

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการผลิต การตัดซื้อ การส่งออก และการควบคุมคุณภาพแรงแม้นสำปะหลังใน บทที่ 4 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. บริษัทส่งออกแรงแม้นสำปะหลังที่มีโรงงาน จะมีการดำเนินงานที่เป็นระบบในลักษณะผู้ประกอบการส่งออกที่มีโรงงานดังนี้คือ

ด้านการผลิต บริษัทส่งออกส่วนใหญ่ยังมีกำลังการผลิตของเครื่องจักรต่อปีเหลือใช้อยู่ ทั้งนี้เพราะดำเนินงานผลิตประมาณ 8 ถึง 10 เดือนต่อปีเท่านั้น เนื่องจากในช่วงเดือนมิถุนายน ถึง สิงหาคม หัวมันสำปะหลังหายากมีปริมาณไม่เพียงพอในการป้อนโรงงานเพื่อการผลิต และประกอบกับในหัวมันสำปะหลังมีปริมาณแรงแม้นต่ำกว่าปกติให้ผลไม่คุ้มค่าในการผลิต สำหรับแรงแม้นสำปะหลังที่ผลิตได้ ร้อยละ 75 ของบริษัทส่งออกได้ดำเนินงานขายให้แก่ ผู้ซื้อภายในประเทศเพื่อใช้ในประเทศ ผู้ซื้อภายในประเทศเพื่อส่งออกและผู้ซื้อในต่างประเทศ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 25 ของบริษัทส่งออกได้ขายให้แก่ผู้ซื้อในต่างประเทศเท่านั้น

ด้านการตัดซื้อ บริษัทส่งออกนอกจากจะใช้แรงแม้นที่ผลิตเองเพื่อการส่งออกแล้ว ปรากฏว่า ร้อยละ 75 ของบริษัทส่งออกยังได้มีการซื้อแรงแม้นสำปะหลังเพื่อการส่งออกอีกด้วย ทั้งนี้เพราะบริษัทส่งออกมีนโยบายในการขายแรงแม้นสำปะหลังที่ผลิตได้ให้แก่ผู้ซื้อทุกคน โดยไม่จำกัดว่าผู้ซื้อจะเป็นใคร แต่อย่างไรก็ตามก็ยังให้ความสำคัญกับผู้ซื้อในต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าว เป็นเหตุให้ในบางครั้งผลิตไม่ทันต่อความต้องการส่งออกจึงต้องทำการตัดซื้อแรงแม้นสำปะหลังประกอบการส่งออกด้วย โดยร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออกจะตัดซื้อจากบริษัทในเครือและบริษัทค้าแรงแม้นสำปะหลัง ทั้งนี้บริษัทส่งออกจะทำการตัดซื้อจากผู้ขายที่ติดต่อประจำและติดต่อเป็นครั้งคราวในอัตราส่วนประมาณครึ่งต่อครึ่ง

การตัดซื้อร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออก มีวิธีการทำสัญญาซื้อด้วยวาจาและทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร และเช่นกัน ร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออกจะดำเนินงานซื้อแรงแม้นสำปะหลังเพื่อส่งออกโดยซื้อก่อนได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อในต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการตัดซื้อนั้นจะขึ้นอยู่กับราคาคาดคะเนราคาแรงแม้นสำปะหลังในประเทศว่าจะขึ้นหรือลงในอนาคตและปริมาณ

แป้งมันสำปะหลังที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด แต่ในกรณีที่ได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อในต่างประเทศแล้ว ถ้าหากว่าผลิตไม่ทันก็จะเตรียมการสดซื้อโดยร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออก เตรียมการสดซื้อโดยทำสัญญาซื้อแป้งมันสำปะหลังทันที และซื้อก่อนกำหนดการส่งมอบและเช่นกันร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออกมีโกดัง เป็นของตนเองในการเก็บแป้งมันสำปะหลัง ณ จุดส่งออก

ด้านการส่งออก ร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออกดำเนินการส่งออกแป้งมันสำปะหลัง ชนิดแป้งชนิดพิเศษ และร้อยละ 25 ของบริษัทส่งออกมีการส่งออกทั้งแป้งชนิดพิเศษและแป้งแปรรูป ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 12.5 ของบริษัทส่งออก มีการส่งออกแป้งแปรรูปเพียงอย่างเดียว

ทางด้าน การจำหน่ายแป้งมันสำปะหลังไปยังต่างประเทศนั้น ร้อยละ 37.5 ของบริษัทส่งออก มีวิธีการจำหน่ายคือ เป็นการขายให้แก่ผู้ใช้ในต่างประเทศโดยตรงและผ่านตัวแทนในต่างประเทศ หรือเป็นการขายโดยผ่านตัวแทนในต่างประเทศเท่านั้น ส่วนรูปแบบการดำเนินการขายมีการดำเนินงานทั้งมีแป้งมันสำปะหลัง อยู่แล้วค่อยหาตลาดที่จะส่งออก (ผลิตแป้งมันสำปะหลังตามฤดูกาลป้อนตลาด) และหาตลาดที่จะส่งออกก่อนแล้วค่อยสั่งซื้อแป้งมันสำปะหลัง (ในกรณีแป้งมันสำปะหลังในสต็อกไม่เพียงพอ). ซึ่งทั้งสองรูปแบบนี้คิดเป็นร้อยละ 62.5 ของการดำเนินงานของบริษัทส่งออก สำหรับลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศร้อยละ 75 ของบริษัทส่งออก ผู้ซื้อในต่างประเทศอยู่ในลักษณะที่ติดต่อซื้อเป็นประจำเป็นลูกค้าประจำและติดต่อซื้อเป็นครั้งคราว โดยที่ร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออกใช้การขนส่งตามสัญญาแบบ เอฟ.โอ.บี.ซี แอน เอฟ และ ซี.ไอ.เอฟ คละกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ตกลงกับผู้ซื้อในต่างประเทศ อย่างไรก็ตามร้อยละ 87.5 ของการดำเนินงานของบริษัทส่งออก ด้านการส่งออกบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีความล่าช้าในการส่งออกแป้งมันสำปะหลังตามสัญญา

