-3 ปี)
	1. โครงการพัฒนาเทคโนโลยีต้นทุนต่ำสำหรับเป็นต้นแบบการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพารา
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา	
กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย	
แผนงานที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย	
ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	ระยะยาว (1-3 ปี)
1. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลระดับจังหวัด	1. โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา

เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดศรีสะเกษ : กลุ่มพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์	
กลยุทธ์ที่ 1 การถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่เกษตรกร	
แผนงานที่ 1 การพัฒนาคุณภาพและเทคโนโลยีการปลูกยางพารา	
ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	
ระยะยาว (1-3 ปี)	
1. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกยางพารา	
2. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผสมปุ๋ยชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมีให้แก่กลุ่มเกษตรกร	
แผนงานที่ 2 การพัฒนาคุณภาพการผลิตอย่าง ง่าย และง่ายแก่เกษตรกร	
ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	
ระยะยาว (1-3 ปี)	
1. โครงการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกรในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพ	
2. โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการผลิตยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพระหว่างกลุ่มเกษตรกรโดยกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางแผ่นรมควันต้นแบบ	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากร	
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ให้กับบุคลากร	
แผนงานที่ 1 พัฒนาบุคลากร	
ระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	
ระยะยาว (1-3 ปี)	
1. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด	
2. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารจัดการองค์กร	
3. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	
4. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการเงินและบัญชี	

เครือข่ายวิสาหกิจเกี่ยวกับยางพารา จังหวัดตรัง : กลุ่มพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน

3. ตัวอย่างโครงการ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทคโนโลยี กลยุทธ์การสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี

แผนงาน ส่งเสริมการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางพารา

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาเทคโนโลยีต้นทุนต่ำสำหรับเป็นต้นแบบการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ยางพารา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สถาบันการศึกษา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, กรมวิชาการเกษตร
และสำนักงานอุตสาหกรรม

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันกลุ่มเกษตรกรยางพาราในจังหวัดตรังมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางพารา
น้อยมาก เนื่องจากมีปัญหาในเรื่องของทุน ดังนั้น หากต้องการให้เกษตรกรมีการแปรรูปมากขึ้น
ต้องมีการคิดค้นหาเทคโนโลยีที่มีราคาต่ำเพื่อให้เกษตรกรสามารถที่จะหาซื้อมาลงทุนทำการผลิตได้

การแปรรูปยางพาราเป็นสิ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพารา เมื่อยางพารามีมูลค่าเพิ่ม
มากขึ้น เกษตรกรก็จะมีรายได้สูงขึ้น ทำให้ภาพรวมของเศรษฐกิจในจังหวัดตรังมีการเจริญเติบโตที่
ดี เนื่องจากอาชีพหลักของชาวตรัง คือ การทำสวนยาง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกษตรกรมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพารา
2. เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น

กิจกรรมหลัก

1. การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำยางข้น
2. การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางแห้ง
3. การแปรรูปไม้ยางพารา
4. ผลิตภัณฑ์จากใบยางพารา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกษตรกรมีรายได้จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางพาราเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

มีโรงงานต้นแบบในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางพารา

ระยะเวลาดำเนินการ

ปี พ.ศ.2549-พ.ศ. 2552

งบประมาณ

5,000,000 บาท

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา
กลยุทธ์ส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่าย

แผนงาน การส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย

ชื่อโครงการ โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลยางพาราระดับจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

หน่วยงานสนับสนุน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หลักการและเหตุผล

การทำสวนยางในประเทศไทยมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในอดีตมีการทำสวนยางทำกันเฉพาะภายในภาคใต้เท่านั้น แต่ในปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้มีการทำสวนยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่เพิ่มขึ้น

ดังนั้น การมีฐานข้อมูลในเรื่องของยางพารา เป็นการช่วยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบถึงสถานการณ์ถึงของการทำสวนยาง และทราบความต้องการของตลาดยางพาราว่ามีแนวโน้มอย่างไรเพื่อนำมาวิเคราะห์วางแผนการผลิต ออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของตลาด ทำให้ไม่เกิดข้อผิดพลาดในการผลิต พร้อมทั้งสนับสนุนการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ ของยางพารา เพราะมีข้อมูลที่สามารถทำการแลกเปลี่ยนกันได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับยางพาราในจังหวัดตรัง ข้อมูลของประเทศ และต่างประเทศ
2. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีฐานข้อมูลเดียวกันเพื่อใช้ในการวางแผนและพัฒนา
3. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลด้านควา มต้องการยางพาราในตลาด และรักษาข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา

กิจกรรมหลัก

1. การจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับยางพารา คือ
 - พื้นที่ปลูก ผลผลิต และผลิตภัณฑ์
 - จำนวนของเกษตรกรทั้งในส่วนของเจ้าของสวน และลูกจ้าง
 - ตลาดยางพารา และราคาของยางพารา
 - จำนวนโรงงานแปรรูป คือ โรงงานน้ำยาง ยางแผ่น ไม้ยาง และใบยาง
 - จำนวนของแปลงในการทำกิ่งตาง และกล้ายาง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวางแผนการผลิตมีความถูกต้อง และแม่นยำ
2. การคิดค้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของยางพาราตรงตามความต้องการของตลาดมากขึ้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลยางพาราระดับจังหวัด

ระยะเวลาดำเนินการ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549

งบประมาณ

2,000,000 บาท

แผนงาน การส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่าย

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานจังหวัดตรัง , สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
สถาบันการศึกษา, ผู้ประกอบการ, กลุ่มเกษตรกร และสมาคม/
ชมรมที่เกี่ยวข้องกับยางพารา

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันนี้การทำสวนยางพาราในจังหวัดตรัง ไม่มีการขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ กิจการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่มีการประสานความร่วมมือกัน เครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องก็ไม่มีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ทำให้กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจยางพาราจ.ตรัง ไม่มีอำนาจในการต่อรอง หรือเรียกร้องความช่วยเหลือ อต่าง ๆ จากภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ และยังไม่มีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น การจัด โครงการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา อย่างครบวงจร โดยการจัดการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ประกอบการที่ต้องการร่วมเครือข่าย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระจายรายได้ ในภาคธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจเครือข่ายวิสาหกิจยางพารา
2. เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองเกี่ยวกับเงินทุนกับธนาคาร และสถาบันการเงินต่าง ๆ หรือเรียกร้องความช่วยเหลือต่าง ๆ จากภาครัฐได้

กิจกรรมหลัก

การขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ประกอบการที่ต้องการจะเข้าร่วมในเครือข่าย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีการกระจายรายได้ในภาคธุรกิจทำให้ธุรกิจเครือข่ายวิสาหกิจยางพารามีความเข้มแข็ง

2. เครื่อง่ายวิสาหกิจยางพารา มีอำนาจในการเรียกร้องความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ จากภาครัฐ และสถาบันการเงิน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

มีเครื่อง่ายวิสาหกิจยางพาราออกมาเป็นรูปแบบที่ชัดเจน และครบถ้วนในทุกองค์ประกอบของเครื่อง่ายวิสาหกิจ

ระยะเวลาดำเนินการ

1 – 2 ปี

งบประมาณ

500,000 บาท

กิจกรรมหลัก

การจัดอบรมขั้นตอนการปลูกยางพารา

1. การเตรียมดิน
2. ตรวจสอบวิเคราะห์ดิน
3. การเลือกพันธุ์ยางที่นำมาปลูก
4. การเลือกใช้ปุ๋ยให้เหมาะสม
5. การบำรุงรักษา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกษตรกรที่เข้ารับการอบรมได้รับผลผลิตที่มีคุณภาพ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. จำนวนต้นของยางพารา คือ 1 ไร่ ปลูกได้ 76 ต้น
2. การเจริญเติบโตของต้นยางพารา คือ 1 ปี สูงเกินกว่า 2 เมตร

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดอบรม 3 วัน ในช่วงเดือน มีนาคม – พฤษภาคม เริ่มในปี พ.ศ. 2549 โดยมีการอบรมอย่างต่อเนื่องและแบ่งการอบรมเป็นรุ่น ๆ

งบประมาณ

จำนวน 200,000 บาท

แผนงาน	พัฒนาคุณภาพและเทคโนโลยีในการปลูกยางพารา
ชื่อโครงการ	โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผสมปุ๋ยชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมีให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, สถานีพัฒนาที่ดิน
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สถาบันการศึกษา

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันราคาของปุ๋ยเคมีมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนในการปลูกยางของเกษตรกรเพิ่มสูงขึ้นด้วย หน่วยงานภาครัฐจึงมีแนวทางในการ แก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกร ด้วยการให้เกษตรกรหันมาใช้ปุ๋ยชีวภาพทดแทนปุ๋ยเคมี เพื่อลดต้นทุนในการปลูกยางพาราของเกษตรกร

ดังนั้น การที่จะให้เกษตรกรรับรู้ถึงการใช้ปุ๋ยชีวภาพ จึงต้องมีการอบรมให้เกษตรกรได้รับรู้ถึงวิธีการผสมปุ๋ย การนำไปใช้ และประโยชน์ของการใช้ปุ๋ยชีวภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกษตรกรได้รู้จักการผสมปุ๋ยชีวภาพ และนำปุ๋ยชีวภาพไปใช้แทนปุ๋ยเคมี
2. เพื่อให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนของการปลูกยาง

กิจกรรมหลัก

การจัดอบรม

1. การผสมปุ๋ยน้ำชีวภาพ
2. การผสมปุ๋ยชีวภาพแบบแห้ง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกษตรกรสามารถทำการผสมปุ๋ยชีวภาพ และนำไปใช้ในการปลูกยางพาราแทนการใช้ปุ๋ยเคมี

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. เกษตรกรสามารถผลิตปุ๋ยชีวภาพได้เอง
2. การนำปุ๋ยชีวภาพแบบน้ำและแห้งไปใช้ในการปลูกยางพาราแทนปุ๋ยเคมี

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดอบรม 5 วัน เริ่มในปี พ.ศ. 2549 โดยมีกรอบมอย่างต่อเนื่อง แบ่งการอบรมเป็น
รุ่น ๆ

งบประมาณ

จำนวน 400,000 บาท

แผนงาน	พัฒนาคุณภาพการผลิตน้ำยาง ยางแผ่น และยางแผ่นรมควัน
ชื่อโครงการ	โครงการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกรในการผลิตน้ำยางที่มีคุณภาพ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กรมส่งเสริมการเกษตร และสถาบันการศึกษา

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันนอกจากทำยางแผ่นดิบ หรือยางรมควันแล้ว การขายน้ำยางสดก็เป็นที่ยอมรับถึงแม้ว่าจะมีราคาขายที่ต่ำกว่ายางแผ่น แต่ไม่มีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยากและไม่ต้องใช้แรงงานคนในการทำยางแผ่น โดยน้ำยางสดเป็น วัตถุดิบที่นำไปผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย เช่น ถูมมือยาง เป็นต้น ซึ่งจำเป็นต้องใช้น้ำยางสดที่มีคุณภาพในการนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิต

ดังนั้น หากเกษตรกรมีความรู้ในการผลิตน้ำยางให้มีคุณภาพ ทำให้น้ำยางสดมีความเข้มข้นสูงราคาขายน้ำยางสดก็จะมีราคาดีเช่นกัน และหาก น้ำยางมีคุณภาพที่ดีการนำมาผลิตเป็นแผ่นยางก็จะมีมาตรฐานเช่นกัน โดยการที่จะทำให้มีน้ำยางมีคุณภาพต้องเริ่มจากการกรีดยางที่ถูกวิธี และต้องไม่ทำให้น้ำยางเสียหาย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจตั้งแต่กระบวนการของการกรีดยาง ที่สามารถให้น้ำยางมีคุณภาพที่ดี
2. เพื่อให้เกษตรกรสามารถเพิ่มรายได้จากการขายน้ำยางที่มีคุณภาพ ซึ่งมีราคาในการรับซื้อสูง

กิจกรรมหลัก

1. ฝึกอบรมกระบวนการกรีดยางที่ถูกต้อง
2. ฝึกอบรมกระบวนการควบคุมคุณภาพน้ำยางให้มีคุณภาพที่ดี
3. ฝึกอบรมการทำยางแผ่นคุณภาพ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การที่เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการที่ทำให้น้ำยางมีคุณภาพที่ดี และนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. การที่ให้น้ำยางไม่เกิดการเสียหายจากการกรีด
2. น้ำยางที่ได้มีคุณภาพที่ดี คือ มีความสะอาดและไม่มีสิ่งปลอมปน
3. เกษตรกรสามารถขายน้ำยางสดได้ราคาเพิ่มสูงขึ้น
4. สามารถผลิตยางแผ่นมีมาตรฐานในระดับชั้น 1 หรือชั้น 2 เท่านั้น

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดการอบรมจำนวน 7 วัน ในช่วงเดือนมีนาคม- พฤษภาคม เริ่มในปี พ.ศ.2549 โดยมีการอบรมอย่างต่อเนื่องและแบ่งการอบรมเป็นรุ่น ๆ

งบประมาณ

400,000 บาท

แผนงาน	พัฒนาคุณภาพการผลิตน้ำยาง ยางแผ่น และยางแผ่นรมควัน
ชื่อโครงการ	โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการผลิตยางรมควันที่มีคุณภาพระหว่างกลุ่มเกษตรกรโดยกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตยางแผ่นรมควันต้นแบบ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	กรมวิชาการเกษตร
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, กรมส่งเสริมสหกรณ์, กลุ่มเกษตรกรทำสวนควนเมา

หลักการและเหตุผล

การแปรรูปจากยางแผ่น เป็นยางแผ่นรมควันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ยางได้ เนื่องจากการส่งออกไปยังต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะส่งยางออกในรูปของยางแผ่นรมควัน โดยในอดีตเมื่อเกษตรกรทำยางแผ่นแล้วก็นำไปขายให้กับโรงงานเพื่อทำยางแผ่นรมควัน

ดังนั้น ถ้าเกษตรกรต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ยาง เกษตรกรต้องมีความสามารถในการทำยางแผ่นรมควัน โดยในจังหวัดตรังมีกลุ่มเกษตรกรทำสวนควนเมาที่สามารถผลิตยางแผ่นรมควันที่ได้มาตรฐาน และทำการส่งออกไปยังต่างประเทศได้ ซึ่งการที่ จะทำให้กลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ ในจังหวัดสามารถผลิตยางแผ่นรมควันได้ ต้องให้กลุ่มต่าง ๆ มาทำการศึกษากับกลุ่มเกษตรกรทำสวนควนเมา โดยแต่งตั้งให้กลุ่มเกษตรกรทำสวนควนเมาเป็นกลุ่มเกษตรกรต้นแบบในการผลิตยางแผ่นรมควัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ในการแปรรูปยางพาราจากยางแผ่นเป็นยางแผ่นรมควัน
2. เพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้แก่เกษตรกรในจังหวัด

กิจกรรมหลัก

1. ทำการแต่งตั้งให้กลุ่มเกษตรกรทำสวนควนเมาเป็นกลุ่มเกษตรกรต้นแบบ
2. ฝึกอบรมการผลิตยางแผ่นรมควันให้แก่กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ต่าง ๆ

ในจังหวัด

3. การจัดตารางให้กลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ ในจังหวัดทำการศึกษากลุ่มเกษตรกรต้นแบบ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ในจังหวัดตรัง สามารถทำการผลิตยางแผ่นรมควันได้ และมีรายได้เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ในจังหวัดตรังสามารถผลิตยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพระดับมาตรฐานขั้นที่ 1 และ ขั้นที่ 2 และสามารถส่งออกไปขายยังต่างประเทศได้

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดอบรมจำนวน 3 วัน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์- มิถุนายน เริ่มในปี พ .ศ. 2549 โดยมีการอบรมอย่างต่อเนื่องและแบ่งการอบรมเป็นรุ่น ๆ

งบประมาณ

300,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ชาวสวนยางพารามีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการทำการตลาด และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มองค์กรได้ โดยสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ชาวสวนยางที่เข้ารับการฝึกอบรมและจบหลักสูตรการอบรม ในแต่ละรุ่นมีจำนวน 50 คน

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดอบรมใช้เวลา 3 วัน ในช่วงเดือน พฤษภาคม - สิงหาคม

งบประมาณ

จำนวน 200,000 บาท

แผนงาน พัฒนาบุคลากร

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารจัดการองค์กร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สถาบันการศึกษา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรมส่งเสริมสหกรณ์ และสำนักงานกองทุนสงเคราะห์
การทำสวนยาง

หลักการและเหตุผล

การรวมกลุ่มกันของเกษตรกร ต้องมีการจัดรูปแบบของกลุ่มให้มีระบบ มีการแบ่งแยกหน้าที่การทำงานที่ชัดเจน เพื่อสร้างความคล่องตัวให้กับการทำงาน ดังนั้น การที่จะให้มีระบบการบริหารจัดการเกิดขึ้น ต้องมีการ อบรมให้กับบุคลากรในกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารจัดการ

วัตถุประสงค์

เพื่อให้บุคลากรมีการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ ตามหลักของการบริหารจัดการขององค์กร

กิจกรรมหลัก

การจัดฝึกอบรมเรื่องของการบริหารจัดการองค์กรให้กับองค์กรชาวสวนยางพารา โดยทำการจัดอบรมเป็นรุ่นอย่างต่อเนื่อง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การบริหารจัดการภายในกลุ่มมีระบบที่ดี เอื้ออำนวยต่อการทำงาน การรวมตัวกันของกลุ่มมีความยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ชาวสวนยางที่เข้ารับการฝึกอบรมและจบหลักสูตรการอบรม ในแต่ละรุ่น มีจำนวน 50 คน

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดอบรมจำนวน 3 วัน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มิถุนายน โดยมีการอบรมอย่างต่อเนื่อง และแบ่งการอบรมเป็นรุ่น ๆ

งบประมาณ

จำนวน 200,000 บาท

แผนงาน พัฒนาบุคลากร

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรมส่งเสริมสหกรณ์, สำนักงานกองทุนสงเคราะห์
การทำสวนยาง

หลักการและเหตุผล

ความต้องการของตลาดในปัจจุบันมีความหลากหลาย โดยสิ่งหนึ่งที่น่ามาใช้ในการตัดสินใจ คือ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้องมีความคงทนและสวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้า จะเห็นได้ว่าการออกแบบมีบทบาทสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ หากการออกแบบของผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มก็จะเป็นที่ยอมรับและเรียกความสนใจจากตลาดได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรในด้านการออกแบบจึงมีความสำคัญมาก ซึ่งการออกแบบมิใช่อาศัยเพียงแค่ทักษะเท่านั้น จำเป็นต้องมีพรสวรรค์และรักในงานศิลปะด้วย จึงควรมีการจัดอบรมให้ทักษะขั้นพื้นฐาน เพื่อให้กลุ่มที่มีความสนใจนำไปประยุกต์ใช้กับงานของกลุ่มได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ขั้นพื้นฐานของการออกแบบ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างความหลากหลายให้กับ

ผลิตภัณฑ์

กิจกรรมหลัก

การจัดฝึกอบรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับองค์กรชาวสวนยาง โดยการจัดการอบรมเป็นรุ่น ๆ อย่างต่อเนื่อง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ชาวสวนยางมีความรู้ขั้นพื้นฐานของการออกแบบ และมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ชาวสวนยางที่เข้ารับการฝึกอบรมและจบหลักสูตรการอบรม ในแต่ละรุ่น มีจำนวน 50 คน

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดอบรมจำนวน 3 วัน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มิถุนายน โดยมีการอบรมอย่างต่อเนื่อง และแบ่งการอบรมเป็นรุ่น ๆ

งบประมาณ

จำนวน 200,000 บาท

แผนงาน พัฒนาบุคลากร

ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการเงินและบัญชี

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก หน่วยตรวจบัญชีสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

หลักการและเหตุผล

การจัดทำบัญชีเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากสามารถตรวจสอบการใช้เงินในการประกอบธุรกิจว่ามีรายได้ และรายจ่ายไปในส่วนใดบ้างและอย่างไร ซึ่งทำให้มีการคำนวณต้นทุนแท้จริงได้ และรู้ถึงจุดอ่อนของการใช้เงิน และรายได้ที่ได้รับในแต่ละช่วงเป็นอย่างไร ทำให้สามารถเก็บสถิติของยอดขาย เพื่อมาคำนวณ พยากรณ์ยอดขายในแต่ละช่วงได้ จึงทำให้เรามีการวางแผนการผลิตได้อย่างแม่นยำมากขึ้น ซึ่งสามารถลดต้นทุนสินค้าในเรื่องของรักษาสินค้าคงเหลือ และสินค้าที่มีอยู่ไม่ได้รับนิยมจากตลาดในช่วงนั้น ๆ

ดังนั้น การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกรในด้านของการเงินและบัญชีเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยการที่จะให้ชาวสวนหันมาสนใจการทำบัญชีต้องมีการอธิบายถึงข้อดีของการทำบัญชีให้เกษตรกรได้รับทราบ และตระหนักถึงความสำคัญ เพราะการจัดทำบัญชีต้องมีการทำอย่างต่อเนื่อง และอยู่บนพื้นฐานของความเป็น เพื่อลดข้อขัดแย้งกันภายในกลุ่ม เนื่องจากการทำบัญชีเป็นหลักฐานที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้

วัตถุประสงค์

เพื่อให้บุคลากรในกลุ่มได้รู้จักการจัดทำบัญชีและการเงิน

กิจกรรมหลัก

จัดฝึกอบรมด้านการบัญชีและการเงินให้กับองค์กรชาวสวนยาง โดยการจัดการอบรมเป็นรุ่น ๆ อย่างต่อเนื่อง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การดำเนินงานของกลุ่มมีการจัดทำบัญชี และสรุปผลทางด้านการเงินอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ชาวสวนยางที่เข้ารับการฝึกอบรมและจบหลักสูตรการอบรม ในแต่ละรุ่น มีจำนวน ๓๐ คน

ระยะเวลาดำเนินการ

จัดอบรมจำนวน 3 วัน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มิถุนายน โดยมีการอบรมอย่างต่อเนื่อง และแบ่งการอบรมเป็นรุ่น ๆ

งบประมาณ

จำนวน 200,000 บาท

Cluster SMEs