



การตลาด

การค่าน้ำมันพืชที่มีตราหรือยี่ห้อ (Brand Name) นั้น ในระยะเริ่มแรก จะจำกัดขอบเขตอยู่ในตัวเมืองที่มีประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่น โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนน้ำมันพืชที่บรรจุปีหรือใส่ลงแอมงขายขนาดต่าง ๆ ส่วนใหญ่ เป็นน้ำมันมะพร้าวหรือน้ำมันบัว มักนิยมใช้ทำขนม หรือใช้ประกอบอาหารกันในหมู่พวกนับถือศาสนาอิสลามที่ไม่สามารถบริโภคน้ำมันหมูได้ แต่ในระยะต่อมาโดยเฉพาะในปัจจุบัน น้ำมันพืชเริ่มขยายวงกว้างขวางออกไปในแถบชานเมืองและชนบทมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากความเจริญเริ่มเข้าไปถึงชานเมือง มีไฟฟ้าเข้าไปถึง สามารถรับข่าวสารข้อมูลและการโฆษณาได้ทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ มีถนนตัดผ่านทำให้การคมนาคมสะดวกขึ้น สามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคตามแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น ประชาชนมีการศึกษาและมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น

✓ เนื่องจากความต้องการบริโภคน้ำมันพืชมีเพิ่มมากขึ้นในระยะ 6 - 7 ปีที่ผ่านมา จึงทำให้มีบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันพืชรายใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาอีกหลายบริษัท และบริษัทที่ผลิตอยู่เดิมก็เริ่มขยายกำลังการผลิตออกไปอีก ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว โดยเฉพาะ 2 - 3 ปีที่ผ่านมา การแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) จึงมีความจำเป็นสำหรับผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันพืชที่จะนำเอามาเป็นเครื่องช่วยในการรายงานการผลิตและการจำหน่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งลูกค้าที่ตนมุ่งหวัง /

✓ การจัดการทางการตลาด

1. ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) น้ำมันพืชเพื่อการบริโภคในปัจจุบัน มีวางจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดหลายยี่ห้อ ทั้งที่ผลิตภายในประเทศและสั่งเข้ามาแบบบรรจุขายในประเทศ ครายี่ห้อที่รู้จักกันในท้องตลาดได้แก่

✓ 1.1 ทิพ เป็นยี่ห้อแรกที่เป็นผู้นำทางการตลาดน้ำมันพืช เพื่อการบริโภค ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัทอุตสาหกรรมวิวัฒน์ จำกัด ส่วนผสมของวัตถุดิบที่ใช้ ไคแก่ ถั่วเหลือง รำข้าว เมล็ดฝ้าย และเมล็ดงุ่น ในอัตรา 1 : 1 : 1 : 1

✓ 1.2 กุก ออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดเมื่อเดือนมกราคม 2521 ผลิตโดยบริษัทนาคการผลิตภัณฑ์น้ำมันพืชจำกัด ส่วนผสมของวัตถุดิบ ที่ใช้ ไคแก่ ถั่วเหลือง รำข้าว และเมล็ดฝ้าย ในอัตรา 2 : 2 : 1 จัดจำหน่ายโดยบริษัทอ็อกซ์เลย์ เทรคคิง จำกัด

1.3 สิ้นไทย เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่อยู่ในโครงการสินค้ามวลชนของกระทรวงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสได้เลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและราคายุติธรรม น้ำมันพืชสิ้นไทยผลิตออกจำหน่ายครั้งแรกเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2524 ผลิตโดยทางหุ้นส่วนจำกัด โรงงานสบู่เชิงใต้ ส่วนผสมของน้ำมันพืช ไคแก่ ถั่วเหลือง และน้ำมันปาล์มโอเลอิน ในอัตราส่วน 1 : 2 มีขนาด 0.5 ลิตร และ 1 ลิตร ราคาขายปลีกขวดละ 12 บาท และ 23 บาทตามลำดับ การจำหน่ายมีปริมาณทั้งสิ้นประมาณเดือนละ 50 ตัน ให้องค์การคลังสินค้าจัดจำหน่ายส่วนหนึ่ง และให้ผู้ผลิตจัดจำหน่ายอีกส่วนหนึ่ง

นอกจาก 3 ยี่ห้อที่กล่าวมาแล้ว ก็ยังมีอีกหลายยี่ห้อ ไคแก่ คิง ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัทน้ำมันพืชปทุมจำกัด ใช้รำข้าวเป็นวัตถุดิบทั้งหมด อาลาคิน ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัทอุตสาหกรรมพืชมงคลจำกัด ผลิตจากถั่วลิสง 100% พี.ที.ไอ บริษัท ส.ไทยเสรีอุตสาหกรรมจำกัด เป็นผู้ผลิตจำหน่ายโดยบริษัท พี.ที.ไอ จำกัด ผลิตจาก ถั่วเหลือง มาโซลา ผลิตจากข้าวโพด 100% Wesson Oil ผลิตจากเมล็ดฝ้าย และ ถั่วเหลือง ในอัตรา 1 : 3 Best Foods Salad Oil ผลิตจากถั่วเหลือง 100%

3 ยี่ห้อหลังนี้สั่งจากต่างประเทศมาแบ่งบรรจุจำหน่ายโดยบริษัท ซี.พี.ซี (ประเทศไทย) จำกัด นอกจากนี้ยังมีอีกหลายยี่ห้อ ส่วนใหญ่จะวางจำหน่ายตามต่างจังหวัด เช่น ช้างบิน สิทธิศ ทรายดอกไม้ ภูเขาเพชร กระจ่างขาว นำแก้ว ทรายหยก เป็นต้น

น้ำมันพืชเป็นสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ (Substitute Goods) แต่คุณภาพของสินค้านั้นจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการผลิตและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

เนื่องจากเมล็ดพืชน้ำมันแต่ละชนิดมีปริมาณของโปรตีน กรดไขมันอิ่มตัวและไม่อิ่มตัว ที่มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายแตกต่างกัน เช่น เมล็ดพืชตระกูลถั่ว มีโปรตีนอยู่ระหว่าง 30 - 40% ดอกคำฝอยมีโปรตีนประมาณ 11 - 17% ดอกคำฝอยมีกรดไขมัน Linoleic ระหว่าง 51 - 79% เมล็ดดอกทานตะวันมีระหว่าง 51 - 68% เมล็ดฝ้ายมี 42 - 54% เมล็ดถั่วมี 31.6% ถั่วเหลืองมี 28 - 57% ไร่ข้าวมี 29 - 42% เป็นต้น ซึ่งกรด Linoleic นี้เป็นกรดไขมันชนิดไม่อิ่มตัว สามารถช่วยลดคอเลสเตอรอลในร่างกายได้ ทำให้การดูดซึมของไขมันในเส้นเลือดลดลง นอกจากนี้

เมล็ดพืชน้ำมันบางชนิดมีกรดไขมันบางชนิดที่อาจเป็นพิษต่อร่างกายได้ ถ้าผลิตไม่มีเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัยก็พอแล้วจะไม่สามารถทำลายสารพิษจากน้ำมันพืชที่สกัดออกมาได้

๓) แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนี้มีบริษัทผู้ผลิตหลายรายที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาลให้นำเอาเครื่องจักรที่ทันสมัยที่ทั่วโลกใช้กันอยู่เข้ามาดำเนินการผลิต จึงช่วยให้น้ำมันพืชที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ในประเทศขณะนี้มีความปลอดภัยเท่ากับน้ำมันพืชที่ผลิตได้จากต่างประเทศ

๔) ขนาดบรรจุและหีบห่อ (Size and Package) ขนาดบรรจุของน้ำมันพืชมีอยู่หลายขนาด แต่ที่นิยมใช้กันในหมู่ผู้บริโภคได้แก่ขนาด 1 ลิตร และ 0.5 ลิตร น้ำมันพืชที่ผลิตในประเทศส่วนมากจะมีขนาดต่าง ๆ เท่ากัน ส่วนน้ำมันพืชที่สั่งเข้ามาจะมีขนาดต่าง ๆ ไม่เท่ากัน เช่น มาโซลา มีขนาด 420 กรัม 840 กรัม 3.4 กก. Best Food Salad Oil มีขนาด 475 ซีซี. และ 3.785 ลิตร Wesson มีขนาด 1.12 ลิตร 0.47 ลิตร 0.71 ลิตร เป็นต้น

๕) สำหรับหีบห่อ (Package) น้ำมันพืชที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศขนาด 0.5 ลิตร และ 1 ลิตร จะบรรจุด้วยขวดพลาสติก มีฝาหลอดเปิดปิดได้สะดวก ตรงกลางจะคอคอดเหมาะสำหรับหยิบใช้ ขวดบรรจุมักจะมีรูปทรงหรือลักษณะบางอย่างแตกต่างกันในแต่ละยี่ห้อ ทั้งนี้ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในตัวเองให้กับสินค้าของตน (Product differentiation) ส่วนน้ำมันพืชที่สั่งจากต่างประเทศเข้ามาแบ่งบรรจุจำหน่ายทุกยี่ห้อ ขนาดไม่เกิน 1.5 ลิตร จะบรรจุอยู่ในขวดแก้ว แต่ขนาด 3 ลิตรขึ้นไปจะบรรจุด้วยกระป๋อง เช่นเดียวกับน้ำมันพืช

ยี่ห้ออื่น ๆ ที่ผลิตในประเทศ ส่วนฉลากนั้นจะประกอบไปด้วยเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) ชื่อยี่ห้อ (Brand Name) และรายละเอียดต่าง ๆ เช่น ส่วนผสมของวัตถุดิบเมล็ดพืชน้ำมัน บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ราคาขายปลีก รายละเอียดต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องระบุไว้ให้ชัดเจนตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขและกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ภาชนะบรรจุที่เป็นพลาสติกจะต้องทำด้วยพลาสติกสำหรับใช้บรรจุอาหาร (Food Grade) ส่วนผู้ที่ต้องการขอเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจากกระทรวงอุตสาหกรรม ฉลากจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับฉลากเลขที่ มวก.31 - 2516 เป็นที่น่าสังเกตว่าบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่เป็นผู้นำในตลาดมักจะต้องซื้อสินค้าของตนสั้น ง่ายในการเรียกชื่อ และมีความหมายในตัวด้วย เช่น ทิพย์ กุก และคิง

2. ด้านราคา (Price) ราคาจำหน่ายน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคมี

แนวโน้มสูงขึ้นมาโดยตลอด ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะได้ออกประกาศควบคุมราคาขายส่งและขายปลีกไว้ก็ตาม ทั้งนี้ เนื่องมาจากราคาน้ำมันหมูเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการน้ำมันพืชมีเพิ่มมากขึ้น ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ จึงทำให้ราคาจำหน่ายน้ำมันพืชในตลาดเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ควบคุมเหตุผลดังกล่าว รัฐบาลจึงได้ปล่อยให้ตลาด เป็นผู้กำหนดราคาเอง โดยได้ประกาศยกเลิกพระราชบัญญัติควบคุมราคาทั้ง 2 ฉบับ กล่าวคือ ราคาขายส่ง ประกาศยกเลิกเมื่อปี 2520 และราคาขายปลีกเมื่อปี 2523 ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะยกเลิกการเปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้นมากนัก ยังคงมีราคาใกล้เคียงกับราคาก่อนประกาศยกเลิกการควบคุมหรือสูงขึ้นเพียงเล็กน้อยและยังมีราคาใกล้เคียงกับราคาน้ำมันหมู มีบางชนิดราคาในปี 2524 ลดต่ำลง ทั้งนี้เนื่องจากในระยะ 2 - 3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในปี 2523 และครึ่งปีแรกของปี 2524 มีการนำเข้าน้ำมันปาล์มราคาถูกจากต่างประเทศโดยเฉพาะมาเลเซีย เข้ามารายจำหน่ายในประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้ราคาน้ำมันพืชที่ผลิตในประเทศ ถูกกระทบกระเทือนอย่างหนัก ทำให้ไม่สามารถขึ้นราคาจำหน่ายให้เพิ่มสูงขึ้นตามต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นได้ ทั้งนี้เพราะต้องขายแข่งขันกับน้ำมันปาล์ม จึงทำให้มีผู้ผลิตหลายรายหยุดทำการ

ผลิต และหันไปสั่งน้ำมันปาล์มจากต่างประเทศเข้ามาแทน ส่งผลกระทบให้ราคาวัตถุดิบในประเทศลดต่ำลง

ราคาขายปลีกน้ำมันพืชที่ผลิตในประเทศก็ถือว่าไม่ว่าจะใช้วัตถุดิบเมล็ดพืช น้ำมันชนิดไหนผลิต จะมีราคาขายปลีกใกล้เคียงกัน เช่น ขนาด 1 ลิตร ราคาจะอยู่ระหว่าง 25-30 บาท การกำหนดราคาส่วนใหญ่จะกำหนดราคาตามคู่แข่งชั้น ส่วนผู้ผลิตรายใหม่จะกำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่งชั้นเล็กน้อย (Price Cutting) เพื่อเจาะตลาด หรือบางบริษัทจะกำหนดราคาสูงกว่าปกติเล็กน้อยพร้อมกับมีของแถมเป็นของสมนาคุณ หรือเรียกว่า การส่งเสริมการขายด้วยของแถม โดยให้ผู้บริโภคมารับภาระจ่ายค่าของแถมบางส่วน เช่น น้ำมันพืชเกสรขนาด 1 ลิตร ขายพร้อมกับซอสมะเขือเทศ 1 คู รวมราคา 27 บาท นโยบายการลดราคาใช้กันมากตามห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสหกรณ์ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ส่วนน้ำมันพืชที่สั่งเข้ามาแบ่งบรรจุจำหน่ายทุกยี่ห้อ จะตั้งราคาแพงกว่าที่ผลิตในประเทศมาก เช่น มาโซลา ขนาด 420 กรัม ราคา 38 บาท ขนาด 840 กรัม ราคา 70 บาท Best Foods Salad Oil ขนาด 475 ซีซี ราคา 30 บาท ขนาด 945 ซีซี ราคา 52 บาท และ Wesson ขนาด 0.47 ลิตร ราคา 34 บาท เป็นต้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ราคาจำหน่ายปลีกน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคจะถูกกำหนดโดย อุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ในตลาด และการเคลื่อนไหวของน้ำมันห้ม บริษัทที่ผลิตออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดใหม่ ๆ จะตั้งราคาต่ำ หรือตั้งราคาสนับสนุนการส่งเสริมการขายเพื่อเจาะตลาด ส่วนห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสหกรณ์ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จะกำหนดราคาขายปลีกเองโดยการลดราคา (Loss Leader Price) เพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาหาซื้อสินค้าจากทางของตนโดยยอมเอากำไรน้อยหรือบางครั้งขาดทุนเพื่อหวังจะได้กำไรจากสินค้าตัวอื่น ๆ ที่ลูกค้ามาเลือกซื้อ (Shopping)

ตารางที่ 3.1

ราคาขายปลีกน้ำมันพืชบางชนิด และน้ำมันหมู (ตลาดกรุงเทพฯ)

ชื่อน้ำมัน	หน่วย	ปี 2522	ปี 2523	ปี 2524	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%) 23-24
น้ำมันหมูแท้	กก.	23.92	26.09	25.50	- 2.26
น้ำมันหมูผสม	กก.	21.50	23.88	23.50	- 1.59
น้ำมันมะพร้าว	กก.	24.34	24.55	22.41	- 8.72
น้ำมันถั่วลิสง	กก.	21.92	23.42	24.16	+ 3.16
น้ำมันรำ	กก.	20.34	21.00	21.00	-
ทิฟ	ลิตร	22.88	24.00	24.70	+ 1.00
กุก	ลิตร	22.83	24.92	25.00	+ 0.32
คิง	ลิตร	21.42	24.30	25	+ 0.32
อาลาติน	ลิตร	21.46	23.50	23.50	-
ข้างบิณ (ปาล์ม)	ลิตร	22.13 ¹	22.68 ¹	23.17	+ 2.16
เกสร (ปาล์ม)	ลิตร	-	-	25.00	-

หมายเหตุ : ¹ผลิตจากมะพร้าว

ที่มา : กรมการค้าภายใน

3. สถานที่จำหน่าย (Place)

โรงงานผลิตน้ำมันพืชภายในประเทศไทยสามารถจำหน่ายออกได้เป็นประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้.-

- โรงงานสกัดน้ำมันพืชดิบ (Crude Oil)
- โรงงานกลั่นน้ำมันบริสุทธิ์ (Purified Oil)

- โรงงานสกัดน้ำมันพืชดิบและกลั่นให้บริสุทธิ์

โรงงานสกัดน้ำมันพืชดิบและโรงงานกลั่นน้ำมันพืชบริสุทธิ์ ส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ผลิตน้ำมันพืชรายย่อย ซึ่งมีอยู่มากมายแทบทุกภาคของประเทศไทย มุ่งการผลิตเพื่อการบริโภคยังท้องถิ่นหรือสำหรับการใช้ของบางอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ ส่วนโรงงานสกัดน้ำมันพืชดิบและกลั่นให้บริสุทธิ์ เป็นโรงงานผู้ผลิตรายใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล มีเทคนิคและกระบวนการผลิตที่ทันสมัยได้มาตรฐานสากล มุ่งการผลิตเพื่อการบริโภคของประชาชนทั่วประเทศ

สำหรับน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถแยกได้ดังนี้.-

3.1 ประเภทผลิตและจัดจำหน่ายโดยตรงได้แก่ โรงงานผู้ผลิตซึ่งทำหน้าที่ผลิตน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคและมีหน่วยงานภายในโรงงาน ทำหน้าที่การจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีก ทั่วราชอาณาจักรไทย

3.2 ประเภทแต่งตั้งตัวแทนผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ โรงงานผู้ผลิตน้ำมันพืช ซึ่งทำหน้าที่แต่เพียงการผลิตอย่างเดียว ส่วนภาระหน้าที่การจัดจำหน่ายนั้นได้มอบและแต่งตั้งให้บริษัทผู้จัดจำหน่ายรับหน้าที่ไป

ทั้งสองประเภทดังกล่าวต่างก็มีระบบการจัดจำหน่าย บุคคลากรที่มีความรู้และความสามารถเพียงพอช่วยกัน ส่วนที่แตกต่างกันนั้นอยู่ที่อำนาจและความคล่องตัวในการบริหาร การจัดการ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายการจัดตั้งบริษัทของแต่ละแห่งตามความเหมาะสมเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกัน

เนื่องจากน้ำมันพืชเป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นทั่วไป และมีราคาจำหน่ายต่อหน่วยค่อนข้างต่ำ ลูกค้ามักจะมาเลือกหาซื้อเอง เพราะฉะนั้นการวางจำหน่ายจึงต้องกระจายตามร้านค้าปลีก ร้านสหกรณ์ ซุปเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และแผงลอยในเทศบาลทั่วไป //

ส่วนการส่งน้ำมันพืชไปจำหน่ายต่างประเทศนั้น ตั้งแต่เกิดการขาดแคลนน้ำมันพืชภายในประเทศอย่างมากในปี 2517 รัฐบาลจึงได้ประกาศควบคุมไม่ให้ส่งออกน้ำมันพืช

เพื่อการบริโภคไปนอกราชอาณาจักรจนกระทั่งในปัจจุบันสถานการณ์ได้คลี่คลายไปในทางที่ดีแล้ว รัฐบาลจึงได้ออกประกาศให้ส่งออกน้ำมันพืชชนิดใดก็ได้โดยเสรี เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2525 ดังนั้นสถานการณ์การส่งออกในช่วงก่อนหน้านี้จึงไม่ค่อยจะมีการส่งออกน้ำมันพืชมากนัก ทั้งนี้เพราะถูกควบคุมการส่งออก จะส่งออกได้ก็เพียงบางชนิดและต้องขออนุมัติจากรัฐบาลก่อนจึงจะทำการส่งออกได้ ตลาดที่ส่งไปจำหน่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในแถบทวีปเอเชีย ใต้แก่ประเทศ ฮองกง มาเลเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ไต้หวัน อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย พม่า ลาว เป็นต้น

การส่งออกและนำเข้า

การส่งออก

ในปี 2524, มีการส่งน้ำมันพืชชนิดที่บริโภคได้และไม่ได้ออกไปจำหน่ายต่างประเทศ เป็นจำนวนประมาณ 12.1 ล้านลิตร มูลค่า 231 ล้านบาท เทียบกับปี 2523 ซึ่งส่งออกทั้งสิ้นประมาณ 11 ล้านลิตร มูลค่า 206 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10.22 และ 11.94 ตามลำดับ น้ำมันพืชที่ส่งออกมาได้แก่น้ำมันละหุ่ง ชนิดที่บริโภคได้และไม่ได้ ส่งออกรวมกันประมาณ 11 ล้านลิตร มูลค่า 213 ล้านบาท ปริมาณ และมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 และ 7.08 ตามลำดับ - สาเหตุเนื่องจากโรงงานสกัดน้ำมันละหุ่งขนาดใหญ่คือบริษัทสยามน้ำมันละหุ่งจำกัด ซึ่งผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ สามารถเปิดดำเนินการได้ตลอดปี น้ำมันพืชที่ส่งออกมาครองลงมาได้แก่น้ำมันถั่วลิสงดิบกลั่น หรือทำให้บริสุทธิ์แล้วส่งออกประมาณ 5.8 แสนลิตร มูลค่า 11 ล้านบาท ซึ่งในปี 2523 ไม่มีการส่งออกและสาเหตุที่ปี 2524 มีการส่งออกก็เพราะการจำหน่ายภายในประเทศต้องแข่งขันกับน้ำมันพืชชนิดอื่น ๆ มากโดยเฉพาะน้ำมันปาล์ม สำหรับน้ำมันมะพร้าวส่งออกรวมกันทุกชนิดประมาณ 9.3 หมื่นลิตร มูลค่า 76.7 ล้านบาท ปริมาณลดลงจากปี 2523 ร้อยละ 7.63 แต่มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.50 ส่วนน้ำมันปาล์มในปี 2524