ด้านการควบคุมคุณภาพ เริ่มตั้งแต่การผลิตจะมีการตรวจสอบคุณภาพของแป้งมันสำปะหลังที่ผลิตได้โดยร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออก จะเก็บตัวอย่างแป้งมันสำปะหลังเพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพทุกชั่วโมงของการผลิต และวิธีการตรวจสอบกระทำโดยห้องทดลองประจำโรงงานอย่างละเอียด ส่วนการสดซื้อแป้งมันสำปะหลังจากบริษัทค้าแป้งมันสำปะหลังนั้น จะดำเนินการควบคุมคุณภาพโดยซื้อจากโรงงานที่ติดต่อซื้อเป็นประจำ และทราบคุณภาพแป้งมันสำปะหลังที่โรงงานนั้น ๆ ผลิตได้ และชักตัวอย่างแป้งมันสำปะหลังที่สดซื้อให้ห้องทดลองของบริษัทตรวจสอบด้วย ร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออก ดำเนินงานตรวจสอบแป้งมันสำปะหลังที่จะส่งออก 2 ครั้ง โดยห้องทดลองของบริษัทและบริษัทตรวจสอบสินค้าในกรณีที่ผู้ซื้อในต่างประเทศระบุว่าต้องการให้บริษัทตรวจสอบ

สอบสินค้าร่วมตรวจสอบด้วย สำหรับการกำหนดคุณภาพของแป้งมันสำปะหลังที่ส่งออกนั้นร้อยละ 25 ของบริษัทส่งออก ดำเนินการโดยบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังและผู้ซื้อในต่างประเทศ และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

2. บริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังที่ไม่มีโรงงาน จะมีการดำเนินงานที่เป็นระบบในลักษณะผู้ประกอบการส่งออกที่ไม่มีโรงงานดังนี้คือ

ด้านการซื้อ ร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออกจะทำการซื้อขายแป้งมันสำปะหลังจากบริษัทค้าแป้งมันสำปะหลังที่ติดต่อซื้อเป็นประจำและติดต่อซื้อเป็นครั้งคราว ปริมาณการซื้อจากแหล่งดังกล่าวนั้น ประมาณครึ่งต่อครึ่ง สำหรับวิธีการซื้อนั้นร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออกจะมีการทำสัญญาซื้อแป้งมันสำปะหลังโดยทั้งวาจาและเป็นลายลักษณ์อักษร การซื้อแป้งมันสำปะหลังเพื่อส่งออกนั้นร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออก จะกระทำโดยซื้อก่อนได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อในต่างประเทศหรือเป็นการซื้อเตรียมแป้งมันสำปะหลังไว้ล่วงหน้าก่อนส่งออก ในกรณีที่ได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อในต่างประเทศแล้วร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออกจะเตรียมการซื้อโดยทำสัญญาซื้อแป้งมันสำปะหลังทันที พร้อมทั้งซื้อก่อนกำหนดการส่งมอบ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานด้านการซื้อนั้นขึ้นอยู่กับว่ามีแป้งมันสำปะหลังอยู่ในสต็อกมากน้อยเพียงใด และแนวโน้มภาวะราคาตลาดแป้งมันสำปะหลังในประเทศ สำหรับด้านการเก็บแป้งมันสำปะหลังเพื่อการส่งออกนั้น ร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออกจะเก็บ ณ จุดส่งออก โดยการเข้าโกดังจากผู้ซื้อ

ด้านการส่งออก ส่งออกเฉพาะแป้งชนิดพิเศษชนิดเดียวเท่านั้นทั้งนี้เพราะแป้งแปรรูปยังมีการผลิตในประเทศไทยอยู่น้อย ช่องทางการจำหน่ายแป้งมันสำปะหลังไปยังต่างประเทศ มีวิธีการจำหน่ายคือ ร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออก เป็นการขายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ และขายให้แก่ผู้ใช้ในต่างประเทศโดยตรงมีเพียงร้อยละ 25 ของบริษัทส่งออก ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 25 ของบริษัทส่งออก ขายให้แก่ผู้ใช้ในต่างประเทศโดยตรงและขายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ สำหรับรูปแบบการดำเนินการขายร้อยละ 62.5 ของบริษัทส่งออก เป็นการดำเนินงานทั้งหาตลาดที่จะส่งออกก่อนแล้วค่อยซื้อแป้งมันสำปะหลัง และมีแป้งมันสำปะหลังอยู่แล้วค่อยหาตลาดที่จะส่งออกก่อนแล้วค่อยซื้อแป้งมันสำปะหลัง และมีแป้งมันสำปะหลังอยู่แล้วค่อยหาตลาดที่จะส่งออก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับราคาตลาดแป้งมันสำปะหลังว่าจะขึ้นหรือลง ลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศ ร้อยละ 50 ของบริษัทออกนั้นผู้ซื้อในต่างประเทศอยู่ในลักษณะที่บริษัทส่งออกติดต่อซื้อเป็นประจำและติดต่อซื้อเป็นครั้งคราว ส่วนสัญญาการขนส่งแป้งมันสำปะหลังนั้น ร้อยละ 50 ของบริษัทส่งออกอยู่ในรูปแบบ เอฟ.ไอ.ซี. และ ซี แอน เอฟ โดยมีการใช้รูปแบบอื่นได้แล้วแต่เงื่อนไขได้ตกลงกับ

