



ประสิทธิภาพการตลาด

ประสิทธิภาพการตลาด

ประสิทธิภาพการตลาดหมายถึง การใช้ปัจจัยทางเศรษฐกิจในจำนวนค่าสุดในกิจกรรมการตลาด เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการอันเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

กิจกรรมการตลาด ได้แก่ การนำสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคใน รูปร่าง คุณภาพ และ เวลา ที่ผู้บริโภคพอใจ ในการทำกิจกรรมเหล่านี้ ผู้ดำเนินการตลาดจะทำได้ในต้นทุนที่ต่ำสุดเรียกว่า ตลาดมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพการตลาดแยกได้ 2 ชนิด คือ

1. ประสิทธิภาพทางเทคนิค ได้แก่ การเพิ่มผลผลิต โดยใช้ต้นทุนเท่าเดิม
2. ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ หมายถึง การปรับปรุงการดำเนินการเกี่ยวกับการซื้อ การขาย และการกำหนดราคา ในขบวนการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้การตลาดเป็นไปตามความประสงค์ผู้บริโภค

ต้นทุนการตลาดและประสิทธิภาพการตลาด

ต้นทุนการตลาด คือ ต้นทุนต่าง ๆ ของคนกลาง และ ผลตอบแทน (กำไร) ของคนกลางเหล่านั้น ต้นทุนของคนกลางได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าแรงงาน ค่าเครื่องมือ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าภาษีอากร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เกี่ยวกับกิจกรรมการตลาด ประสิทธิภาพ การตลาดอาจวัดได้ดังนี้

$$\text{ประสิทธิภาพ} = \frac{\text{มูลค่าเพิ่มจากการตลาด}}{\text{ต้นทุนการตลาด}} \times 100$$

คำว่าประสิทธิภาพการตลาด อาจวัดได้ง่าย ๆ โดยดูจากส่วนเหลือของการตลาด คือผลต่างระหว่างราคาที่ชาวสวนได้รับกับราคาที่พ่อค้าส่งออกซื้อ ยิ่งห่างกันน้อยเท่าไร เรียกว่าตลาดมีประสิทธิภาพเท่านั้น ถ้าห่างกันมาก แสดงว่าตลาดขาดประสิทธิภาพ การที่ชาวสวนยางจะขายยางได้ราคาดีขึ้นอาจทำได้ 2 ทาง คือ ปรับปรุงคุณภาพยางให้ดีขึ้น และรวมกลุ่มขายยาง เพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับพ่อค้า ยิ่งรวมกันได้มากเพียงใดอำนาจการต่อรองยิ่งสูงเพียงนั้น จะทำให้ชาวสวนยางขายยางได้ราคาดีขึ้น และส่วนเหลือการตลาดจะลดลง ส่วนที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพทางเทคนิคแล้วจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันชาวสวนยางสามารถเพิ่มผลผลิตของตนจากเดิมไร่ละ 80 กิโลกรัมต่อปี ขึ้นมาเป็น 150 - 250 ก.ก./ไร่/ปี จึงนับว่าก้าวหน้าไปมาก ทั้งนี้เป็นผลมาจากการปลูกแทนด้วยยางพันธุ์ดีนั่นเอง นอกจากนั้นหน่วยราชการ อันได้แก่สำนักงานกองทุน ฯ สถาบันการยาง ศูนย์วิจัยการยาง ล้วนแต่เจ้ามา มีบทบาทในการช่วยเหลือชาวสวนให้รู้จักใช้ยางพันธุ์ดี การกรีดยางให้ถูกต้องตามหลักวิชา ตลอดจนอบรมเจ้าของสวนเพื่อให้นำความรู้ใหม่ ๆ ในการพัฒนาสวนยางของตน

ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของการตลาด เช่น การซื้อการขาย การกำหนดราคาซื้อขาย โดยปกติแล้วถ้ามีผู้ซื้อ มาก ผู้ขายก็สามารถขายได้ราคาดี ประกอบกับชาวสวนได้รวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางให้ดีขึ้น ทำให้ชาวสวนเพิ่มรายได้ขึ้นไปอีก ส่วนต้นทุนการตลาด เช่น การขนส่ง การสื่อสาร ฯลฯ ตลอดจนผลกำไรของพ่อค้าคนกลางสิ่งเหล่านี้ มีทางที่จะปรับปรุงได้ คือถ้าการขนส่งรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัยจะทำให้ค่าขนส่งลดลง เช่นการปรับปรุงท่าเรือที่สงขลา หรือปัตตานี เพื่อให้เรือใหญ่สามารถเข้ามารับยางได้โดยไม่ต้องขนถ่ายหลายทอดแล้ว ทำให้พ่อค้าลดค่าใช้จ่ายได้มาก ผลอันนี้เองก็จะตกทอดไปยังชาวสวนโดยทางอ้อม การคมนาคมขนส่งที่ไม่สะดวกและไม่ปลอดภัยทำให้ตลาดขาดประสิทธิภาพ เมื่อพ่อค้ามีค่าใช้จ่ายสูงก็จะกดราคาขายของชาวสวน เพราะไม่อาจขึ้นราคาแก่ผู้ใช้ยางในต่างประเทศได้ง่ายนัก การที่ตลาดมีประสิทธิภาพยอมทำให้การตลาดกว้างขึ้น ชาวสวนขายยางได้สะดวก เป็นประโยชน์แก่ชาวสวนเอง การสร้างประสิทธิภาพตลาด ชั้นแรกก็คือปรับปรุงการขนส่งและคมนาคม ซึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐบาลโดยตรง

การศึกษาการตลาดในแง่สถาบัน

การที่จะเข้าใจภาวะการตลาดได้ จะต้องศึกษาถึงคนที่เข้ามาทำกิจกรรมการตลาด หรือที่เรียกว่า "คนกลาง" คือศึกษาว่าใครเป็นผู้ทำ และทำอย่างไร ซึ่งพอจะแยกได้ดังนี้

1. คนกลาง คือคนที่เข้ามาประกอบธุรกิจการตลาด ในกรณีตลาดขาย ก็มีผู้ทำการขนส่ง การแปรรูป ผู้ซื้อ ผู้ขาย เป็นต้น คนกลางมีหลายชนิด

1.1 พ่อค้า ไคแก่ผู้ซื้ออย่างจากชาวสวนยาง

1.2 ตัวแทนจำหน่าย ไคแก่ นายหน้า ตัวแทนบริษัท

1.3 คนกลางประเภทเก็งกำไร คือพวกที่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้า ไคแก่บริษัทผู้ส่งออก

1.4 องค์การตลาด ทำหน้าที่ให้ความรู้และข่าวสาร การตลาด เพื่อให้การค้าได้กำไรดี

2. การจัดองค์การในด้านการตลาด

2.1 วิธีการตลาด ในกรณีค้าขายซึ่งผ่านจากพ่อค้าเร่ประจำหมู่บ้าน กระทั่งถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ไ้ขาย ปรากฏว่า บริษัทผู้ส่งออก 6 บริษัท มีสินค้าขายผ่านมือกว่า 80% ดังนั้นจึงสามารถกำหนดราคาซื้อได้

2.2 การรวมธุรกิจเข้าด้วยกัน ในกรณีค้าขายมีบริษัทส่งออกเพียง 28 บริษัท จากชาวสวนยางกว่า 500,000 คน และในจำนวนนี้มีบริษัทที่ใหญ่จริง ๆ เพียง 5 - 6 บริษัทเท่านั้น บริษัทเหล่านี้วางนโยบายการซื้อสอดคล้องกัน จึงจะเห็นได้จากราคาขายที่ทางราชการรวบรวมจากบริษัทผู้ส่งออก และให้ผู้เกี่ยวข้องทราบแต่ละวันนั้น ผลต่างของราคาขายแต่ละชั้นคงที่ตลอดเวลา เช่น ชั้น 1 สูงกว่าชั้น 2 กิโลกรัมละ 10 สตางค์ ชั้น 2 สูงกว่าชั้น 3 กิโลกรัมละ 10 สตางค์ ชั้น 3 สูงกว่าชั้น 4 กิโลกรัมละ 25 สตางค์ และชั้น 4 สูงกว่าชั้น 5 กิโลกรัมละ 40 - 45 สตางค์ สำหรับตลาดมาเลเซียและสิงคโปร์นั้น ผลต่างของราคาขายชั้นต่าง ๆ