ส่งออกทุกชนิด ประมาณ 8 หมื่นลิตรมูลค่า 5 แสนบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่าเท่าตัว น้ำมันพืชที่ส่งออกมารอง ๆ ลงมาได้แก่น้ำมันงา และน้ำมันตังอิ้ว

การส่งออกน้ำมันพืชในช่วง 4 ปีที่ผ่านมาในปี 2522 และ 2523 การส่งออกมีปริมาณและมูลค่าส่งออกเพิ่มมากขึ้นหลายเท่าตัวเมื่อเทียบกับ 2 ปีแรก ทั้งนี้ เนื่องจากมีโรงงานสกัดน้ำมันละหุ่งขนาดใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล คือ บริษัทสยามน้ำมันละหุ่ง จำกัด มีกำลังผลิตปีละ 30,000 เมตริกตัน (วัตถุดิบ) หรือ 17,250 เมตริกตัน (คิดในรูปน้ำมัน) ได้เปิดดำเนินการ เมื่อปลายปี 2522 สามารถผลิตน้ำมันละหุ่งได้ 11,000 เมตริกตัน และส่งไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้การส่งออกน้ำมันพืชในปี 2523 และ 2524 โดยส่วนรวมเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนทางการส่งออกเมล็ดพืชน้ำมันและกากในปี 2524 ที่ส่งออกมากที่สุด คือ เมล็ดฝ้าย และกากฝ้าย ซึ่งส่วนใหญ่ส่งไปในประเทศแถบยุโรป เมล็ดพืชน้ำมันที่ส่งออกมารองลงมาได้แก่เมล็ดงา และเมล็ดถั่วลิสง ส่วนเมล็ดละหุ่งไม่มีการส่งออกเนื่องจากรัฐบาลห้ามส่งออกเพื่อสงวนไว้ป้อนโรงงานผลิตน้ำมันละหุ่งภายในประเทศ สำหรับกากพืชน้ำมันที่ส่งออกมารองลงมาได้แก่ น้ำมันพืชอื่น ๆ ทั้งที่บริโภคได้และไม่ได้ กากเมล็ดถั่วและกากมะพร้าว เป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การนำเข้า

ในปี 2524 มีการนำน้ำมันพืชทั้งที่บริโภคได้ และ ไม่ได้เข้ามาในราชอาณาจักร รวมกันประมาณ 63 ล้านลิตร มูลค่า 820 ล้านบาท เทียบกับปี 2523 นำเข้าประมาณ 96 ล้านลิตร มูลค่า 1,241 ล้านบาท หรือ ลดลงร้อยละ 34.54 และ 33.94 ตามลำดับ สาเหตุที่นำเข้ลดลงเนื่องจากในช่วงครึ่งปีหลังรัฐบาลได้สกัดกั้นการนำเข้า น้ำมันปาล์มโดยเฉพาะน้ำมันปาล์มดิบกลั่นหรือทำให้บริสุทธิ์แล้ว (ส่วนใหญ่เป็นน้ำมันบริสุทธิ์แล้ว) มีการนำเข้ามาจำนวนมาก เพราะราคาถูก จึงทำให้ราคาจำหน่ายน้ำมันพืชภายในประเทศถูกกระทบบกระเทือนอย่างหนัก เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมน้ำมันพืชภายในประเทศ ให้อยู่รอด รัฐบาลจึงได้กำหนดให้มีการเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษเพิ่มพิเศษร้อยละ 20 ของราคา ซี.ไอ.เอฟ. และให้เปลี่ยนไปเก็บภาษีอากรขาเข้าจากฟักัดเดิม 1507 ค. ซึ่งเก็บในอัตราลิตร 0.25 บาท เป็นฟักัดอัตราศุลกากรที่ 1507 ง. ซึ่งเก็บในอัตราลิตรละ 1 บาท หรือร้อยละ 15 ของมูลค่านำเข้า ซี.ไอ.เอฟ. ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุนที่ ช.22/2524 ประกาศ ณ วันที่ 29 กรกฎาคม 2524 จากการเปลี่ยนฟักัด ในการเก็บภาษีและการเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษ ประกอบกับรัฐบาลประกาศลดค่าเงิน



บาทลงร้อยละ 9.5 เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2524 จึงทำให้ต้นทุนนำเข้าน้ำมันปาล์มในระยะต่อมาเพิ่มสูงขึ้นไปอีกประมาณลิตรละ 2 บาท จึงทำให้การนำเข้าน้ำมันปาล์มลดน้อยลง เป็นเหตุให้การนำเข้าน้ำมันพืชในปี 2524 โดยส่วนรวมลดลงกว่าปีก่อน

การนำเข้าน้ำมันพืชในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา มีการนำน้ำมันปาล์มเข้ามามากที่สุด โดยเฉพาะน้ำมันปาล์มดิบกลั่นหรือทำให้บริสุทธิ์แล้ว ในปี 2523 มีการนำเข้ามาที่สุดประมาณ 59.7 ล้านลิตร มูลค่า 834 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2523 ซึ่งนำเข้าประมาณ 13.9 ล้านลิตร มูลค่า 196.5 ล้านบาท กว่า 4 เท่าตัว ส่วนในปี 2524 การนำเข้าลดน้อยลง เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายคุ้มครองอุตสาหกรรมน้ำมันพืชภายในประเทศดังกล่าวประกอบกับยังมีปริมาณน้ำมันเก่าในปี 2523 เหลืออยู่ในสต็อกอีกมาก น้ำมันพืชที่มีการนำเข้ามากรองลงมาก็คือน้ำมันถั่วเหลืองดิบกลั่นหรือทำให้บริสุทธิ์แล้ว และน้ำมันถั่วเหลืองคัดแปลงในปี 2524 นำเข้ารวมกันประมาณ 14.6 ล้านลิตร มูลค่า 199.4 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2524 ไม่มากเกินร้อยละ 10 แต่เพิ่มจากปี 2521 และปี 2522 หลายเท่าตัว ส่วนน้ำมันพืชที่นำเข้ามากรอง ๆ ลงมาได้แก่ น้ำมันเมล็ดปาล์มบริโภคน้ำมันและบริโภคน้ำมันมะพร้าวดิบกลั่น หรือทำให้บริสุทธิ์แล้ว น้ำมันพืชอื่น ๆ บริโภคน้ำมันลินสีดดิบกลั่นหรือทำให้บริสุทธิ์แล้ว น้ำมันข้าวโพดบริโภคน้ำมัน เป็นต้น

การนำเข้าน้ำมันพืชเกือบทุกชนิดในปี 2523 และ ปี 2524 มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี 2521 และ 2522 มาก กล่าวคือในปี 2522 มีปริมาณนำเข้าทั้งสิ้นประมาณ 24.4 ล้านลิตร มูลค่า 1,251 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่าตัว



สาเหตุที่ในปี 2523 และ ปี 2524 มีการนำน้ำมันพืชเข้ามามาก โดยเฉพาะ น้ำมันปาล์ม และน้ำมันถั่วเหลือง ก็เพราะว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาจำกัดการนำเข้า น้ำมันปาล์มจากต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย เพราะไปกระทบกระเทือนกับการผลิตน้ำมันพืชซึ่งใช้ถั่วเหลืองเป็นวัตถุดิบภายในประเทศอันเป็นผลจากการประกาศการจำหน่ายถั่วเหลืองให้กับประเทศรัสเซีย จึงทำให้ราคาการจำหน่ายถั่วเหลืองลดลงอย่างมาก และมีการระบายออกนอกประเทศ ซึ่งน้ำมันถั่วเหลืองที่ไทยนำเข้าส่วนใหญ่มาจากสหรัฐอเมริกา และด้วยเหตุที่สหรัฐจำกัดการนำเข้า น้ำมันปาล์ม จึงทำให้ประเทศมาเลเซีย ผู้ซึ่งทำการส่งออกน้ำมันปาล์มรายใหญ่ของโลกถูกกระทบกระเทือน จึงต้องระบายออกไปยังประเทศต่าง ๆ ในราคาถูก โดยเฉพาะประเทศไทยนำน้ำมันปาล์มนำเข้าส่วนใหญ่ร้อยละ 80 - 90 มาจากประเทศมาเลเซีย และอีกสาเหตุหนึ่งก็เนื่องมาจากมีการขยายเนื้อที่ในการเพาะปลูกปาล์มกันมาก จึงทำให้มีน้ำมันปาล์มเพิ่มขึ้นมากและต้นปาล์มและเมล็ดปาล์มก็สามารถให้ปริมาณน้ำมันที่สกัดออกมาได้มากกว่าพืชน้ำมันอื่น ๆ ยกเว้น มะพร้าว จึงทำให้ น้ำมันปาล์มมีราคาถูก และด้วยเหตุที่น้ำมันปาล์มสามารถนำมาใช้ประกอบอาหารได้ จึงมีผู้นิยมนำน้ำมันปาล์มมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำมันพืชปรุงอาหาร มีผลให้น้ำมันปาล์มเป็นคู่แข่งที่สำคัญของน้ำมันจากพืชชนิดอื่น ๆ ซึ่งมีคุณภาพและราคาที่สูงกว่าอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ปริมาณความต้องการทั้งการบริโภคอุตสาหกรรมในน้ำมันพืชชนิดอื่น ๆ ก็มีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะน้ำมันมะพร้าวในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาภายในประเทศผลิตได้น้อยกว่าปีก่อน ๆ แต่ความต้องการภายในประเทศยังคงเพิ่มขึ้น จึงมีการนำเข้ามามาก ส่วนน้ำมันพืชชนิดอื่น ๆ มีความต้องการเพิ่มขึ้นเล็กน้อยและบางชนิดก็ลดลงหรือสามารถผลิตได้เองภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น จึงลดจำนวนการนำเข้าลง เช่น น้ำมันละหุ่ง เป็นต้น หรือหันไปนำเข้า น้ำมันปาล์มที่มีราคาถูกกว่าเข้ามาแทน

ตารางที่ 3.2

ปริมาณและมูลค่าส่งออกน้ำมันพืช ปี 2521 - 2524

ปริมาณ : จิตร

มูลค่า : บาท (F.O.B.)