ผู้ซื้อในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ร้อยละ 75 ของการดำเนินงานของบริษัทส่งออกด้านการส่งออกไม่มีความล่าช้าในการส่งออกแ่งมันสำปะหลังตามสัญญา

ด้านการควบคุมคุณภาพ การควบคุมคุณภาพแ่งมันสำปะหลังนั้น ร้อยละ 37.5 ของบริษัทส่งออกจะทำการตรวจสอบแ่งมันสำปะหลังทุกครั้งที่ยื่นจากบริษัทค้าแ่งมันสำปะหลัง การตรวจสอบนี้จะกระทำโดยใช้ตาเปล่าและมือสัมผัส และร้อยละ 37.5 ของบริษัทส่งออกจะตรวจสอบแ่งมันสำปะหลังโดยการว่าจ้างบริษัทตรวจสอบสินค้า นอกจากนั้นร้อยละ 75 ของบริษัทส่งออกจะมีการตรวจสอบคุณภาพแ่งมันสำปะหลังก่อนส่งออก 1 ครั้ง อย่างไรก็ตาม การตรวจสอบคุณภาพ ณ จุดส่งออกนั้น ร้อยละ 87.5 ของบริษัทส่งออกจะมีการตรวจสอบคุณภาพโดยบริษัทตรวจสอบสินค้า ทั้งนี้ร้อยละ 67.5 ของบริษัทส่งออกได้ระบุว่าผู้ซื้อในต่างประเทศจะเป็นผู้กำหนดคุณภาพของแ่งที่ต้องการ

3. การดำเนินงานของบริษัทส่งออกแ่งมันสำปะหลังที่มีโรงงานและไม่มีโรงงานที่เหมือนกันและแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลใน บทที่ 4 ทำให้สามารถสรุปลักษณะการดำเนินงานที่เหมือนกันและแตกต่างกันของบริษัทส่งออกได้ดังนี้

การดำเนินงานที่เหมือนกัน มีดังต่อไปนี้

ด้านโครงสร้างทั่วไป กล่าวคือ

1. ระยะเวลาดำเนินงานของบริษัทส่งออก อยู่ในช่วง 5-10 ปีขึ้นไป
2. บางบริษัทของบริษัทส่งออกแ่งมันสำปะหลังที่มีโรงงานและไม่มีโรงงาน อยู่ในเครือของบริษัทต่างประเทศ

ด้านการจัดซื้อแ่งมันสำปะหลัง กล่าวคือ

1. บริษัทส่งออกมีวิธีการจัดซื้อแ่งมันสำปะหลังทั้งในรูปแบบโดยวาจาและโดยทำเป็นลายลักษณ์อักษร
2. การจัดซื้อแ่งมันสำปะหลัง เพื่อส่งออกกระทำโดยการซื้อก่อนได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อในต่างประเทศซึ่งระยะเวลาที่จัดซื้อแ่งมันสำปะหลังนั้นไม่แน่นอนสุดแต่แนวโน้มของภาวะราคาตลาดแ่งมันสำปะหลังภายในประเทศ
3. เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อในต่างประเทศแล้ว เตรียมการจัดซื้อโดยการทำสัญญาซื้อแ่งมันสำปะหลังทันที และซื้อก่อนกำหนดการส่งมอบ การดำเนินการนี้ขึ้นอยู่กับว่ามีแ่งมัน



สำปะหลังอยู่ในลัตตอคมากน้อยเพียงใด และการค้าสำปะหลังด้วยแนวโน้มภาวะราคาตลาดแป้งมัน

สำปะหลังในประเทศประกอบการดำเนินการด้วย

ด้านการส่งออกและการตรวจสอบคุณภาพแป้งมันสำปะหลังที่จะส่งออก กล่าวคือ

1. การส่งออกเป็นการขายให้แก่ผู้ใช้ในต่างประเทศโดยตรงและผ่านตัวแทนในต่างประเทศ
2. การดำเนินการขายแป้งมันสำปะหลังไปยังต่างประเทศนั้น เป็นไปทั้งในรูปการหาตลาดที่จะส่งออกก่อนแล้วค่อยสั่งซื้อแป้งมันสำปะหลังและในรูปที่มีแป้งมันสำปะหลัง อยู่แล้วค่อยหาตลาดเพื่อการส่งออกต่อไป
3. ผู้ซื้อในต่างประเทศอยู่ในรูปแบบทั้งผู้ซื้อที่ติดต่อซื้อ เป็นประจำและเป็นครั้งคราว
4. ไม่มีความล่าช้าในการส่งออกแป้งมันสำปะหลังตามสัญญา
5. การตรวจสอบคุณภาพแป้งมันสำปะหลังที่จะส่งออก ตรวจสอบโดยบริษัทตรวจสอบสินค้า ซึ่งจะกำหนดบริษัทตรวจสอบสินค้า โดยผู้ซื้อในต่างประเทศหรือบริษัทส่งออกก็ได้แล้วแต่ข้อตกลง