แต่ละวันไม่คงที่เหมือนของไทย (ดูตารางที่ 26 และ 27 การรวมกันของบริษัทผู้ส่งออกของคหยในลักษณะนี้ ทำให้เกิดตลาดที่มีผู้ซื้อน้อยราย (Oligopsony) แต่ในขณะเดียวกัน เมื่อบริษัทอยู่ในฐานะผู้ขายก็จะรวมกันเป็นตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ส่วนชาวสวนยางในฐานะผู้ขายมีจำนวนมากและส่วนใหญ่จำเป็นต้องขายผลผลิตของตนเพื่อให้มีรายได้สม่ำเสมอ มิฉะนั้นก็จะประสบความลำบากในทางการเงิน เมื่อผู้ขายมีมากเช่นนี้จึงอยู่ในภาวะที่เสียเปรียบ

3. ปัญหาเฉพาะของสินค้ายาง ยางของไทยต้องพึ่งตลาดต่างประเทศมาก ดังนั้นภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจของต่างประเทศจึงมีผลถึงชาวสวนยางโดยตรง เช่นภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเมื่อปี 2517/2518 ทำให้ปริมาณส่งยางออกของไทยลดลง (ดูตารางที่ 5) นอกจากนั้นภัยธรรมชาติก็มีผลต่อปริมาณการผลิตมาก เช่น วาทภัยภาคใต้ เมื่อ พ.ศ. 2505 และอุทกภัยปลายปี 2517 ถึงต้นปี 2518 ทำให้ผลผลิตยางลดลง (ดูตารางที่ 5) แต่อย่างไรก็ดีปัจจุบันนี้ไม่มีปัญหาเรื่องสินค้าล้นตลาด แต่มีปัญหาเรื่องราคาซึ่งชาวสวนยางไม่มีอำนาจต่อรอง

4. สภาพของตลาดยางในประเทศ ผู้ขายมีมากเมื่อเทียบกับผู้ซื้อขั้นสุดท้าย คือ บริษัทส่งออกมีเพียง 20 กว่าบริษัทเท่านั้น ตลาดยางในประเทศจึงมีลักษณะเป็นตลาดของผู้ซื้อส่วนประสิทธิภาพตลาดนั้น แสดงให้เห็นได้เด่นชัดเมื่อเปรียบเทียบราคายางนอกกลุ่มและในกลุ่ม ดังปรากฏในตารางที่ 25 ตลอดปี 2521 สมาชิกขายยางไป 1,183 พันตันเศษ ได้เงินมากกว่ายางนอกกลุ่มถึง 1,020,682.51 บาท จำนวนเงินด้านกว่าบาทนี้ เท่ากับเป็นการยกระดับรายได้ของชาวสวนนั่นเอง และมีเงินกองกลางอีก 25,985.50 บาท ถ้าสะสมไว้นาน ๆ ก็ใช้เป็นสวัสดิการแก่สมาชิกได้อย่างดี ในตลาดระยะลาราคายางในกลุ่มก็ต่างกับนอกกลุ่ม กิโลกรัมละ 1.005 บาท ในปีหนึ่ง ๆ สมาชิกขายยางเป็นล้าน ๆ กิโลกรัมก็ได้เงินเป็นจำนวนมาก จึงสรุปได้ว่า การรวมกลุ่มขายยางนับว่าเป็นประโยชน์แก่ชาวสวนยางมาก และสมควรที่หน่วยงานของรัฐควรจะสนับสนุนอย่างยิ่ง