ชนิดน้ำมันพืช	2521		2522		2523		2524 ¹	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
น้ำมันถั่วลิสงคั้นหรือทำใหม่หรือหั่นแล้ว	133,600	2,187,156	38,000	673,025	-	-	575,000	10,832,713
น้ำมันปาล์มคั้นหรือทำใหม่หรือหั่นแล้ว	2,667,931	24,247,372	218,725	2,143,860	-	-	79,950	456,836
น้ำมันมะพร้าวคั้นหรือทำใหม่หรือหั่นแล้ว	262	5,300	59,970	876,110	100,130	763,203	70,490	502,979
น้ำมันละหุ่งบริโภค	1,100	19,580	-	-	975,216	18,904,739	13,632	290,553
น้ำมันงาบริโภค	14,310	505,042	5,400	207,621	-	-	47,520	1,991,580
น้ำมันรำบริโภค	-	-	-	-	80	853	-	-
น้ำมันสกัดบริโภค	38	3,500	-	-	-	-	-	-
น้ำมันพืชอื่น ๆ บริโภค	-	-	-	-	6,268	38,300	-	-
น้ำมันเมล็ดปาล์มบริโภคไม่คั้น	-	-	60,000	391,680	-	-	-	-
น้ำมันละหุ่งบริโภคไม่คั้น	-	-	314,976	7,265,723	6,143,310	118,166,042	10,989,816	213,106,506
น้ำมันงาบริโภคไม่คั้น	-	-	16,200	624,189	25,200	1,032,110	18,000	784,130
น้ำมันรำบริโภคไม่คั้น	56,400	242,700	56,590	246,624	-	-	-	-
น้ำมันถั่วลิสง	20,000	346,907	-	-	-	-	2,000	32,992
น้ำมันพืชอื่น ๆ บริโภคไม่คั้น	570	9,690	69,035	1,650,520	95,060	2,056,871	90,900	1,210,965
น้ำมันถั่วลิสงคั้นเปลือก	-	-	7,000	119,335	-	-	-	-
น้ำมันปาล์มคั้นเปลือก	-	-	-	-	30,000	214,200	-	-
น้ำมันมะพร้าวคั้นเปลือก	-	-	-	-	-	-	-	-
น้ำมันถั่วลิสงคั้นเปลือก	52,000	867,418	-	-	10,000	201,125	2,000	32,992
น้ำมันพืชคั้นเปลือกอื่น ๆ บริโภคไม่คั้น	-	-	15,000	367,200	95,000	2,213,364	-	-
น้ำมันจันตีคั้นเปลือก	-	-	-	-	30	2,962	-	-
น้ำมันถั่วลิสงคั้นเปลือก	16,000	254,744	12,000	178,106	-	-	12,100	408,919
น้ำมันมะพร้าวคั้นเปลือก	19,980	165,679	-	-	-	-	22,000	264,000
น้ำมันพืชคั้นเปลือกอื่น ๆ บริโภค	-	-	-	-	168	3,400	-	-
น้ำมันละหุ่งคั้นเปลือก	2,200	41,430	-	-	-	-	-	-
น้ำมันงา, คั้นเปลือกบริโภค	-	-	-	-	7,200	311,288	-	-

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ปริมาณและมูลค่าส่งออกน้ำมันพืช ปี 2521 - 2524

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : บาท (P.O.B.)

ร่อน้ำมันพืช	2521		2522		2523		2524	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
น้ำมันงาเต็มไฮโดรเจนบรโกลโมโต	-	-	12,00	178,106	-	-	-	-
น้ำมันรำเต็มไฮโดรเจน	-	-	-	-	26,640	201,934	-	-
น้ำมันทั้งอูเต็มไฮโดรเจน	68,000	1,014,705	10,945	201,323	-	-	-	-
โซพิชและน้ำมันพืชอื่น ๆ เต็มไฮโดรเจนบรโกลโมโต	-	-	-	-	8,720	67,500	-	-
โซพิชและน้ำมันพืชอื่น ๆ เต็มไฮโดรเจนบรโกลโมโต	75,035	198,749	122,880	1,761,877	-	-	150,100	1,091,302
น้ำมันอะหุงสกัดบรโกลโมโต	-	-	-	-	2,829,928	49,685,337	-	-
น้ำมันอะหุงเต็มไฮโดรเจนบรโกลโมโต	-	-	-	-	600,900	12,538,623	-	-
รวม	3,217,426	30,109,972	1,018,721	16,698,299	10,953,850	206,375,851	12,073,508	231,006,467

หมายเหตุ : 1 ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร และ ศูนย์บริการการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.3

ปริมาณและมูลค่าส่งออกเมล็ดพืชน้ำมัน และกากพืชน้ำมัน

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : พันบาท (F.O.B.)

รายการ พืชน้ำมัน	2521		2522		2523		2524 ¹	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
เมล็ดถั่วเหลือง	8,098	51,295	9,715	68,260	3,394	27,937	2,531	22,570
เมล็ดถั่วลิสง	20,371	192,386	15,978	197,404	1,084	15,410	15,667	285,184
เมล็ดถั่ว	17,229	204,363	14,639	252,082	10,050	160,707	16,040	210,290
เมล็ดถั่วฝักยาว	19,067	41,496	24,661	62,574	40,749	98,593	50,546	137,312
เมล็ดถั่วเขียว	3,258	10,155	2,109	5,693	-	-	525	1,332
เมล็ดถั่วเหลือง	36,925	281,127	25,421	240,575	-	-	-	-
เมล็ดพืช น้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	252	2,828	161	2,431	801	16,188	77	3,379
เมล็ดพืช น้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	12	71	-	-	-	-	1	12
รวม	105,212	783,721	92,684	829,019	56,078	318,635	85,387	660,079
กาก								
กากถั่วเหลือง	-	-	48	329	100	724	300	2,879
กากถั่วลิสง	2,641	12,317	2,743	13,524	110	757	-	-
กากถั่วอื่น ๆ	722	1,279	-	-	-	-	152	396
กากเมล็ดถั่วฝักยาว	11,061	28,292	12,914	36,581	12,457	35,856	14,310	49,073
กากเมล็ดถั่วเขียว	13,642	23,971	27,783	48,906	17,390	40,912	5,471	14,901
กากเมล็ดปาล์ม	79	296	313	298	470	1,335	105	124
กากเมล็ดคอกทานตะวัน	-	-	-	-	470	1,335	29	47
กากรำ	-	-	-	-	-	-	763	2,628
กากมะพร้าว	6,038	11,102	13,584	37,958	3,957	8,411	2,208	4,674
กากพืช น้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	-	-	6,358	6,928	7,934	15,897	6,257	17,247
กากพืช น้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	1,656	1,847	-	-	-	-	9,903	18,488
รวม	35,839	79,104	91,607	144,524	42,418	103,892	41,998	110,457

หมายเหตุ : 1 ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร และ ศูนย์บริการการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ปริมาณและมูลค่านำเข้าน้ำมันปี 2521 - 2524

ปริมาณ : ลิตร

มูลค่า : บาท (C.I.F.)

ชื่อ น้ำมันดิบ	2521		2522		2523		2524	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
น้ำมันมะกอกก้นหรือทำโคมหรือหลอด	209,752	3,146,920	34,041	1,677,887	32,247	1,665,166	19,410	1,263,013
น้ำมันลินสีดก้นหรือทำโคมหรือหลอด	542,079	6,185,642	1,047,108	15,755,051	311,159	4,721,136	477,085	8,256,665
น้ำมันถั่วเหลืองก้นหรือทำโคมหรือหลอด	2,592	82,669	223,730	3,922,010	1,800	21,953	-	-
น้ำมันถั่วเหลืองก้นหรือทำโคมหรือหลอด	1,421,976	19,421,815	3,680,394	55,397,547	13,491,052	189,174,144	13,895,201	183,286,216
น้ำมันปาล์มก้นหรือทำโคมหรือหลอด	6,406,447	78,340,249	13,909,041	196,554,629	59,687,025	834,067,379	26,923,107	328,444,407
น้ำมันมะพร้าวก้นหรือทำโคมหรือหลอด	559,668	7,694,327	894,658	15,097,292	7,196,670	112,228,230	5,369,171	68,359,478
น้ำมันเมล็ดฝ้ายทั่วโลก	1,900	52,900	-	-	-	-	-	-
น้ำมันเมล็ดกอกทานตะวันทั่วโลก	22,204	469,314	22,381	575,879	5,942	251,372	1,037	39,605
น้ำมันเมล็ดปาล์มทั่วโลก	638,515	8,176,125	-	-	4,121,852	52,220,088	3,004,833	55,158,050
น้ำมันอะหุงทั่วโลก	32,258	917,408	29,638	913,053	14,048	464,702	12,838	454,404
น้ำมันข้าวโพดทั่วโลก	29,630	646,152	166,454	4,222,294	408,556	10,288,064	322,663	8,525,282
น้ำมันงาทั่วโลก	50,127	1,838,656	48,441	1,750,957	75,544	2,996,787	63,093	2,331,253
น้ำมันเมล็ดถั่ว	-	-	3,000	105,000	-	-	-	-
น้ำมันถั่วทั่วโลก	1,034	43,840	-	-	1,083,575	15,144,770	2,000	13,751
น้ำมันสลัดทั่วโลก	-	-	21,450	402,121	17,160	323,401	-	-
น้ำมันพืชอื่น ๆ ทั่วโลก	22,226	620,854	47,013	1,013,446	338,624	1,118,839	1,072,188	14,700,877
น้ำมันเมล็ดกอกทานตะวันทั่วโลก	10,987	250,340	-	-	46,093	1,473,841	-	-
น้ำมันเรฟโกลซานและมิสซอร์ทั่วโลก	-	-	5,400	141,817	-	-	-	-
น้ำมันเมล็ดฝ้ายทั่วโลก	2,249,850	26,733,273	1,186,748	15,651,695	3,877,374	52,794,779	5,839,997	65,299,056
น้ำมันอะหุงทั่วโลก	34,304	1,045,022	25,497	794,656	2,700	68,912	1,526	66,236
น้ำมันงาทั่วโลก	8,163	127,409	5,737	236,720	-	-	664	68,925
น้ำมันคิงดิว	14,218	776,749	38,507	947,893	1,747,960	21,365,909	-	-
น้ำมันพืชอื่น ๆ ทั่วโลก	60,823	776,749	841,831	13,610,194	-	-	151,421	12,820,359
น้ำมันมะกอกก้นหรือหลอด	5,764	178,645	21,387	881,461	18,572	854,880	13,670	628,287
น้ำมันลินสีดก้นหรือหลอด	170,638	3,866,030	120,989	2,314,838	72,000	1,808,871	90,364	2,389,946
น้ำมันถั่วเหลืองก้นหรือหลอด	86,133	1,663,166	134,340	2,966,199	614,301	14,641,263	702,548	16,110,988

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ปริมาณและมูลค่านำเข้าน้ำมันปี 2521 - 2524

ปริมาณ : ลิตร

มูลค่า : บาท (C.I.F.)