การดำเนินงานที่แตกต่างกัน สามารถที่จะสรุปได้ดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 แสดงการดำเนินงานที่แตกต่างกันของบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังที่มีโรงงานและไม่มีโรงงาน

ลักษณะการดำเนินงาน	บริษัทส่งออก แป้งมันสำปะหลังที่มีโรงงาน	บริษัทส่งออก แป้งมันสำปะหลังที่ไม่มีโรงงาน
<u>โครงสร้างทั่วไป</u>		
- ลักษณะกิจการ	ในรูปแบบบริษัทจำกัด	ในรูปแบบทั้งบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด
- ทุนจดทะเบียนของกิจการ	โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 5-10 ล้านบาท	โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1-5 ล้านบาท
- การส่งออกนอกจากแป้ง มันสำปะหลัง	มีทั้งมีและไม่มีการส่งออก นอกจากแป้งมันสำปะหลัง	มีการส่งออกนอกจากแป้ง มันสำปะหลัง

ลักษณะการดำเนินงาน	บริษัทส่งออก แบ่งมันสำปะหลังที่มีโรงงาน	บริษัทส่งออก แบ่งมันสำปะหลังที่ไม่มีโรงงาน
<p><u>การผลิต การจัดซื้อและการควบคุมคุณภาพแบ่งมันสำปะหลัง</u> <u>ในด้านการผลิตและการจัดซื้อ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - การผลิตและการจัดซื้อ-ห้วมันสำปะหลังสด - การตรวจสอบคุณภาพแบ่งมันสำปะหลังในการผลิต - การดำเนินการขายแบ่งมันสำปะหลังที่ผลิตได้ - การซื้อแบ่งมันสำปะหลังเพื่อการส่งออก - การตรวจสอบคุณภาพของแบ่งมันสำปะหลังที่จัดซื้อ - ลักษณะโกดังในการเก็บสินค้า ณ จุดส่งออก 	<p>มีการดำเนินงานในด้านนี้</p> <p>โดยลุ่มตัวอย่างแบ่งมันสำปะหลังทุก ๆ ชั่วโมงในการผลิต เพื่อตรวจสอบ และตรวจสอบโดยห้องทดลองของบริษัท - อย่างละเอียด</p> <p>ขายให้แก่ผู้ซื้อภายในประเทศเพื่อใช้ในประเทศและผู้ซื้อภายในประเทศเพื่อการส่งออก และผู้ซื้อในต่างประเทศ</p> <p>จัดซื้อจากทั้งบริษัทในเครือที่ผลิตแบ่งมันสำปะหลังและบริษัทค้าแบ่งมันสำปะหลังที่ติดต่อซื้อทั้ง เป็นประจำ และเป็นครั้งคราว</p> <p>โดยห้องทดลองของบริษัท</p> <p>ส่วนใหญ่โกดังเป็นของบริษัทเอง และในกรณีเช่าโกดังจากผู้อื่นนั้น ระยะเวลาในการเช่าโกดังไม่แน่นอน</p>	<p>ไม่มีการดำเนินงานในด้านนี้</p> <p>ไม่มีการดำเนินงาน</p> <p>ไม่มีการดำเนินงาน</p> <p>จัดซื้อจากบริษัทค้า - แบ่งมันสำปะหลังที่ติดต่อซื้อทั้ง เป็นประจำและเป็นครั้งคราว</p> <p>ด้วยตาเปล่าและมือ และบริษัทตรวจสอบสินค้า</p> <p>ส่วนใหญ่เช่าโกดังจากผู้อื่น และระยะเวลาในการเช่าโกดังส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1 ถึง 3 ปี</p>

ลักษณะการดำเนินงาน	บริษัทส่งออก แป้งมันสำปะหลังที่มีโรงงาน	บริษัทส่งออก แป้งมันสำปะหลังที่ไม่มีโรงงาน
<p><u>การส่งออกและการควบคุมคุณภาพ</u> <u>ในการส่งออก</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ชนิดของแป้งมันสำปะหลังที่ส่งออก - การขนส่งแป้งมันสำปะหลังตามสัญญา - จำนวนครั้งในการตรวจสอบแป้งมันสำปะหลังที่ส่งออก - การกำหนดคุณภาพของแป้งมันสำปะหลังที่ส่งออก 	<p>ส่งออกทั้งแป้งชนิดพิเศษและแป้งแปรรูป</p> <p>เป็นแบบ เอฟ.โอ.ซี. ซี. แอน เอฟ และ ซี.ไอ. เอฟ และผู้ซื้อจะระบุในสัญญา</p> <p>ส่วนใหญ่ผ่านการตรวจสอบ 2 ครั้ง</p> <p>กำหนดคุณภาพโดยบริษัทเองและผู้ซื้อในต่างประเทศ</p>	<p>ส่งออกแป้งชนิดพิเศษอย่างเดียวเท่านั้น</p> <p>เป็นแบบเอฟ.โอ.ซี. และ ซี. แอน เอฟ แต่ส่วนใหญ่อยู่ในแบบ เอฟ.โอ.ซี. มากที่สุด</p> <p>ส่วนใหญ่ผ่านการตรวจสอบ 1 ครั้ง</p> <p>กำหนดคุณภาพโดยผู้ซื้อในต่างประเทศ</p>

การดำเนินงานของทั้งบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังที่มีโรงงานและไม่มีโรงงานต่างก็มีระบบการดำเนินงานเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ซึ่งไม่แตกต่างกันมากนัก แต่กล่าวได้ว่าบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังที่มีโรงงานจะมีการดำเนินงานที่เป็นระบบและสามารถควบคุมคุณภาพแป้งได้ดีกว่าในแง่ที่ว่า