ตารางที่ 28

ปริมาณยางส่งออกนอกราชอาณาจักรประจำปี 2519

บริษัทส่งออก	ส่งออก (ตัน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
หมายเลข 1	109,644	29.40	29.40
" 2	77,493	20.79	50.19
" 3	48,416	12.98	63.17
" 4	32,333	8.67	71.84
" 5	20,169	5.41	77.25
" 6	16,659	4.47	81.72
" 7	12,046	3.23	84.95
" 8	8,977	2.41	87.36
" 9	7,570	2.03	89.39
" 10	6,574	1.76	91.15
" 11	5,235	1.40	92.55
" 12	5,072	1.36	93.91
" 13	4,989	1.34	95.25
" 14	4,933	1.32	96.57
" 15	4,005	1.07	97.64
" 16 - 28	8,839	2.36	100.00
รวม	372,952	100	

หมายเหตุ : หน่วยราชการที่ให้ข้อมูลมาไม่ประสงค์จะให้ระบุชื่อบริษัทผู้ส่งออก

ตามตารางที่ 28 จะเห็นได้ว่าเพียง 2 บริษัทรวมกันส่งออกถึง 50.19% และบริษัท 1 - 5 รวมกันส่งออกถึง 71.84% และเพียง 6 บริษัทเท่านั้นส่งออกถึง 81.72%

การรวมกลุ่มขายยาง

ตลาดค้ายางในประเทศไทย เป็นตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งจะได้จากจำนวนชาวสวนยางกว่า 500,000 รายที่ผลิตยาง แต่บริษัทรับซื้อยางเพียง 20 กว่าบริษัทเท่านั้น และบริษัทเหล่านี้มีสาขาอยู่ทั่วภาคใต้ ดังนั้นการวางนโยบายในการซื้อผลิตภัณฑ์จึงสอดคล้องกัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ซื้อเป็นเรื่องสำคัญ อีกประการหนึ่ง ยางที่ผลิตได้ในประเทศต้องพึ่งตลาดต่างประเทศเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ เพราะการบริโภคในประเทศมีน้อย การส่งผลิตภัณฑ์ยางไปต่างประเทศต้องส่งผ่านบริษัทผู้ส่งออก ซึ่งมีอยู่เพียงจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนคนที่ต้องพึ่งยางในการดำรงชีพ

ตลาดยางมีลักษณะเหมือนกรวย คือเริ่มเล็กลงไปจากผู้ผลิตไปสู่ผู้ส่งออก คือจากจำนวนกว่า 500,000 ราย ลดลงเหลือเพียง 20 กว่าเท่านั้น และบริษัทผู้ส่งออกทั้งหมดมีเพียง 5 - 6 บริษัทเท่านั้นที่ใหญ่จริง ๆ

ผู้ผลิตยางรายย่อยหรือชาวสวนยางขนาดเล็ก ฐานะไม่ค่อยดีนัก เมื่อผลิตยางได้ก็รีบขายนำเงินมาใช้จ่ายประจำวัน ต่างคนต่างขายอยู่ในลักษณะแข่งขันกัน หรือเรียกว่าเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกัน ตรงกันข้ามกับตลาดของผู้ซื้อมีลักษณะผูกขาด ในอดีตที่ผ่านมาชาวสวนเป็นผู้รับราคาและขาดอำนาจการต่อรอง โดยเฉพาะชาวสวนที่มีฐานะไม่ค่อยมั่นคง

กลุ่มหรือการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจการต่อรอง (Bargaining Power) ของชาวสวนยางแต่เดิมนั้นการผลิตยางเคยทำมาอย่างไรก็ทำเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพราะขาดการแนะนำหรือเพราะไม่เคยเห็นก็ไม่สนใจจะทำ ปัญหาก็คือทำอย่างไรชาวสวนจึงจะมีฐานะดีขึ้น แนวความคิดในการช่วยยกฐานะของชาวสวนยางนี้ รัฐบาลได้เริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องโดยการนำการปลูกแทนด้วยยางพันธุ์ดี ทั้งนี้เพื่อเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้น 50 กก./ไร่/ปี

เปลี่ยนเป็น 200 กก./ไร่/ปี เมื่อสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตได้แล้ว ลำดับต่อไปก็คือ การปรับปรุงคุณภาพ และการจำหน่าย

การรวมกลุ่มชาวยาง ดำเนินการเป็น 2 ชั้น คือ

ชั้นที่ 1 การรวมกลุ่มเพื่อปรับปรุงคุณภาพยาง (Group Processing Centre-GPC.) จุดประสงค์เพื่อให้ชาวสวนยางชาวยางได้ราคาดี เพราะราคาขึ้นอยู่กับคุณภาพ การทำยางชั้นดีนั้น แม้จะเสียเวลาบ้างแต่ก็ได้ลคุ้มค่า ในการนี้ทางเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำไว้ ดังจะกล่าวในตอนต่อไป เพราะเท่าที่ผ่านมายางที่ชาวสวน ทำชั้นมีคุณภาพต่ำ จึงจะเห็นได้จากตารางที่ 14 - 18 ปรากฏมียางชั้น 3 มากที่สุด รองลงมาเป็นยางชั้น 4 ชั้น 2 มีเพียง 7.95 % และชั้น 1 ไม่มี ทั้ง ๆ ที่ปริมาณยางดิบทั้งหมด ถึง 9,315 กิโลกรัม

ชั้นที่ 2 การรวมกลุ่มชาวยาง (Group Market Organization - GMO) เมื่อปรับปรุงคุณภาพแล้ว ถ้าต่างคนต่างขายก็จะขาดอำนาจต่อรอง เพราะยางกระจัดกระจาย อยู่ แต่ถ้านำมารวมกันขายก็จะได้ประโยชน์ยิ่งขึ้น เพราะปริมาณยางมีมาก พ่อค้าก็จะประหยัด เวลาการรวบรวม และเสียค่าใช้จ่ายน้อยลงด้วย ส่วนในแง่ของเจ้าของสวนผู้ชาวยาง ก็มี อำนาจต่อรองสูง

การทำยางแผ่นชั้นดี ไม่มีความยุ่งยากแต่ประการใด คงใช้เครื่องมือที่มีอยู่เดิมนั่นเอง

เครื่องมือทำยางแผ่น

1. เครื่องรีกเรียบหรือเครื่องรีกลิ้น
2. เครื่องรีกทำดอกหรือจักรดอก
3. ตะกงอาลูมิเนียม (พิมพ์ยางหรือรางยาง) ปกติชาวสวนยางในชนบทใช้ปั๊มผ้าครึ่ง ไซ้เป็นตะกงได้
4. ถังรวมน้ำยาง (20 ลิตร)
5. กระจ่องตวงน้ำยาง (3 ลิตร)
6. กระจ่องตวงน้ำกรร (1 กระจ่องนมชั้น)

7. น้ำกรด

8. ตะแกรงกรองเบอร์ 40 (40 ตา/ตารางนิ้ว)

9. ตะแกรงกรองเบอร์ 60 (60 ตา/ตารางนิ้ว)

การทำยางแผ่นชั้นดี

การทำยางแผ่นชั้นดีนั้นมีวิธีทำง่าย ๆ ซึ่งชาวสวนยางสามารถที่จะทำได้ โดยใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว หลักสำคัญที่จะต้องถือปฏิบัติก็คือการรักษาความสะอาด ใช้น้ำและน้ำกรดให้ถูกส่วน รีดแผ่นยางให้บางได้ขนาด ลักษณะของแผ่นยางมีความสวยงามพอสมควร การทำยางแผ่นชั้นดีนี้ ใช้เวลาเพิ่มขึ้นจากเดิมเล็กน้อย แต่ขายได้ราคาสูงกว่า วิธีทำมีดังนี้

1. การเก็บน้ำยางจากสวน ถึงเก็บน้ำยางและถึงรวมน้ำยางจะต้องสะอาด ไม่ใส่ขี้ยาง ใบไม้หรือสิ่งอื่นใดลงในถังเก็บผลรวมน้ำยาง
2. ล้างวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ทำยางแผ่น ตลอดจนโรงเรือนหรือโรงทำยางแผ่นให้สะอาดอยู่เสมอ
3. กรองน้ำยางที่ได้จากสวน ด้วยเครื่องกรองเบอร์ 40, 60, หรือ 50
4. ตวงน้ำยางที่กรองสะอาดแล้ว 3 ลิตร ใส่ตะกวด (พิมพ์ยาง, รวงยาง) เติมน้ำสะอาด 2 ลิตร ลงในตะกวด จะได้อัตราส่วนผสมระหว่างน้ำยางกับน้ำเท่ากับ 3:2
5. วิธีผสมน้ำกรดเพื่อให้ยางจับตัวภายในเวลาประมาณ 30 นาที - 1 ชั่วโมง ควรใช้อัตราส่วนผสมดังนี้
ใช้กรดฟอร์มิก (90%) ทำให้มีความเข้มข้นเหลือ 2% โดยใช้อัตราส่วนผสมของน้ำกรดฟอร์มิก 2 ช้อนแกง ผสมน้ำสะอาด 3 กระป๋องนม หรือใช้กรดฟอร์มิก 1 ส่วน ผสมกับน้ำสะอาด 40 ส่วน ใช้กรดที่ผสมน้ำแล้วนี้ 1 กระป๋องนม ต่อน้ำยางที่ผสมแล้ว 1 ตะกวด
6. ก่อนที่จะเทน้ำกรดที่ผสมแล้วนี้ ลงผสมกับน้ำยางที่ผสมแล้วในตะกวด ควรใช้ใบพายกวนน้ำยางให้ทั่วโดยใช้ใบพายกวนลากไปตามคานยาวของตะกวด 5 - 6 เทียว ให้น้ำกับน้ำยางผสมเข้ากันอย่างดี

7. ขณะที่ยกน้ำหนักจะมีฟองอากาศเกิดขึ้น ให้ใช้ใบพายปาดฟองอากาศออกให้หมด ใส่ภาชนะเก็บไว้เป็นชั้นๆ ชั้นดี

8. ใช้แผ่นสังกะสีหรือแผ่นไม้ ปิดตะกบที่ใช้ทำอย่างแผ่นนั้น เพื่อป้องกันมิให้ฝุ่นละออง หรือสิ่งสกปรกต่าง ๆ ตกลงในน้ำยางที่กำลังจับตัว

9. ทิ้งไว้ประมาณ 30 นาที - 1 ชั่วโมง เมื่อยางจับตัวดีแล้ว ควรใช้น้ำสะอาด หลอทิ้งไว้ทุกตะกบแล้วใช้มือเลาะแผ่นยางรอบ ๆ ตะกบเพื่อเป็นการสะดวกในการเทยางแผ่น ออกจากตะกบ

10. นวดแผ่นยางด้วยมือ หรือไม้ให้แผ่นยางหนาประมาณ 1 เซนติเมตร

11. นำเข้าเครื่องรีดเส้น 3 - 5 ครั้ง ให้มีความหนาประมาณ 4 มิลลิเมตร แล้ว เข้าเครื่องรีดคอกอีก 1 ครั้ง จะได้แผ่นยางหนาประมาณ 3 มิลลิเมตร

12. นำยางแผ่นที่ผ่านเครื่องรีดคอกไปล้างด้วยน้ำสะอาด แล้วนำไปตากไว้ในที่ร่ม (หรือที่แดดคร่าไร) ประมาณ 6 ชั่วโมง