	2521		2522		2523		2524 ¹	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
น้ำมันปาล์มสกัดปรุงรส	-	-	89,704	2,200,488	16,309	473,328	16,510	436,934
น้ำมันพืชปรุงรสอื่น ๆ บริโภคได้	22,398	588,375	7,698	370,271	178	17,366	-	-
น้ำมันอะหุงสกัดปรุงรสบริโภคไม่ได้	28,133	597,199	68,042	2,145,493	60,419	1,957,139	49,932	2,028,224
น้ำมันหุงสกัดปรุงรส	24,897	1,094,684	29,950	962,287	76,419	2,050,843	-	-
น้ำมันพืชปรุงรสอื่น ๆ บริโภคไม่ได้	127,365	2,854,268	313,315	7,218,858	551,474	5,092,607	327,221	2,574,343
น้ำมันมะกอกเติมไฮโดรเจน	-	-	-	-	4	760	-	-
น้ำมันอินซีกเติมไฮโดรเจน	-	-	311	31,740	3,790	102,638	-	-
น้ำมันสุกเติมไฮโดรเจน	2,686	96,998	-	-	4,392	223,787	-	-
น้ำมันถั่วเหลืองเติมไฮโดรเจน	21,822	436,383	50,871	1,215,951	126,519	2,488,609	63,810	1,662,827
น้ำมันปาล์มเติมไฮโดรเจน	778,068	10,843,615	1,160,841	18,986,217	1,616,340	25,801,658	1,875,750	30,116,734
น้ำมันมะพร้าวเติมไฮโดรเจน	103,184	2,120,474	88,516	2,679,311	92,137	2,885,304	256,510	8,378,883
น้ำมันงาเติมไฮโดรเจน	216	10,880	-	-	-	-	-	-
น้ำมันเมล็ดทานตะวันเติมไฮโดรเจนบริโภคได้	-	-	-	-	15,000	707,929	-	-
น้ำมันอะหุงเติมไฮโดรเจนบริโภคไม่ได้	-	-	100	4,687	-	-	51	1,767
โซลีนและน้ำมันพืชอื่น ๆ เติมไฮโดรเจน	-	-	36,599	1,851,399	127,800	5,625,898	-	-
โซลีนและน้ำมันพืชอื่น ๆ เติมไฮโดรเจนบริโภคไม่ได้	-	-	5,026	264,891	20	1,345	63,564	1,697,668
รวมทั้งสิ้น	13,732,142	182,543,012	24,358,849	372,625,032	95,855,035	1,240,903,697	62,742,394	819,755,595

หมายเหตุ : 1 ทั่วเอเชียตะวันออกเฉียง

ที่มา : กรมศุลกากร และศูนย์บริการการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 3.5

ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเมล็ดพืชน้ำมัน และกากพืชน้ำมัน

ปริมาณ : ตัน
มูลค่า : พันบาท (C.I.F.)

รายการ พืชน้ำมัน	2521		2522		2523		2524	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
เมล็ดถั่วเหลือง	10,808	59,387	5	35	15,297	100,601	15	105
เมล็ดถั่วลิสง	15	68	20	99	-	-	1	5
เมล็ดงา	21	127	45	331	3	26	3	20
เมล็ดถั่ว	-	-	-	-	-	-	-	-
เมล็ดถั่วเขียว	58	123	137	205	124	47	82	163
เมล็ดถั่วเหลือง	24	94	-	-	9	34	1	4
เมล็ดพืชน้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	9	261	15	186	6,023	34,996	706	8,469
เมล็ดถั่วเหลือง	4	50	10	120	17	218	14	211
เมล็ดพืชน้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	118	1,399	1	9	27	321	5	21
รวม	11,057	61,509	233	985	21,400	136,243	827	9,048
กาก								
กากถั่วเหลือง	82,358	387,987	58,563	334,734	154,782	983,606	142,650	1,179,824
กากถั่วลิสง	6,403	22,678	12,751	59,025	5,565	27,182	4,548	24,188
กากถั่วอื่น ๆ	517	4,502	-	-	7,935	40,675	398	4,540
กากเมล็ดถั่ว	202	789	-	-	-	-	103	373
กากเมล็ดถั่วเขียว	-	-	-	-	-	-	-	-
กากเมล็ดปาล์ม	-	-	-	-	-	-	-	-
กากเมล็ดถั่วเหลือง	-	-	-	-	-	-	198	542
กากรำ	-	-	-	-	-	-	-	-
กากมะพร้าว	-	-	-	-	-	-	-	-
กากพืชน้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	205	714	-	-	18	86	300	2,032
กากพืชน้ำมันอื่น ๆ บริเวณนอกเขต	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	91,685	416,670	71,314	393,759	168,298	1,051,569	148,197	1,211,499

หมายเหตุ : 1 ตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา : กรมศุลกากร และ ศูนย์บริการการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

✓ เนื่องจากน้ำมันพืชในประเทศไทยมีบทบาทและความต้องการ เพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับ ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขยายตัวของประชากร ระดับการศึกษา และมาตรฐานการครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้นโดยทั่ว ๆ ไป ทำให้จำนวนการลงทุนผลิตน้ำมันพืช ได้รับการปรับปรุงและขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จนปัจจุบันประเทศไทยมีโรงงานผลิตน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคขนาดใหญ่ ๆ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาลเพิ่มขึ้นหลายโรงงาน / สามารถทำการผลิตน้ำมันพืชโดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ภายในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานสากล ด้วยการเพิ่มจำนวนโรงงานการผลิตแบบทันสมัยอย่างขนานใหญ่ / ทำให้การจำหน่ายน้ำมันพืชในตลาดภายในประเทศเกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างรุนแรง ความจำเป็นที่จะนำเอาหลักวิธีการส่งเสริมการขายแบบสมัยใหม่ เพื่อช่วยให้มีการขยายตลาดการบริโภคมาเป็นเครื่องมือส่งเสริมในการวางแผนการผลิตและจำหน่ายน้ำมันพืชให้เป็นที่นิยมคิดตลาดอย่างรวดเร็ว / ได้มีการนำมาใช้เพิ่มมากขึ้น เพราะโดยปกติการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น น้ำมันพืช หากปราศจากการส่งเสริมการขายโดยเฉพาะการโฆษณาแล้วจะไม่สามารถทำให้สินค้าใหม่เป็นที่นิยมและคิดตลาดได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้มีการผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ทำให้ผู้ผลิตมีกำลังใจในการลงทุนพัฒนาปรับปรุงการผลิตน้ำมันพืชและสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น

✓ เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่ายน้ำมันพืชเท่าที่รวบรวมได้สามารถจำแนกออกได้โดยสรุปดังนี้ คือ :-

4.1 การโฆษณา (Advertising) ปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคในประเทศมาก ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยสำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้

4.1.1 ความต้องการทางการบริโภคเพิ่มสูงขึ้น

เนื่องจากประเทศไทยมีประชากรเพิ่มสูงขึ้นประมาณปีละไม่ต่ำ

กว่า 1.5 ล้านคน แนวนโยบายในการเลี้ยงหมูเพื่อให้ได้ไขมันสูงลดต่ำลงทุกปี เนื่องจากราคาเนื้อหมูมีราคาสูงขึ้น ผู้เลี้ยงจึงมีแนวโน้มในการเลี้ยงหมูพันธุ์เนื้อมากขึ้น ทำให้ปริมาณไขมันซึ่งจะนำมาเคี้ยวเป็นน้ำมันหมูเพื่อการบริโภคไม่สามารถเพิ่มสูงขึ้นตามอัตราความต้องการการบริโภคที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการขยายตัวพัฒนาตัวเมืองโคกวิเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การคมนาคมมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น การได้รับข่าวสารและระดับการศึกษาที่ดีมีส่วนทำให้ประชาชนนิยมการบริโภคน้ำมันพืชแทนน้ำมันหมูมากยิ่งขึ้น การขยายตัวของร้านสรรพอาหาร (Supermarket) มีจำนวนเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจไปเลือกหาซื้อสินค้าจากร้านสรรพอาหาร (Supermarket) แทนการซื้อจากตลาดสดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มมีเวลาจำกัดการดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างรีบเร่ง แม่บ้านออกไปทำงานนอกบ้านกันมาก ความสะดวกโดยเฉพาะการใช้น้ำมันพืชในการประกอบอาหารจึงมีความจำเป็นและเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้หันมาบริโภคน้ำมันพืชแทนน้ำมันหมูกันมาก

4.1.2 การปรับปรุงและขยายตัวทางการผลิต

- มีจำนวนโรงงานใหญ่ ๆ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาลเพิ่มขึ้น
- มีการปรับปรุงและขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น เช่น บริษัทอุตสาหกรรมวิวัฒน์ ผู้ผลิตน้ำมันพืชได้ขยายกำลังการผลิตจากเดิม 6,175-ตัน/ปี เป็น 12,175-ตัน/ปี

4.1.3 มีบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายรายใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีกหลาย

ราย การแข่งขันจึงมีความรุนแรงมากขึ้น การโฆษณาจึงมีบทบาทสำคัญในการใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล ไปสู่ลูกค้าที่มุ่งหวัง

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

เพื่อเป็นการกระตุ้นให้การขายน้ำมันพืชเป็นที่ยอมรับและนิยมแพร่หลาย โดยทั่วไปอย่างรวดเร็ว บริษัทผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศมักจะนิยมปฏิบัติควบคู่กับการโฆษณา เพื่อให้เกิดผลทางการซื้อขายอย่างรวดเร็ว ซึ่งพอจะแยกแยะได้ดังนี้

4.2.1 การส่งเสริมการจำหน่ายแก่คนกลาง (Trade Promotion)

ที่นิยมปฏิบัติกันเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะให้พ่อค้าคนกลาง เช่น ร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีก ยอมรับ จัดจำหน่ายและช่วยการกระจายน้ำมันพืชให้กว้างขวางสะดวกแก่การเรียกหาซื้อจากผู้บริโภค ตามกลุ่มเป้าหมายโดยทั่วไปเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายที่ให้ผลประโยชน์แก่คนกลางโดยตรง มักจะกระทำได้ในหลายรูปแบบด้วยกัน แต่ที่นิยมปฏิบัติกันมากที่สุดอาจจะได้แก่ รูปแบบหนึ่งรูปแบบใดหรือควบคู่กันไปในหลายรูปแบบพร้อมกันดังนี้