ก. การดำเนินงานที่เป็นระบบกว่าคือ ขยายการดำเนินงานออกไปในแนวตั้ง (Vertical Integration) และดำเนินงานแบบครบวงจรของการดำเนินงานภาคอุตสาหกรรมเกษตรแป้งมันสำปะหลัง โดยเริ่มต้นแต่การผลิตจนกระทั่งจำหน่าย ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งการดำเนินงานในลักษณะนี้จะส่งผลให้เกิดความมั่นใจในการส่งมอบแป้งมันสำปะหลังได้ตามกำหนด

ข. สามารถควบคุมคุณภาพแป้งได้ดีกว่าคือ สามารถควบคุมคราบคุณภาพแป้งมันสำปะหลัง เพราะเป็นผู้ผลิตแป้งมันสำปะหลังเอง

นอกจากประเด็นที่ได้สรุปดังกล่าวแล้ว การดำเนินงานของบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังที่มีโรงงานและไม่มีโรงงานยังมีปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานต่าง ๆ ดังนั้นจึงขอสรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานพร้อมทั้งข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ปัญหาการจัดซื้อหัวมันสำปะหลังสด

การจัดซื้อหัวมันสำปะหลังสด มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พอสรุปได้ดังนี้

1.1 ประสพปัญหาเกี่ยวกับการแย่งซื้อหัวมันสำปะหลังสดกับโรงงานผลิตมันสำปะหลังอัดเม็ด และมันสำปะหลังเส้นในบางจังหวัด ทั้งนี้เพราะจากวิเคราะห์ข่าวเศรษฐกิจ กล่าวว่า ในปลายปี 2517 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ประกาศจำกัดการขยายเนื้อที่เพาะปลูกมันสำปะหลังให้อยู่ในเขต 6 จังหวัด คือ นครราชสีมา ชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา และชัยภูมิ นอกจากนี้ในปี 2519 ก็ได้มีการประกาศห้ามตั้งใหม่หรือขยายโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังออกไปนอกเหนือจากเขตส่งเสริม 6 จังหวัดดังกล่าว¹

นอกจากนี้ยังประสพปัญหาความไม่แน่นอนของหัวมันสำปะหลังสด เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศและอุปสรรคด้านการขนส่งหัวมันสำปะหลังสดจากไร่มันสำปะหลังมายังโรงงาน ในบางท้องที่การคมนาคมเข้าไม่ถึงและไม่สะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่หัวมันสำปะหลังสดมีราคาตกลงหรือช่วงฤดูฝนข่าวไร่มันสำปะหลังจะขายหัวมันสำปะหลังสดโดยวิธีขายเหมาให้โรงงานเป็นผู้จ้างแรงงานมาขุดหัวมันสำปะหลังสดและทำการขนส่งเอง ทำให้ต้นทุนในการจัดซื้อหัวมันสำปะหลังสดสูงขึ้น

¹แผนกรวิจัยและวางแผน ฝ่ายวิชาการ หอการค้าไทย, "สถานการณ์มันสำปะหลังไทย", วิเคราะห์ข่าวเศรษฐกิจ 1 (1-7 กรกฎาคม 2526): 1 (อัดสำเนา)

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาที่มีคือ

1. การเพาะปลูกมันสำปะหลังถูกจำกัดการขยายเนื้อที่ ดังนั้นวิธีที่จะทำ ให้หัวมันสำปะหลัง มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการใช้ในการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ มันสำปะหลัง ก็โดยพยายามเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้น ซึ่งอาจทำได้โดยการใส่พันธุ์ที่ดี และ ใ้ปุ๋ยมากขึ้น ให้ความรู้และส่งเสริมการผลิตหัวมันสำปะหลังสดของชาวไร่มันสำปะหลังให้ถูก ต้องตามหลักวิชาการ วิธีนี้นอกจากจะช่วยเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้นแล้วยังช่วยลดต้นทุนการ ผลิตหัวมันสำปะหลังสดของชาวไร่ให้ต่ำลงด้วย

2. รัฐบาลควรสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ คือ ถนนหนทางในแหล่ง ที่มีการปลูกมันสำปะหลังที่สำคัญ ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดปี เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขน- ส่งหัวมันสำปะหลังสดจากไร่ออกมาสู่โรงงานให้ต่ำลง

1.2 เนื่องจากวิธีวัดปริมาณแป้งในหัวมันสำปะหลังสดที่บางโรงงานใช้วัดในการ ซื้อหัวมันสำปะหลังสดอยู่ในขณะนั้น ยังมีค่าผิดพลาดอยู่ประมาณร้อยละ 12.5 ถึง 20 ถึงแม้ ว่าหลักการของ เครื่องมือและวิธีการวัดจะใช้พื้นฐานทางวิทยาศาสตร์แล้วก็ตาม ทำให้บ่อยครั้ง ที่ การซื้อหัวมันสำปะหลังสด เกิดปัญหาขึ้นมา เนื่องจาก การวัดปริมาณแป้งในหัวมันสำปะหลังสด คนเกิด เป็นกรณีพิพาทและร้อง เรียบต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐอยู่เป็นประจำ ดังนั้นจะเห็นว่าการวัด ปริมาณแป้งในหัวมันสำปะหลังสดจึง เป็น เรื่องสำคัญยิ่ง ในการซื้อและขายระหว่าง โรงงานผู้รับ ซื้อและชาวไร่มันสำปะหลัง