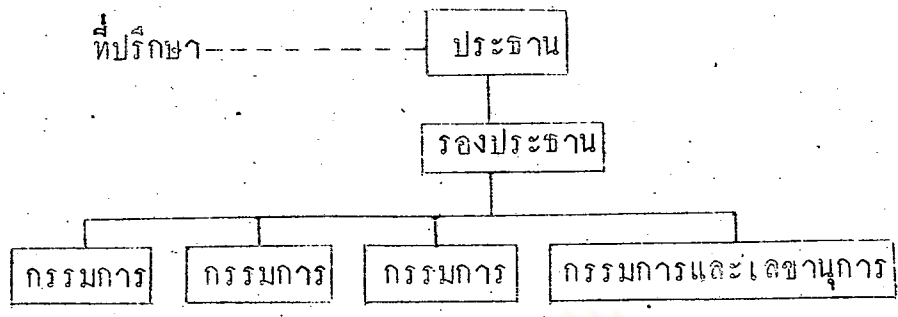
13. นำแผ่นยางที่แห้งแล้วไปเก็บ เพื่อเตรียมไว้ขายต่อไป

โครงสร้างของกลุ่มขายยาง

การตั้งกลุ่มขายยางเป็นขั้นที่ 2 รองจากการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพยาง วัตถุประสงค์ของการตั้งกลุ่มขายยางคือสร้างอำนาจต่อรอง เพื่อประโยชน์แก่ชาวสวนยาง วิธีตั้งกลุ่มปัจจุบันนี้ เจ้าหน้าที่ของทางราชการเป็นผู้ควบคุมและแนะนำ คือเกษตรอำเภอ ศูนย์วิจัยการยางหาคีใหญ่ ปลัดอำเภอฝ่ายพัฒนา การเลือกที่ตั้งกลุ่ม ถือเป็นเกณฑ์ง่าย ๆ ดังนี้

1. เลือกท้องที่ที่มีสวนยางหนาแน่น โดยเฉพาะสวนปลูกแทน
2. ทางคมนาคมสะดวกเพื่อเข้าไปแนะนำ
3. มีชาวสวนขนาดเล็กมาก

โครงสร้างของกลุ่มประกอบด้วย ที่ปรึกษา ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ของทางราชการ ประธาน รองประธาน กรรมการ 4 - 5 คน และ เลขานุการ



จำนวนสมาชิกไม่จำกัด แต่กลุ่มต้องการอย่างมากเป็นประการสำคัญ ถ้าย่างมากพอคำ
ก็สนใจ

วิธีดำเนินงานของกลุ่ม

1. กำหนดวันขาย - โดยนักเจ้าของสวนมา
- นักผู้ซื้อ
2. การตรวจคุณภาพยาง กรรมการกลุ่มเป็นผู้ตรวจคุณภาพยางของสมาชิกแต่ละคน
แล้วแยกจกบันทึกไว้เป็นคน ๆ
3. ตรวจ ชั่งน้ำหนัก แต่ละชั้นของสมาชิกแต่ละคน และชั่งรวมยางทั้งหมดของแต่ละ
ชั้น

4. ดำเนินการประมูลซื้อขายแต่ละชั้นโดยวิธีสุ่มราคา
 5. แบ่งเงินที่ขายได้ให้แก่สมาชิกตามจำนวนของสมาชิกแต่ละคน เงินเหลือนำเข้า
กองกลางให้ประธานและเลขานุการเก็บรักษาไว้ เพื่อเป็นสวัสดิการแก่สมาชิก
- การขายยางกลุ่มนี้ บางครั้งไม่มีพ่อค้าไปประมูลที่กลุ่ม กรรมการกลุ่มก็จะบรรทุกรถ
เข้ามาขายในเมือง และมักจะขายประจำแก่ร้านใดร้านหนึ่งที่ปรึกษากลุ่มแนะนำไว้

อุปสรรคของการรวมกลุ่มขายยาง

อุปสรรคที่เกิดขึ้นมีทั้งด้านสมาชิก และพ่อค้า ซึ่งปกติแล้วพ่อค้าขาดประโยชน์ไปมาก
ในการซื้อขายกลุ่ม เพราะมีอำนาจต่อรองสูง ทั้งคุณภาพของยางก็ดีกว่ายางนอกกลุ่ม เคย
ปรากฏเสมอว่าพ่อค้าบางคนยอมซื้อขายของสมาชิกกลุ่มในราคาสูงกว่าที่ควรจะได้ ทำให้
สมาชิกพยายามแยกจากกลุ่ม เพราะการซื้อในลักษณะนี้เป็นกรวางแผนทำลาย... กลุ่มโดยตรง
ส่วนอุปสรรคทางด้านสมาชิกนั้นเกี่ยวกับฐานะของสมาชิกเอง ในฤดูกาลยางผลัดใบในช่วง
เดือน มีนาคม - พฤษภาคม กร๊ดยางไม่ได้มักจะก่อกวนขึ้น บางครั้งก็ต้องไปกู้ยืมจากพ่อค้า

เป็นการผูกพันตนเองให้ขายงานแก่เจ้าหน้าที่ ซึ่งอาจจะไถ่ราคาไม่คืน

อุปสรรคอีกประการหนึ่ง การทำงานร่วมกันในการปรับปรุงคุณภาพงาน ซึ่งทางกลุ่มมีอุปกรณต่าง ๆ ที่ทางราชการช่วยเหลือมาให้กลุ่มใช้ร่วมกัน ปรากฏว่าสมาชิกของกลุ่มบางคนขาดความรับผิดชอบต่ออุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกัน ใช้แล้วไม่ทำความสะอาด ใช้แล้วทิ้งไว้ให้คนที่จะใช้ต่อไปทำความสะอาดเอง-สร้างความไม่พอใจแก่คนที่ต้องรับช่วงไปทำ ความรับผิดชอบต่อของใช้ส่วนรวมกันเหล่านี้ บางคนไม่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของใช้ โดยไม่ระมัดระวังรักษา มักจะพูดว่า "ของหลวงของมัน"

การเสียหายของกลุ่ม ถือว่าเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของกลุ่ม เพราะสรรพากรให้เจ้าหน้าที่กลุ่มหักไว้ทุกครั้งที่ขาย ซึ่งแต่ละครั้งเป็นเงินจำนวนมาก ทำให้สมาชิกบางคนมีความรู้สึกว่า การรวมกลุ่มเป็นแผนการเก็บภาษีของทางราชการ ดังนั้น สมาชิกบางคนจึงแยกกลุ่มออกไปขายเอกเทศ ทั้ง ๆ ที่เสียหายเหมือนกัน แต่เป็นการเสียทางอ้อมโดยผู้ขายไม่รู้ตัว แม้จะเสียโดยตรงก็เป็นจำนวนเงินไม่มากนัก จึงไม่มีความรู้สึกว่าเป็นภาระแต่ประการใด

การใช้เงินส่วนกลางของกลุ่ม คือเงินที่เหลือแต่ละครั้ง ประธานและเลขานุการเป็นคนดูแลอยู่ บางครั้งใช้ไปโดยไม่ระมัดระวังการให้สมาชิกกู้ยืม ก็ไม่มีกฎเกณฑ์ บางที่ประธานก็นำไปใช้ส่วนตัวจนหมด และกรรมการบางคนใช้ประโยชน์จากคนนี้มากกว่าคนอื่น ๆ บางครั้งก็รวมทีมกันเบียดบังประโยชน์สมาชิก คือ คณะกรรมการขาดความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตน

กฎหมายรับรองกลุ่ม เนื่องจากปัจจุบันการตั้งกลุ่มไม่มีกฎหมายรับรอง คงดำเนินการไปอย่างหลวม ๆ การดำเนินงานของกลุ่มจึงขาดประสิทธิภาพ