- การให้ส่วนลดการค้า (Trade Discount) บริษัทผู้จัดจำหน่าย มักจะเป็นผู้กำหนดอัตราส่วนลดพิเศษแก่ร้านค้าส่ง หรือ ร้านค้าใหญ่ที่เฉพาะเจาะจง ทั้งนี้เพื่อเป็นการชักจูงร้านค้าตามเป้าหมายดังกล่าวให้ความร่วมมือในการยอมรับการ จัดจำหน่าย การช่วยการกระจายสินค้า การช่วยการตั้งโชว์ และระบายสินค้าแก่ผู้บริโภคหรือร้านค้าปลีกโดยทั่วไปตามเป้าหมายอย่างรวดเร็ว เช่น การให้ส่วนลดเงินสด การให้ส่วนลดตามจำนวนยอด การสั่งซื้อในแต่ละครั้ง ซึ่งอาจจะกำหนดเป็นจำนวนและระยะเวลาในการสั่งซื้อ เป็นต้น

- การให้โบนัสของแถมแก่คนกลาง (Trade Bonus) เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในหลาย ๆ รูปแบบที่บริษัทผู้จัดจำหน่ายสมนาคุณแก่พ่อค้าคนกลางหรือร้านค้าใหญ่ที่เฉพาะเจาะจงเพื่อวัตถุประสงค์ทางการขาย ซึ่งหากบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ บริษัทห้างร้านคนกลางหรือร้านค้าใหญ่ที่เฉพาะเจาะจงจะได้รับรางวัลเป็นการสมนาคุณตอบแทนซึ่งอาจจะได้แก่น้ำมันพืชจำนวนหนึ่งที่กำหนดไว้ตามเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น ไปทัศนจารฟรีต่างประเทศ รางวัลรถยนต์บรรทุก รถจักรยานยนต์ ที่วี เป็นต้น

- การให้สินเชื่อพิเศษทางการค้า (Special Trade Credit) เช่น หนึ่งเดือน สองเดือน หรือสามเดือน ตามแต่ระยะเวลาที่บริษัท

ผู้จัดจำหน่ายจะเห็นสมควรว่าเป็นแรงจูงใจหรือผลประโยชน์ที่พอค่าคนกลางหรือร้านค้าใหญ่ที่เฉพาะเจาะจงจะยอมรับเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการขายตามเป้าหมายที่ใดตั้งไว้

- การให้ผลประโยชน์อื่น ๆ เช่น การแจกให้อุปกรณ์การตั้งโชว์สินค้าโดยไม่คิดมูลค่า การจัดผู้เชี่ยวชาญการปรุงอาหารมาสาธิตวิธีการปรุงอาหารหรือให้คำแนะนำอย่างอื่น เป็นต้น

4.2.2 การส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภค (Consumer

Promotion) เป็นการส่งเสริมการขายที่บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายให้ผลประโยชน์โดยตรงแก่ผู้บริโภค การลดราคาสินค้า การมีของแถมของแถม การชิงโชค ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะดึงดูดผู้บริโภคตามเป้าหมายให้รับตัดสินใจเปลี่ยนมาซื้อหาผลิตภัณฑ์ที่กำลังจัดรายการส่งเสริมการขายอันเป็นการบุกเบิกขยายโอกาสจำนวนการขายผลิตภัณฑ์ (Market Share) ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น หรือเพื่อเป็นการแข่งขันการขายเพื่อดึงดูดและชักจูงให้ผู้บริโภคยังคำนึงถึงผลิตภัณฑ์นั้นเหมือนเดิม เพื่อเป็นการป้องกันมิให้ผลิตภัณฑ์อื่นแย่งตลาดไปได้ เช่น ตัวอย่างการวางตลาดน้ำมันพืชกูก เมื่อต้นปี พ.ศ. 2521 ผู้บริหารการตลาดของบริษัทผู้จัดจำหน่าย ภายหลังจากได้ทำการสำรวจและรวบรวมข้อมูลทางการผลิตและการตลาดอย่างถี่ถ้วนแล้ว จึงได้กำหนดแผนการตลาดและแผนการขายอย่างรัดกุม โดยเน้นหนักทางด้านโครงการโฆษณาส่งเสริมการขายควบคู่กับความรวดเร็วในการกระจายน้ำมันพืชกูก ไปยังแหล่งระบายสินค้าตามเป้าหมาย ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ ในเขตภาคกลาง ซึ่งรัศมีการโฆษณาทางโทรทัศน์จะสามารถไปถึงได้ ในการนี้บริษัทผู้จัดจำหน่ายซึ่งรับผิดชอบทางการวางตลาดน้ำมันพืชกูก อย่างเต็มที่ได้รวมดำเนินการกับบริษัทโฆษณา สามารถสร้างเรื่องการโฆษณาในแนวใหม่ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่ดึงดูดและสนใจของผู้ชมทางโทรทัศน์อย่างทั่วถึงพร้อมกับการจัดวางแผนการส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) โดยจัดให้มีการแถมซองนมกูก อย่างดีในราคาคุละ 3 บาท ขายควบคู่กับราคาน้ำมันพืชกูก ขนาด 1 ลิตร ราคา 22 บาท จากการบอกเล่าของคุณศรีไทย ศรีเวทย์ศักดิ์ ผู้จัดการทั่วไปของบริษัทลอคชเลย์เทรคตั้งจำกั้ในขณะนั้น ปรากฏว่า ทางบริษัทผู้จัดจำหน่ายได้ยอมเลือก

วิธีการส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) แทนการเลือกวิธีการ
 ส่งเสริมการขายแก่คนกลาง (Trade Promotion) ก็เนื่องมาจากได้พิจารณาเห็น
 แลว่า การทำการขายน้ำมันพืชกัก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่งกำลังจะวางตลาด คาดว่าจะ
 ไม่มีปัญหาทางด้านการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าต่าง ๆ มากนัก เนื่องจากมีความมั่นใจใน
 ความสามารถและประสิทธิภาพของทีมงาน พนักงานขายที่มีอยู่ขณะนั้น นอกจากนั้นยังได้
 พิจารณาอีกว่า หากสามารถใช้วิธีการส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)
 ด้วยการแถมซองนมสดเนอส์ 1 คู่ เพียงราคา 3 บาท (ราคาสต็อคคู่ละ 15 บาท)
 อย่างใดคนหนึ่ง จะทำให้ผู้บริโภคเรียกร้องหาซองนมสดเนอส์ 1 คู่ ซึ่งเป็นกำลังกดดันให้ร้านค้า
 คนกลางจำต้องมีสต็อกน้ำมันพืชกักไว้เพื่อการขายอย่างรวดเร็วโดยไม่จำเป็นต้องไปมีการ
 จัดรายการส่งเสริมการขายแก่คนกลาง (Trade Promotion) เพิ่มขึ้นอีก ซึ่งจะเป็น
 การประหยัดงบประมาณในการส่งเสริมการขายได้มาก สาเหตุที่ได้วางแผนเช่นนั้น
 คุณศรีไทย ได้เล่าเพิ่มเติมอีกว่า เป็นเพราะทางเรามีความมั่นใจในเรื่องคุณภาพของ
 น้ำมันพืชกักที่จะผลิตได้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ เพราะการผลิตน้ำมันพืชไม่มีสูตร คุณภาพ
 ของน้ำมันพืชจะดีหรือเลวประการใดขึ้นอยู่กับขั้นตอนและความทันสมัยของเครื่องกลั่นซึ่งบริษัท
 โรงงานผู้ผลิตมีพร้อม เหนือกว่าบริษัทคู่แข่งที่มีอยู่ขณะนั้น ปัญหาจึงอยู่ที่การจะทำให้ผู้บริโภค
 ilyยอมรับอย่างรวดเร็ว เพราะลำพังการโฆษณาอย่างเดียวจะไม่สามารถทำให้
 บรรลุผลได้ตามเป้าหมาย จำต้องมีรายการส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภค (Consumer
 Promotion) ควบคู่ไปด้วย จึงได้ตัดสินใจจัดรายการคั้งกล่าวแทนการขายลดราคา
 พิเศษในช่วงวางตลาดใหม่ ซึ่งจะให้ผลที่ไม่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ในภายหลังได้ เพราะถ้าหากสินค้า
 ใหม่ที่วางตลาดประสบความสำเร็จในการวางตลาด รายการลดราคาสินค้าในโอกาส
 แนะนำสินค้าก็จำต้องยุติซึ่งอาจจะสร้างความเข้าใจผิดได้ง่าย จึงได้เลือกวิธีการส่งเสริม
 การขายแก่ผู้บริโภคด้วยการให้ของแถมในราคาถูกซึ่งมีจำนวนจำกัด เมื่อหมดแล้วก็หมดกัน
 ความสำเร็จดังกล่าวทำให้การวางตลาดน้ำมันพืชกัก ไม่อาจจะวางได้ทั่ว
 ประเทศจนกว่าครึ่งปีให้หลังจึงได้เริ่มทยอยวางตลาดในภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้
 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากไม่สามารถเร่งกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้นตามกำลังการขายได้อย่าง

รวดเร็ว เนื่องจากเป็นโรงงานใหม่ บางอย่างไม้อาจจะเดินได้เต็มกำลังการผลิต

ส่วนการจัดรายการส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภคและแก่คนกลางในระยะต่อมาเร็ว ๆ นี้ ระหว่างผู้ผลิตน้ำมันพืชกึ่ง น้ำมันพืชทิพ ก็เพื่อวัตถุประสงค์ในการปกป้องส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ของผลิตภัณฑ์ทั้งสองคงกล่าวจากน้ำมันพืชชนิดใหม่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นน้ำมันปาล์มที่สั่งเข้ามาจากประเทศใกล้เคียงที่มีต้นทุนการผลิตต่ำและให้ผลประโยชน์คือกำไรแก่ลูกค้าโดยเฉลี่ยดีกว่าน้ำมันพืชกึ่ง และทิพ โดยทั่ว ๆ ไป

ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยจากการเพิ่มสูงขึ้นทางความต้องการของผู้บริโภคหรือการเพิ่มสูงขึ้นของกำลังการผลิตก็ตาม การส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยอาศัยการโฆษณาเป็นสื่อเพื่อกระตุ้นการบริโภคน้ำมันพืชให้เพิ่มสูงขึ้น จึงมีความจำเป็นสำหรับการผลิตแบบขนานใหญ่ (Mass Production) และการจำหน่ายแบบ (Mass Market)

เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการขายน้ำมันพืชมีอยู่หลายวิธี ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้.-

1. การตั้งเป้าหมายสำหรับการส่งเสริมการขาย (Setting Objectives For Promotion Budget)

การผลิตและการจำหน่ายน้ำมันพืชในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ขนาดกำลังการผลิต การใช้และบริโภคที่แตกต่างกัน ดังนั้น การตั้งเป้าหมายสำหรับการส่งเสริมการขายน้ำมันพืชในแต่ละประเภทเพื่อให้บรรลุกลุ่มผู้บริโภคตามเป้าหมายย่อมต้องมีความแตกต่าง เหมาะสมตามลักษณะประเภทของน้ำมันพชนั้น

2. การกำหนดงบการส่งเสริมการขาย (Determining The Promotion Budget)

โดยทั่ว ๆ ไปการกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการขายมักจะไม่มีความแน่นอนตายตัว ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ๆ หลายอย่างด้วยกัน เช่น ขนาดกำลังการผลิต

และการจำหน่าย ขนาดและตลาดของผู้บริโภค ความรุนแรงทางการแข่งขันการขาย เป็นต้นซึ่งทั้งหมดที่โลกกล่าวถึง เบื้องต้นยอมรับขึ้นอยู่กับประสบการณ์และวัตถุประสงค์การตลาดของผู้บริหารผลิตภัณฑ์นั้นที่สามารถประเมินข้อมูลทางการตลาดได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด เช่น กรณีในการวางตลาดน้ำมันพืชกูก ผู้บริหารการตลาดได้สังเกตเห็นถึงวัตถุประสงค์ของกลุ่มลงทุนก่อสร้าง โรงงานน้ำมันพืชที่ใหญ่และทันสมัยที่สุด โดยมีกำลังการผลิตเบื้องต้นไม่น้อยกว่า 100 ตันต่อวัน เพื่อการจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารทางการตลาดจึงมุ่งมั่นที่จะทำการวางตลาดน้ำมันพืชกูกใหม่ขณะนั้นทั่วประเทศตามกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในตัวเมือง เนื่องจากขนาดของการจำหน่าย ตลาดและสื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคตามเป้าหมายทั่วประเทศมีความแตกต่างและกระจายกันอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ข่าวสารที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคอย่างทั่วถึงมีประสิทธิภาพพร้อมกับมีเป้าหมายที่จะให้ผู้ใช้ทดลองผลิตภัณฑ์น้ำมันพืชกูกใหม่อย่างรวดเร็ว จึงได้กำหนดงบประมาณการโฆษณาและส่งเสริมการขายในระยะปีแรกของการวางตลาดเป็นจำนวนเงินประมาณ 16 ล้านบาท เพื่อให้สามารถมีงบประมาณที่จะใช้สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ปรากฏว่า ความสำเร็จในการทำงานมีแบบแผนประสานร่วมมือกัน ทำให้การวางตลาดน้ำมันพืชกูกประสบความสำเร็จในทุกภาคทั่วประเทศไทยอย่างรวดเร็ว สร้างความมั่งคั่งร่ำรวยแก่การผลิตที่สินค้าอุปโภค-บริโภค

3. การจัดระเบียบและการใช้ Human Resources

ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายทางการตลาด คือ การบริหารและการใช้ Managerial Talent อย่างถูกต้องเพราะไม่ว่าจะเป็นงานการขาย งานทางการโฆษณา และงานทางการส่งเสริมการขาย ล้วนแล้วแต่เป็นงานซึ่งต้องอาศัยการบริหารและการใช้คนถูกต้องและถูกต้องตามความสามารถเฉพาะตัวอย่างเห็นได้ชัด จากการติดตามและรวบรวมข้อมูลทางการตลาดน้ำมันพืช จะเห็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องนี้เปรียบเทียบเห็นได้ชัดยิ่งขึ้น ดังกรณีความสำเร็จของการวางตลาดน้ำมันพืชกูก

ภายใต้การบริหารงานของผู้รับผิดชอบทางการบริหารของบริษัทตัวแทนผู้จัดจำหน่าย ได้มีการวางแผนประสานงานร่วมมือกันจากทุกฝ่ายที่มีความสามารถอย่างเหมาะสม ภายใต้แผนการวางตลาดดังกล่าว ฝ่ายผู้บริหารทางการตลาดได้มีการใช้และร่วมมืออย่างใกล้ชิด ไม่เพียงแต่จากฝ่ายผลิต ทั้งยังได้มีการใช้บริการจากบริษัทโฆษณาอย่างเต็มความสามารถ มีการวางแผนภายในสายงานการขายอย่างเป็นขั้นตอนสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานทางการตลาดและการโฆษณาส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพ จนทำให้เกิดขึ้นจากการวางตลาดน้ำมันพืชกुकบรดูตามเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ซึ่งไม่เคยมีปรากฏมาก่อนในวงการวางตลาดสินค้าอุปโภค-บริโภคในระยะหลัง ๆ นี้ด้วยฝีมือของคนไทยแทบทั้งสิ้น นับเป็นตัวอย่างการใช้ Human Resources ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

4. การใช้สื่อทางการโฆษณา (Media)

การใช้สื่อทางการโฆษณานับว่ามีส่วนช่วยอย่างสำคัญต่องานด้านการส่งเสริมการขายและเป็นสื่อทางการส่งเสริมการขายที่ต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายสูงมาก เพราะฉะนั้นผู้บริหารทางการตลาดจะมักมีการตรวจสอบและเลือกเฟ้นการใช้สื่อทางการโฆษณาอย่างถูกต้องและพิถีพิถัน สามารถทำให้กลุ่มผู้บริโภคตามเป้าหมายได้รับทราบการวางตลาดสินค้าชนิดใหม่ได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ซึ่งแน่นอนที่สุด ย่อมต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ๆ

2 ประการ

1. การเลือกใช้สื่อทางการโฆษณา
2. ความคิดสร้างสรรค์ทางการโฆษณา

ระบบภาษีอากร

การนำเข้าพืชน้ำมัน น้ำมันพืช และกาก นอกจากจะเสียภาษีการค้าและภาษีบำรุงท้องที่แล้ว ยังต้องเสียอากรขาเข้าอีกด้วย โดยเฉพาะอากรขาเข้ารัฐบาล โดยกระทรวงการคลังได้มีการปรับปรุงแก้ไขครั้งใหญ่ เมื่อปี พ.ศ. 2517 เนื่องจากในขณะนั้นเกิดการขาดแคลนน้ำมันพืชภายในประเทศ และน้ำมันพืชที่ผลิตได้ยังมีน้อยอยู่จึงได้ลดอากรขาเข้าสำหรับน้ำมันพืชบางชนิดลงเพื่อสนองตอบความต้องการภายในประเทศ และต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมอีก 2 ครั้ง ครั้งแรกคณปี 2524 เกี่ยวกับการนำเข้ากากถั่วเหลืองจากไม่ต้องเสียมาเป็นเสียร้อยละ 6 ของมูลค่านำเข้า ซี.ไอ.เอฟ หรือกิโลกรัมละ 0.30 บาท และตอนกลางปีอีกครั้งหนึ่งในเดือนมิถุนายน 2524 สำหรับน้ำมันปาล์มดิบกลั่นหรือทำให้บริสุทธิ์แล้วที่สามารถนำมาบริโภคได้ทันทีจากฟักัดเดิมที่ 15.07ค. เก็บลิตรละ 0.25 มาเป็น ฟักัด 15.07 ง. เก็บลิตรละ 1.00 บาท หรือร้อยละ 15 ของมูลค่า ซี.ไอ.เอฟ ส่วนน้ำมันปาล์มดิบกลั่นหรือทำให้บริสุทธิ์แล้วที่ไม่สามารถนำมาบริโภคได้ทันที กล่าวคือ ต้องนำมาผ่านขั้นตอนการผลิตบางขั้นตอนเสียก่อนให้จัดเก็บตามฟักัด 15.07 ค. ที่เก็บอยู่เดิม สำหรับภาษีการค้า ภาษีบำรุงท้องที่ และอากรขาเข้าผลิตภัณฑ์น้ำมันพืชอย่างอื่นไม่มีการเปลี่ยนแปลง¹

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ สัมภาษณ์ ทัศนญา จิตสุขุมมงคล, นักวิชาการภาษี 4, กองฟักัดอัตราศุลกากร, 10 สิงหาคม 2524.

ตารางที่ 3.6

อัตรากำไรต่าง ๆ สำหรับพืชน้ำมัน น้ำมันพืช และกากพืชน้ำมันในปัจจุบัน

ประเภทพืช	ผลิตภัณฑ์นำเขา	หน่วย	อากรขาเขา	ภาษีการค้า	ภาษีสรรพสามิต %
12.01 ก.	มะพร้าวสด	บาท/ร้อยลูก	4.00	7.0	10
12.01 ก.	เนื้อมะพร้าวแห้ง	บาท/กก.	0.01	7.0	10
12.01 ข.	เมล็ดถั่วเหลือง	บาท/กก.	0.30	7.0	10
23.04 ข.	กากถั่วเหลือง	บาท/กก.	0.30หรือ 6%	1.5	10
15.07 ค.	น้ำมันมะพร้าวคิบ	บาท/ลิตร	0.25	1.5	10
15.08 ค.	น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์	บาท/ลิตร	1.00	1.5	10
15.08 ค.	น้ำมันมะพร้าวเติม ออกซิเจน	บาท/ลิตร	1.00	1.5	10
15.12 ค.	น้ำมันมะพร้าวเติม ไฮโดรเจน	บาท/ลิตร	1.32	1.5	10
15.07 ก.	น้ำมันมะกอกคิบหรือ บริสุทธิ์หรือเติมออก- ซิเจน	บาท/ลิตร	3.00	1.5	10
15.07 ค.	น้ำมันมะกอกเติม ไฮโดรเจน	บาท/ลิตร	5.50	1.5	10
15.07 ค.	น้ำมันปาล์มคิบและ บริสุทธิ์	บาท/ลิตร	0.25	7.0	10
15.08 ค.	น้ำมันปาล์มเติม ออกซิเจน	บาท/ลิตร	1.00	7.0	10
15.12 ค.	น้ำมันปาล์มเติมไฮโดร เจน	บาท/ลิตร	1.32	7.0	10
15.12 ค.	น้ำมันปาล์มแห้ง(แข็ง)	บาท/ลิตร	0.70	7.0	10
15.07 ง.	น้ำมันพืชอื่นๆ, คิบและ บริสุทธิ์	บาท/ลิตร	1.00หรือ 15%	7.0	10
15.08 ง.	น้ำมันพืชอื่นๆ เติม ออกซิเจน	บาท/ลิตร	1.00หรือ 15%	7.0	10
15.12 ง.	น้ำมันพืชอื่นๆ เติม ไฮโดรเจน	บาท/ลิตร	4.40หรือ 25%	7.0	10
15.07 ค.	น้ำมันถั่วเหลือง	บาท/ลิตร	1.00	7.0	10