เพื่อลดค่าผิดพลาดให้ เกิดขึ้นน้อยที่สุดและเพื่อผลประโยชน์ของชาวไร่มัน- สำปะหลังและของ โรงงานเองจึง เสนอให้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ควรจัดให้ทุก ๆ โรงงานมีการวัดปริมาณแป้งในหัวมันสำปะหลังสดด้วย วิธีเดียวกัน

2. ควรจัดทำมาตรฐานวัด หรือตารางเปรียบเทียบมาตรฐาน เพื่อให้ทุก ๆ โรงงานนำไปใช้และอยู่ในความควบคุมของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับ เรื่องนี้โดยตรง

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปริมาณแป้งในหัวมันสำปะหลังสดที่ทำการเพาะ- ปลูกในทุกท้องที่และตลอดฤดูกาลเพาะปลูก เพื่อจัดทำค่าเฉลี่ยสำหรับใช้กำหนดมาตรฐานวัดหรือตาราง มาตรฐานตามข้อเสนอแนะในข้อ 2 เพื่อให้ได้ค่าที่ถูกต้องที่สุด

2. ปัญหาการส่งออกแป้งมันสำปะหลัง

ปัญหาบางประการซึ่งเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานส่งออกของบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังที่มีโรงงานและไม่มีโรงงาน พอสรุปได้ดังนี้

2.1 ขาดแคลนข้อมูลที่ใช้ประกอบการค้า ข้อมูลที่สำคัญที่ใช้ในทางการค้าได้แก่ ข้อมูลด้านผลผลิต ข้อมูลด้านการตลาด ภาวะการแข่งขันแป้งมันสำปะหลังกับแป้งชนิดอื่น ๆ ในตลาดต่างประเทศ และข้อมูลบางอย่างที่พอจะสอบถามจากหน่วยราชการได้ก็ลำย้าไม่พื่กับภาวะการค้าซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมาก โดยเฉพาะข้อมูลด้านการตลาดต่างประเทศ ยังไม่มีการรวมศูนย์เก็บข้อมูลอย่างจริงจัง ซึ่งบริษัทส่งออกส่วนใหญ่ต้องหาข้อมูลเองจากการสอบถามตัวแทนผู้ซื้อในต่างประเทศ ซึ่งบางครั้งก็ไม่ถูกต้องนัก ทำให้ขาดข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อใช้ในการวางแผนด้านตลาดต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหานี้คือ ควรมีการรวมศูนย์เก็บข้อมูลด้านการตลาด และภาวะการค้าของแป้งมันสำปะหลังในตลาดคู่ค้าและตลาดคู่แข่งอื่น โดยหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันอย่างจริงจังและดำเนินการอย่างรวดเร็ว โดยอาศัยข้อมูลจากทูตพาณิชย์ในต่างประเทศรวมทั้งอาจดำเนินการซื้อข่าวจากหน่วยงานของเอกชนที่ขายข่าวกรองทางด้านการค้าพืชผลต่าง ๆ ในต่างประเทศด้วย เพื่อให้ได้มาซึ่งข่าวลือทางการตลาดที่ถูกต้อง และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจการส่งออกแป้งมันสำปะหลัง

2.2 อุปสรรคการค้าดำเนินงานจากนโยบายรัฐบาลและระเบียบพิธีการส่งออก ซึ่งจะแยกพิจารณา ดังนี้คือ

2.2.1 อุปสรรคการค้าดำเนินงานจากนโยบายรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายที่ไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ ทำให้บริษัทส่งออกไม่สามารถวางแผนงานระยะยาวได้ เพราะไม่แน่ใจว่าจะได้รับความสนับสนุนเป็นระยะเวลานานเท่าใด เมื่อใดจะไม่ได้รับการสนับสนุนหรือเมื่อใดจะมีข้อจำกัดเพิ่มขึ้น เช่น เมื่อปี 2518 รัฐบาลมีนโยบายห้ามขยายการเพาะปลูกและโรงงานผลิตรวมทั้งไม่ส่งเสริมการลงทุนในกิจการค้าด้านนี้ด้วย เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะในการแก้ไขอุปสรรคนี้กระทำได้โดย

1. รัฐบาลควรวางนโยบายที่แน่นอนเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนการลงทุน การผลิตและการส่งออก
2. รัฐบาลควรทบทวนนโยบายบางประการเกี่ยวกับการเก็บภาษี โดยพยายามให้เกิดความเที่ยงธรรม สะดวกในทางปฏิบัติและไม่ซ้ำซ้อน เช่น ความซ้ำซ้อนในการจัดเก็บภาษีเงินได้ล่วงหน้าร้อยละ 0.75 เป็นต้น

2.2.2. อุปสรรคการดำเนินงานจากระเบียบพิธีการส่งออก กฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของทางราชการยุ่งยากและหลายขั้นตอน ทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงานส่งผลให้ต้นทุนในการส่งออกสูง เพราะบริษัทส่งออกต้องเสียดอกเบี้ยค่าเก็บรักษาสินค้า ค่าสำรองสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ดีปัจจุบันรัฐบาลก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินการแก้ไขอุปสรรคต่าง ๆ ของการส่งออกเหล่านี้โดยรัฐบาลได้จัดตั้ง "คณะกรรมการพัฒนาการส่งออก" ทำหน้าที่เร่งรัดการส่งออกแก้ไขปัญหาอุปสรรคของผู้ส่งออก และการลดขั้นตอนและพิธีการส่งออก ทั้งนี้คณะกรรมการฯ นี้ได้ดำเนินการลดขั้นตอนการส่งออกด้วยมาตรการหลัก 2 ประการกล่าวคือ¹

1. การปรับปรุงขั้นตอนและพิธีการส่งออก โดยหน่วยงานต่าง ๆ ได้มีการปรับปรุงในหลายขั้นตอน เช่น เพิ่มหน่วยงานออกหนังสือรับรองสิทธิประโยชน์ในจุดส่งออกมากขึ้น รวมขั้นตอนพิธีการส่งออกที่กองพิธีการศุลกากรจาก 8 ขั้นตอนเหลือเพียง 3 ขั้นตอน เป็นต้น
2. การปรับปรุงเอกสารเพื่อการส่งออก ให้อยู่ในรูปแบบมาตรฐานสากล (UN LAY OUT KEY) เอกสารการส่งออกที่ปรับปรุงมี 5 แบบฟอร์ม (โปรดดูตัวอย่างประกอบในภาคผนวก ง)

การดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าวนี้ได้เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2526 เป็นต้นมา ถ้ามาตรการทั้งสองนี้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วก็จะทำให้อุปสรรคในการส่งออกลดลงได้ส่วนหนึ่ง เช่น ประหยัดเวลา ลดภาระต่าง ๆ ของบริษัท

¹กาญจน์แก้ว ศรีนาค, "การลดขั้นตอนการส่งออกกับเกษตรกร", วารสารหอการค้าไทย (มีนาคม, 2526): 2.

และลดค่าใช้จ่ายของบริษัทในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสำเนาแบบพิมพ์ของ เอกสารที่ใช้ในพิธีการส่งออก เป็นต้น เมื่อการส่งออกมีความคล่องตัวมากขึ้นเนื่องจากอุปสรรคลดน้อยลง ความล่าช้า น้อยลงย่อมทำให้ต้นทุนด้านการส่งออกของบริษัทลดลงด้วย ทำให้สามารถที่จะแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้มากขึ้น

2.3 โครงสร้างตลาดต่างประเทศแบ่งมันสำปะหลังของไทยไม่กระจายเท่าที่ควร ตลาดแบ่งมันสำปะหลังที่สำคัญอยู่ที่ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ ไต้หวันและฮ่องกง เป็นสำคัญ ทำให้ภาวะการส่งออกแบ่งมันสำปะหลังขาดเสถียรภาพ เมื่อประเทศผู้นำเข้าเอามาตรการกีดกันทางการค้ามาใช้ ซึ่งขณะนี้กำลังประสบปัญหาอยู่

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาที่มีดังต่อไปนี้

1. แก้ไขโครงสร้างตลาดต่างประเทศแบ่งมันสำปะหลัง โดยกระจายตลาดต่างประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้นด้วยการแสวงหาตลาดใหม่ ตลาดที่น่าจะขยายได้ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีนและแคนาดา เป็นต้น ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือกันทั้งบริษัทส่งออกแบ่งมันสำปะหลังที่มีโรงงานและไม่มีโรงงานและรัฐบาล
2. รัฐบาลควรมีส่วนช่วยเหลือแก้ไขปัญหาด้านการตลาดต่างประเทศแบ่งมันสำปะหลังนี้ด้วย โดยพยายามใช้นโยบายทางการทูตควบคู่กับนโยบายทางการค้า ดำเนินการเจรจาให้ประเทศผู้นำเข้าแบ่งมันสำปะหลังจากไทยผ่อนผันลดมาตรการกีดกันทางการค้าให้ลดลง เช่น พยายามเจรจายกเลิกการนำเข้าแบ่งมันสำปะหลังจากไทยมากกว่าที่ตั้งปริมาณจำกัดเอาไว้และดำเนินการหามาตรการให้ญี่ปุ่นทำตามสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ล่วงหน้าในแต่ละปีที่จะซื้อแบ่งมันสำปะหลังจากไทย เพราะปรากฏว่าญี่ปุ่นมักไม่ปฏิบัติตามสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ล่วงหน้าในแต่ละปีกล่าวคือ นำเข้าแบ่งมันสำปะหลังจากไทยต่ำกว่าเป้าหมายที่ได้ตกลงกันไว้ นอกจากนี้รัฐบาลควรช่วยเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจความเคลื่อนไหวด้านการพาณิชย์ของประเทศคู่ค้าให้ทันต่อเหตุการณ์ เจรจาต่อรองและติดตามผลได้และป้องกันผลเสียหายทางการค้า เช่น ติดตามเรื่องสิทธิพิเศษทางศุลกากรที่ประเทศต่าง ๆ จะให้แก่ประเทศไทย ติดตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการจำกัดโควตาและการเพิ่มอัตราภาษีของประเทศคู่ค้า

2.4 การขนส่ง เกี่ยวกับการขนส่งโดยทางเรือบริษัทส่งออกไม่มีอำนาจต่อรองกับข่มมเรือเดินทะเล ข่มมเรือสามารถเรียกธำรงค่าระวางและตั้งเงื่อนไขได้โดยอิสระทำให้

บริษัทส่งออกประสบปัญหาค่าระวางเรือที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของโลกผันผวน วิกฤติการณ์น้ำมันและการเปลี่ยนแปลงค่าของเงิน

ขอเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการขนส่งนี้กระทำได้โดยการที่รัฐบาลช่วยเหลือลดค่าธรรมเนียมเรือและบริษัทเรือเดินทะเลที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนนโยบายการตัดตั้งสภาพผู้ส่งสินค้าทางเรือ เพื่อจะได้มีอำนาจลดค่าธรรมเนียมในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าระวางซึ่งค่อนข้างสูงและเป็นปัญหาอยู่เสมอ

3. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ปัจจุบันภาวะการค้าต่างประเทศของแป้งมันสำปะหลังของไทยต้องประสบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ตลาดต่างประเทศของแป้งมันสำปะหลังของไทยที่สำคัญจำกัดอยู่เพียงไม่กี่ประเทศ การเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้า และต้องแข่งขันกับแป้งชนิดอื่น ๆ อีกด้วย เป็นต้น ดังนั้นวิธีการที่จะแก้ปัญหาภาวะการค้าแป้งมันสำปะหลังให้มีความคึกคักและมั่งคั่งขึ้น อาจทำได้โดยพัฒนาการแปรรูปแป้งมันสำปะหลังให้กว้างขวางขึ้น โดยการเพิ่มมูลค่าแป้งมันสำปะหลังก่อนส่งออก ดังนั้นจึงขอเสนอแนะวิธีการดังต่อไปนี้

3.1 ส่งเสริมให้มีการผลิตแป้งแปรรูป (Modified Starch) ในประเทศให้มากขึ้น เพื่อส่งเป็นสินค้าออก และทดแทนการนำเข้าแป้งแปรรูปที่ต้องนำเข้ามาเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมสิ่งทอและทำแบบ เป็นต้น¹ การส่งเสริมการผลิตแป้งแปรรูปนี้รัฐบาลได้ดำเนินการโดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกประกาศนโยบายของกระทรวงเพื่อให้เหมาะสมกับภาวะการณ์ โดยให้ยกเลิกนโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับที่ 2 สิงหาคม 2521 แล้วกำหนดนโยบายขึ้นใหม่ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแป้งมันสำปะหลังคือ จะพิจารณาให้ตั้ง/ขยายโรงงานแป้งมันสำปะหลังได้โดยให้ผลิตแป้งมันสำปะหลังซึ่งมีคุณภาพดี ใช้เทคโนโลยีระดับสูง โดยอย่างน้อยต้องมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังและอยู่ในเขตที่มีการเพาะปลูกมันสำปะหลังอยู่แล้ว

¹วิทยา เนาวรังสี, "ภาวะการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย", วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์ 4 (มกราคม, 2519) : 73 .

3.2 ส่งเสริมการผลิตแป้งขนมปังโดยใช้แป้งมันสำปะหลัง เป็นส่วนประกอบในการผลิต จากเอกสารวิชาการกล่าวว่า การผลิตแป้งขนมปังจากแป้งหลายชนิดผสมกัน คือ แป้งข้าวสาลี แป้งมันสำปะหลัง แป้งหัวเหลือง แป้งข้าวฟ่าง และโปรตีนสกัดจากปลาในสัดส่วนต่าง ๆ กัน ปรากฏว่าคุณค่าด้านโปรตีนของแป้งขนมปังที่ทำจากแป้งผสมดังกล่าวไม่ได้สูญเสียไป ตรงกันข้าม ปรากฏว่าระดับโปรตีนกลับดีขึ้นกว่าเดิมอีก และจากการทดลองที่บริษัทฟิลเดอร์ จำกัด Fielders Ltd. ในนครซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย ได้พบว่าแป้งมันสำปะหลัง เมื่อผสมกับข้าวสาลี ก็สามารถทำแป้งขนมปังได้ ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดเงินตราต่างประเทศในการสั่งซื้อแป้งขนมปังจากต่างประเทศได้¹ นอกจากนี้การส่งเสริมอุตสาหกรรมทำแป้งขนมปังจากแป้งมันสำปะหลังยังมีช่องทางที่จะลงทุนในเชิงการค้าขนาดใหญ่ได้ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มการจ้างงานในประเทศด้วย

3.3 ส่งเสริมให้มีการผลิตเดกซ์ทริค (Dextrin) จากแป้งมันสำปะหลัง เพราะเดกซ์ทริคจากแป้งมันสำปะหลังนี้เป็นกาวที่มีคุณภาพดีกว่ากาวที่ได้จากแป้งชนิดอื่น ๆ มาก² และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง เช่น ในการติดซองจดหมาย แลตัมป์ ถู และ การฉีกแผ่นอื่น ๆ รวมทั้งใช้ในการชกิร์ตด้วย จึงเป็นสินค้าที่มีตลาดกว้างขวาง การส่งเสริมการผลิตกาวจากแป้งมันสำปะหลังในประเทศ นอกจากจะช่วยให้ประหยัดเงินตราต่างประเทศ ซึ่งต้องเสียไปในการสั่งซื้อเข้าของกาวชนิดต่าง ๆ แล้วยังทำให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และ ส่งเสริมการจ้างงาน ลดการพึ่งพาตลาดแป้งมันสำปะหลังในต่างประเทศแล้วยิ่งไปกว่านั้นยังมีช่องทางที่จะส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เพื่อแสวงหาเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเพื่อเป็นการลดการเสียเปรียบดุลการค้าของประเทศอีกด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ ส่วนวิชาการ สำนักบริหาร, "มันสำปะหลัง", เอกสารวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย, ปีที่ 2 ฉบับที่ 1/2522, หน้า 104.

² Barry L. Nestel, Current Trends in Cassava Research (Ottawa: International Development Research Centre, 1974), p. 16.