ที่มา : กองพิภคอัตราศุลกากร กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

2. ปัญหาทางด้านการตลาด

๑. ปัญหาทางการแข่งขัน การจำหน่ายน้ำมันพืชภายในประเทศในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา มีการแข่งขันกันมาก เนื่องจากมีผู้ผลิตและจำหน่ายเกิดขึ้นมาใหม่อีกหลายราย ตลอดจนมีการนำน้ำมันพืชจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายกันมาก โดยเฉพาะน้ำมันปาล์มซึ่งมีราคาถูกกว่า จึงทำให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต่างก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการจำหน่ายกันมากขึ้น เพื่อให้ได้มาซึ่งลูกค้าที่ตนมุ่งหวังหรือทำการรักษาลูกค้าของตนไว้ไม่ให้คู่แข่งแย่งชิงเอาไปได้ ผู้ที่นำเขาน้ำมันปาล์มมาจำหน่ายหรือผู้ผลิตที่นำน้ำมันปาล์มเป็นวัตถุดิบจะได้เปรียบกว่าผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่ใช้วัตถุดิบอย่างอื่น เช่น ถั่วเหลือง หรือข้าวโพด เพราะสามารถชิงงบประมาณในการส่งเสริมการจำหน่ายได้สูงกว่าเนื่องจากต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่ใช้วัตถุดิบอย่างอื่นดังกล่าวจึงถูกกระทบกระเทือนมากที่สุด ในเรื่องราคาหรือต้นทุนในการจำหน่าย เพราะไม่สามารถตั้งราคาต่ำแข่งขันกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่ใช้น้ำมันปาล์ม เป็นวัตถุดิบได้ และยังคงต้องใช้งบประมาณในการส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อรักษาตลาดของตนไว้เพิ่มขึ้นอีก

๒. ปัญหาทางการนำเข้าและการส่งออก การนำเขาน้ำมันพืชจนถึงสิ้นปี 2524 กระทรวงพาณิชย์ยังคงควบคุมเฉพาะการนำเขาน้ำมันมะพร้าวเท่านั้น (ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ฉบับที่ 78 พ.ศ. 2518) ส่วนน้ำมันพืชชนิดอื่น ๆ ให้นำเข้าได้โดยเสรี ซึ่งผลปรากฏว่า ในปี 2523 - 2524 ได้มีการนำน้ำมันปาล์มเข้ามาในประเทศเป็นจำนวนมาก และมีราคาถูกกว่าน้ำมันพืชภายในประเทศมาก ทำให้โรงงานผู้ผลิตภายในประเทศต้องประสบกับปัญหาเป็นอย่างมาก เนื่องจากน้ำมันพืชที่ผลิตได้ภายในมีราคาสูงกว่า ส่วนทางการส่งออกรัฐบาลได้ประกาศควบคุมการส่งออกน้ำมันพืชที่ปรุงร้ออาหารบางชนิดตามประกาศลงวันที่ 31 มกราคม 2517 และใช้มาจนถึงสิ้นปี 2524 เนื่องจากในระยะนั้นราคาน้ำมันพืชในตลาดโลกราคาสูงมาก ทำให้ผู้ผลิตมุ่งผลิตเพื่อส่งออกมากเกินไปโดยมิได้คำนึงถึงความขาดแคลนที่เกิดขึ้นภายในประเทศ แต่สถานการณ์ในระยะต่อมาปริมาณการผลิตน้ำมันพืชในตลาดโลกมากขึ้น ราคามีแนวโน้มลดต่ำลง และผู้ผลิตภายในประเทศก็

สามารถทำการผลิตได้ใกล้เคียงกับความต้องการภายในประเทศ แต่รัฐบาลก็ยังไม่ประกาศยกเลิกประกาศควบคุมดังกล่าวหรือประกาศให้มีการส่งออกได้โดยเสรีแต่อย่างใด จึงทำให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายไม่สามารถขยายกำลังการผลิตได้เนื่องจากถูกกำหนดให้ผลิตเพื่อสนองตอบความต้องการเฉพาะภายในประเทศ จึงทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงกว่าที่ควร ทำให้มูลค่าน้ำมันพืชขาดดุลเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออกในรูปแบบแทนการส่งออกในรูปวัตถุดิบด้วย

๓ ปัญหาทางด้านระบบภาษีอากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งคืออากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบพืชน้ำมัน น้ำมันพืช และ กากพืชน้ำมัน จนถึงสิ้นปี 2524 รัฐบาลโดยกระทรวงการคลัง ได้มีการปรับปรุงแก้ไขครั้งใหญ่เมื่อปี พ.ศ. 2517 ตามประกาศกรมศุลกากรที่ 4/17 เนื่องจากในขณะนั้นเกิดการขาดแคลนน้ำมันพืชภายในประเทศ และน้ำมันพืชที่ผลิตได้ยังมีน้อย จึงได้ลดอากรขาเข้าสำหรับน้ำมันพืชบางชนิด เพื่อสนองตอบความต้องการภายในประเทศ ต่อมาเมื่อมีการปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งในปี 2524 เกี่ยวกับการนำเขากากถั่วเหลืองจากที่ไม่ต้องเสียภาษีอากรขาเข้ามาเป็นเสียร้อยละ 6 ของมูลค่านำเข้า ซี.ไอ.เอฟ. หรือ กิโลกรัม ละ 0.30 บาท ตามประกาศที่ 9/24 ส่วนอย่างอื่นคงเดิมไม่มีการปรับปรุง ซึ่งหากพิจารณาถึงสถานการณ์การผลิตและการจำหน่ายของตลาดภายในประเทศหรือในตลาดโลกแล้ว จะเห็นว่ามี การเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก กล่าวคือ ปริมาณการผลิตน้ำมันพืชของโลกในปัจจุบันมีมากเกินความต้องการ และการผลิตภายในประเทศก็สามารถผลิตได้ใกล้เคียงกับความต้องการแล้ว และสามารถขยายปริมาณการผลิตเพื่อการส่งออกได้โดยไม่กระทบกระเทือนกับความต้องการภายในประเทศ แต่ระบบภาษีอากรขาเข้า รัฐบาลยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาษีอากรขาเข้าน้ำมันปาล์ม เก็บเพียงลิตรละ 0.25 บาท จึงทำให้มีการนำน้ำมันปาล์มจากต่างประเทศโดยเฉพาะมาเลเซียเข้ามาอย่างมากมาย ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิตและการจำหน่ายภายในประเทศเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ทางด้านภาษีอากรขาเข้ากากถั่วเหลืองที่รัฐบาลจัดเก็บส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตอาหารสัตว์เพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ผู้เลี้ยงสัตว์ต้องเสียต้นทุนในการเลี้ยงเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะผู้เลี้ยงรายย่อยต้องประสบกับการขาดทุน

เมื่อพิจารณาทางด้านปริมาณการผลิตจากตัวเหลืองภายในประเทศกับปริมาณความต้องการแล้วยังผลิตได้น้อยกว่าปริมาณความต้องการมาก กล่าวคือ สามารถผลิตได้ประมาณปีละ 1.2 แสนตัน แต่มีความต้องการถึง 2.5 แสนตัน รัฐบาลจึงควรจะใช้มาตรการอย่างอื่นแก้ไขปัญหามากกว่าการตั้งกำแพงภาษี ส่วนภาษีอากรขาเข้าอย่างอื่นก็เช่นกันควรมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การแก้ปัญหาทางด้านการตลาด

1. วิธีแก้ปัญหาทางด้านการแข่งขัน รัฐบาลควรมีการควบคุมการนำเข้าน้ำมันพืชจากต่างประเทศ โดยเฉพาะน้ำมันปาล์มและน้ำมันถั่วเหลือง ไม่ควรให้มีการนำเข้าจำนวนมากจนทำให้ราคาจำหน่ายน้ำมันพืชภายในประเทศต้องประสบกับปัญหาอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งอาจกระทำได้โดยการควบคุมการนำเข้า กำหนดภาษีและค่าธรรมเนียมพิเศษให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละสถานการณ์ไม่ควรจะกำหนดตายตัว

2. วิธีแก้ปัญหาเกี่ยวกับการนำเข้า และการส่งออก การนำเข้า รัฐบาลไม่ควรจะให้มีการนำเข้าโดยเสรีควรมีการควบคุมการนำเข้าเพราะจะทำให้ประสบกับปัญหาคงที่นานมา รัฐบาลจะต้องมีการติดตามสถานการณ์ของปริมาณการผลิตและความต้องการน้ำมันพืชภายในประเทศ และต่างประเทศอยู่ตลอดเวลาและดำเนินนโยบาย การนำเข้า และการส่งออกให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ

3. วิธีแก้ปัญหาทางภาษีอากร ควรมีการปรับปรุงภาษีอากรให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์โดยพยายามติดตามข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ไม่ควร จะกำหนดตายตัวลงไปเป็นเวลานาน ๆ โดยไม่มีการปรับปรุงหรือรอจนปัญหามีความรุนแรงมากจึงจะ คิดแก้ไขอย่างกรณีน้ำมันปาล์ม ปัญหาเกิดขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2523 และเพิ่มความรุนแรงมาเป็นลำดับจนถึงกลางปี 2524 จึงจะแก้ไข และการแก้ไขปัญหาคควรจะดำเนินไปพร้อม ๆ กับการแก้ปัญหอย่างอื่นด้วยจึงจะได้ผล อย่างเช่น มีการนำ

น้ำมันถั่วเหลือง เข้ามามากจนทำให้ราคาวัตถุดิบโดยเฉพาะเมล็ดถั่วเหลืองตกต่ำลง และทำให้กากที่ได้น้อยลง เพราะหันไปสั่งเข้ามาในรูปน้ำมันมาก จึงทำให้กากภายในประเทศมีราคาสูง แต่กากจากต่างประเทศมีราคาต่ำกว่าจึงมีผู้สั่งกากถั่วเหลือง เข้ามามากจนมีผลกระทบบ้างผู้ผลิตภายในประเทศ รัฐบาลจึงควรจะมีการควบคุมการนำเข้าน้ำมันถั่วเหลือง และกากถั่วเหลืองพร้อมกันส่งเสริมการผลิตเมล็ดถั่วเหลือง น้ำมันถั่วเหลือง และกากถั่วเหลืองให้มีปริมาณและคุณภาพเพิ่มมากขึ้น ให้พอเพียงกับความต้องการภายในประเทศอย่างเร่งด่วนควบคู่ไปด้วย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย