บทที่ 3

อุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ปอ

3.1 วิธีการตลาด

การตลาดของกระสอบ ซึ่งปัจจุบันอาจแบ่งผู้เกี่ยวข้องออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1) โรงงานทอกระสอบ ซึ่งปัจจุบันมีทั้งหมด 12 โรงงาน มีหน้าที่เป็นผู้ผลิตกระสอบทั้งหมดในประเทศ ปริมาณการผลิตแต่ละโรงงานจะได้รับการจัดสรร โดยบริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด ตามอัตรากำลังผลิตของแต่ละโรงงาน

2) บริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด มีหน้าที่ในการจัดสรรโควต้าการผลิตการจำหน่ายกระสอบของโรงงานกระสอบ ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายกระสอบ (ยี่ปั๊ว) คณะกรรมการของบริษัทค้ากระสอบสยาม จะประกอบด้วยคณะกรรมการซึ่งเลือกมาจากโรงงานทอกระสอบทั้งหมด

3) ตัวแทนจำหน่ายกระสอบ (ยี่ปั๊ว) ซึ่งจะมีทั้งหมดประมาณ 18 แห่ง เป็นผู้ค้าส่งกระสอบใหม่ รายใหญ่ ๆ ประมาณ 6 รายที่เหลือ เป็นผู้ค้ารายย่อย มีสำนักงานอยู่บริเวณวัดเกาะหรงวาด ซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในด้านตลาดภายในประเทศ เพราะจะเป็นพ่อค้าคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้กระสอบ ตัวแทนจำหน่ายกระสอบนี้ จะได้รับโควต้าจากบริษัทกระสอบสยาม และจะต้องรับผิดชอบโควต้าที่ได้รับ คือ ต้องจำหน่ายให้หมดตามที่บริษัทกระสอบสยามกำหนด

4) ผู้ใช้กระสอบ ซึ่งหมายถึงโรงสี, โรงน้ำตาล, ผู้ส่งพืชไร่ออกต่างประเทศ และร้านค้าปลีกย่อยในต่างจังหวัด ผู้ใช้เหล่านี้โดยหลักการแล้วจะต้องรับซื้อกระสอบจากตัวแทนจำหน่ายกระสอบ (ยี่ปั๊ว) เท่านั้น ไม่อาจซื้อจากบริษัทกระสอบสยามได้เลย

โรงสี หรือผู้รับซื้อพืชไร่ในต่างจังหวัดจะมอบให้ผู้ส่งออกเป็นผู้ซื้อกระสอบจากผู้ค้าส่งที่บริเวณวัดเกาะแทน สำหรับโรงสีขนาดเล็กหรือผู้ค้าพืชไร่รายเล็ก ๆ

หรือในต่างจังหวัดที่ไม่ได้ขายสินค้าให้ผู้ส่งออกโดยตรง จะซื้อกระสอบจากร้านค้าปลีกย่อยใน จังหวัดของตน

โรงงานทอกระสอบจะจำหน่ายกระสอบให้แก่ผู้ส่งที่บริเวณวัดเกาะ โดยเรียกชำระเป็นเงินสดเป็นราคาที่ส่งมอบที่กรุงเทพ ผู้ค้าส่งที่บริเวณวัดเกาะก็จะจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยมีการให้เครดิต ซึ่งจะพิจารณาจากลูกค้าและราคากระสอบ และโดยปกติผู้ค้าส่งที่วัดเกาะจะเพิ่มราคาขายกระสอบอีกไม่ละ 5 สตางค์เป็นอย่างต่ำ ทั้งนี้ จากราคาที่ซื้อจากโรงงาน ราคาขายส่งของผู้ส่งที่บริเวณวัดเกาะนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในการชำระเงินของลูกค้า สถานที่ส่งมอบ ฤดูการใช้ และการแข่งขันระหว่างผู้ส่งกันเอง

3.2 <u>การรวมกลุ่มในการค้าผลิตภัณฑ์ปอ</u> [1]

เดิมนั้นไม่มีการจัดระบบตลาดคือ ต่างก็ผลิต และขายกันเอง แต่เนื่องมาจากการขยายตัวของโรงงานทอกระสอบที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการผลิตเกินความต้องการในประเทศ ต้องส่งออกไปขายต่างประเทศ ซึ่งก็ต้องแข่งขันกับอินเดีย และปากีสถานส่วนภายในประเทศก็มีการแข่งขันกันเอง ระหว่างโรงงานทอกระสอบต่าง ๆ ทำให้ราคากระสอบภายในประเทศเริ่มลดลง และในปี 2511 ต้องขายในราคาขาดทุน และโรงงานบางแห่งต้องหยุดกิจการโรงงานทอกระสอบต่าง ๆ จึงเห็นความจำเป็นในการรวมตัวกัน เพื่อความอยู่รอดรวมกัน ความพยายามของโรงงานทอกระสอบแรก ๆ ก็มุ่งที่จะสร้างระบบตลาดกลางภายในประเทศ และรักษาระดับราคาให้สูงพอคุ้มต้นทุน ในระยะต่อมาก็ได้ขยายขีดความสามารถของระบบตลาดกลางภายในประเทศให้ส่งเสริมการส่งออก และในปัจจุบันความต้องการจากต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ระบบตลาดกลางจึงกลายเป็นเครื่องมือรักษาราคาภายใน วิวัฒนาการการจัดระบบตลาดดังกล่าวได้เกิดขึ้น เป็นขั้น ๆ ดังนี้คือ

---

1 สมาคมอุตสาหกรรมทอกระสอบไทย, <u>อุตสาหกรรมปอและผลิตภัณฑ์ปอในประเทศไทย</u> (กรุงเทพมหานคร: กรุงสยามการพิมพ์, 2518) หน้า 103-106

3.2.1 <u>การรวมกลุ่มของผู้ผลิตในการจำหน่ายและการผลิต</u> การรวมกลุ่มในการจำหน่ายนั้น ในปี 2508 ได้มีการเริ่มรวมกลุ่มโรงงานทอกระสอบป่าน โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม การประชุมในครั้งแรกมี พลตรีจรูญ วีณะคุปต์ กรรมการผู้จัดการบริษัทกระสอบอิสานจำกัด เป็นประธาน ในระยะนั้นโรงงานทอกระสอบป่านมีอยู่ 6 แห่ง เป็นรัฐวิสาหกิจ 3 และเอกชน 3 การรวมกลุ่มของโรงงานมีวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดราคากระสอบป่านเป็นราคาเดียวกัน โดยทุกโรงงานตกลงกันว่าจะไม่ชายตัดราคากัน ตั้งราคาจำหน่ายราคากระสอบป่านเป็นราคาเดียวกัน แต่ไม่เป็นผลในทางปฏิบัติ เพราะโรงงานต่าง ๆ ทั้งเอกชน และรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ไม่ปฏิบัติตามข้อตกลง และยังไม่มีเครื่องมือที่จะบังคับให้โรงงานต่าง ๆ ปฏิบัติตามข้อตกลงด้วย การรวมกลุ่มในครั้งแรกนี้ จึงต้องเลิกล้มโดยปริยาย

ต่อมาในปี 2509 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสินค้าออก (ก.ส.อ.) ได้เชิญโรงงานทอกระสอบป่านต่าง ๆ มาร่วมประชุมปรึกษากันแก้ไขภาวะตลาดกระสอบ ซึ่งเริ่มประสบปัญหาผลิตมากกว่าความต้องการ คณะกรรมการส่งเสริมสินค้าออก ได้สรุปผลการประชุมเสนอความเห็นต่อรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมนโยบายการจำหน่ายกระสอบขึ้น และให้คณะกรรมการที่ตั้งขึ้นเป็นผู้กำหนดนโยบายการผลิต การจำหน่ายให้องค์การคลังสินค้าเป็นศูนย์กลางกำหนดราคากระสอบป่าน รวมทั้งจัดสรรการจำหน่ายกระสอบ เพื่อไม่ให้มีการตัดราคากัน และให้กันเงินจำนวนหนึ่งจากการขายกระสอบป่านภายในไว้ เพื่อใช้เป็นเงินอุดหนุน กระสอบที่จะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศในราคาขาดทุน และให้องค์การคลังสินค้ารับจำนำกระสอบจากโรงงานบางโรงงานที่ขาดเงินทุนหมุนเวียน คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติพิจารณา คณะกรรมการบริหารสภาพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ได้เสนอความเห็นว่า ในหลักการรัฐบาลควรช่วยอุตสาหกรรมกระสอบในด้านภาษี และการให้บริการทางวิชาการเพื่อให้ต้นทุนการผลิตลดลง ในด้านการผลิตกระสอบนั้นควรเป็นหน้าที่ของโรงงานอุตสาหกรรมกระสอบที่จะรวมกลุ่มหรือจะทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการจำกัดปริมาณการผลิตลงไม่ให้เกิดภาวะล้นตลาด และราคาตกต่ำ

จากข้อเท็จจริงต่าง ๆ ข้างต้น จะเห็นว่า รัฐบาลยังไม่ต้องการเข้าควบคุมการดำเนินงานของโรงงานต่าง ๆ การจะให้ราคากระสอบสูงขึ้น เป็นเรื่องของโรงงานที่จะจัดระบบกลุ่มกันเอง

ในกลางปี 2511 โรงงานทอกระสอบป่านจึงได้ประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเพื่อแก้ไขสถานการณ์ราคากระสอบที่ตกต่ำ ที่ประชุมได้สรุปความเห็นของโรงงานออกมาว่า ควรจะรวมกลุ่มกันให้เป็นปึกแผ่น เพื่อรักษาระดับราคากระสอบการดำเนินงานดังกล่าวควรจัดในรูปของนิติบุคคลในรูปบริษัทจำกัด โดยมีโรงงานต่าง ๆ เป็นผู้ถือหุ้น แต่โรงงานที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ซึ่งในขณะนั้นมีอยู่ 4 โรง ไม่อาจนำเงินมาลงทุนถือหุ้นกับบริษัทเอกชนได้ เพราะมีระเบียบราชการควบคุมอยู่โรงงานที่เป็นรัฐวิสาหกิจ จึงเพียงเข้าร่วมประชุมกับโรงงานเอกชน และร่วมมือตามข้อตกลงต่าง ๆ ของกลุ่มโรงงานทอกระสอบป่าน

โรงงานของเอกชนในขณะนั้นมีอยู่ 6 แห่ง จึงได้จัดตั้งบริษัทกลางขึ้น ชื่อบริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด ประกอบด้วยผู้แทนจากโรงงานทอกระสอบที่เป็นรัฐวิสาหกิจ 3 โรง และโรงงานเอกชน 6 โรง รวมกันเป็นกรรมการแต่ผู้ถือหุ้นเป็นโรงงานกระสอบของเอกชน เป็นนิติบุคคล มีทุนจดทะเบียน 9 ล้านบาท วัตถุประสงค์การจัดตั้ง เพื่อให้เป็นนิติบุคคลทำนิติกรรมต่าง ๆ แทนกลุ่มโรงงาน อย่างไรก็ดี ข้อตกลงต่าง ๆ ที่จะให้โรงงานทุกโรงงานปฏิบัติตามเพื่อรักษาระดับราคากระสอบเป็นเรื่องของกลุ่มโรงงานซึ่งมีโรงงานที่เป็นรัฐวิสาหกิจเข้าร่วมด้วย

กลุ่มโรงงานทอกระสอบได้ดำเนินการกำหนดราคาขายให้เป็นราคาเดียวกัน และกำหนด Quota การขายภายในมาระยะหนึ่ง ประมาณ 10 เดือน ก็ต้องเลิกการรวมกลุ่ม เพราะโรงงานบางแห่ง โดยเฉพาะโรงงานเอกชนไม่ได้ปฏิบัติตามข้อตกลงมีการลักลอบนำกระสอบออกมาขายเกิน Quota ที่ได้รับ มีการตัดราคากันเอง ระยะที่แยกกลุ่มนี้เอง (ในเดือนมิถุนายน 2512) ราคากระสอบก็ได้ลดลงต่ำอีก

ในกลางเดือนสิงหาคม 2512 โรงงานต่าง ๆ ก็ได้หันกลับเข้ามารวมกลุ่มกันอีกเพราะต่างก็ตระหนักดีว่า การแย่งขายตัดราคากันในประเทศ ทำให้ราคากระ-

สอบภายในลดลง และในขณะที่การส่งออกก็ต้องขายแข่งกับผู้ผลิตประเทศอื่น ๆ ในราคาต่ำกว่าทุน ราคาภายในประเทศจึงนับว่ามีความสำคัญต่อโรงงานต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง การกลับมารวมเป็นกลุ่มผู้ผลิตของโรงงานต่าง ๆ ในครั้งที่ 2 ได้มีข้อตกลงที่มีความมั่นคงกว่าคราวแรกคือ

1). จัดแบ่ง Quota การขายภายในประเทศตามผลผลิตของโรงงานแต่ละแห่ง

2). การเก็บกระสอบไว้โกดังกองกลาง เพื่อส่งไปยังต่างประเทศ ซึ่งในขั้นแรกได้กำหนดไว้ 2 ล้านใบ ต่อมาได้เพิ่มเป็นร้อยละ 35 ของผลผลิต อัตราส่วนการเก็บกระสอบป่านเพื่อส่งไปต่างประเทศนี้ ได้เพิ่มเป็นร้อยละ 50 ในระยะต่อมา

3). ร่วมมือกันค้นคว้าหาตลาดต่างประเทศในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อจำนวนมาก กลุ่มโรงงานจะรับใบสั่งซื้อ และนำมาจัดสรรแก่โรงงานต่าง ๆ

4). จัดให้มีนายตรวจโรงงาน โดยทุกโรงงานจัดสรรส่งเจ้าหน้าที่จำนวน 2 คน ไปควบคุมการขนย้ายกระสอบของโรงงานอื่น ๆ

5). กำหนดเงินประกันจำนวน 2 แสนบาท เพื่อเป็นค่าปรับ ถ้าหากโรงงานใดโรงงานหนึ่งจะละเมิดข้อตกลง จำนวนเงินค่าปรับนี้ได้เพิ่มขึ้นเป็น 500,000 บาท เมื่อต้นปี 2514

6). กำหนดให้บริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด เป็นตัวแทนของกลุ่มโรงงานทอกระสอบแต่ผู้เดียว ในการทำนิติกรรมต่าง ๆ

นับแต่เดือนกันยายน 2512 ที่ได้รวมกลุ่มโรงงานครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ราคากระสอบภายในประเทศได้เพิ่มสูงขึ้นเป็นใบละ 6.10 บาท ในเดือนตุลาคม 2512 และเป็น 6.44 บาท ในเดือนธันวาคม เฉลี่ย 6.77 บาทในปี 2513 แม้ว่าราคากระสอบภายในประเทศจะมีเสถียรภาพมากขึ้น แต่กลุ่มโรงงานทอกระสอบยังประสบปัญหาในด้านความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ตลอดจนการปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้กำหนดขึ้น

แม้ว่าจะมีข้อตกลงต่าง ๆ กัน ดังที่ทำไว้ การดำเนินงานของบริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด ก็ยังประสบปัญหาในด้านเทคนิคต่าง ๆ มากมาย ในปลายปี 2513 ได้มี

การปรับปรุงวิธีการต่าง ๆ เพิ่มขึ้น คือได้กำหนดบทปรับเป็นการลงโทษโรงงานที่มิได้ปฏิบัติตามข้อตกลง ได้มีการโอนการขายที่โรงงานต่าง ๆ ดำเนินการตามข้อตกลงมาให้บริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด เป็นผู้แทนเพิ่มการตรวจปริมาณผลผลิตที่รัดกุม รวมทั้งตรวจสอบการขนย้ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ออกจากโรงงาน และกำหนดราคากระสอบเป็นราคาตายตัวใช้ตลอดฤดูการผลิต ผลจากการปรับปรุงการดำเนินงานต่าง ๆ ทำให้การรักษาเสถียรภาพราคากระสอบป่านภายในประเทศได้ผลดีขึ้นตามลำดับ

ในระหว่างกลางปี 2514 ได้เกิดวิกฤติการณ์ทางการเมืองขึ้นในอินเดียและปากีสถาน ทำให้ตลาดกระสอบต่างประเทศเกิดความขาดแคลน ประเทศไทยจึงส่งกระสอบออกไปต่างประเทศมากขึ้น ทำให้กระสอบภายในลดลง ราคากระสอบภายในประเทศจึงได้เพิ่มสูงขึ้น และเกิดการเก็งกำไรขึ้น บริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด ได้เริ่มระบบการป้องกันการขาดแคลนโดยจัดตั้งมูลภัณฑ์กันชนขึ้น วิธีการดำเนินงานได้แก่การจัดเกณฑ์ให้โรงงานส่งกระสอบป่านเข้ารวมไว้กองกลางจำนวนหนึ่ง ในระหว่างก่อนต้นฤดูการผลิต กระสอบกองกลางนี้จะมีพร้อมอยู่ตลอดเวลาที่จะเข้าสู่ตลาด ถ้าหากเกิดการกักตุนหรือการปั่นตลาด

ในเดือน ก.ค. 2516 ได้มีการประชุมคณะกรรมการซึ่งเป็นตัวแทนจากบริษัทผู้ผลิต 10 แห่ง ที่ประชุมได้มีมติให้ บริษัทผู้ผลิตทำการเก็บ Stockกระสอบป่าน เฉพาะกระสอบข้าวทางเขียว ขนาด 43"× 29" เป็นมูลภัณฑ์กันชน (Buffer Stock) เพื่อป้องกันการขาดแคลนกระสอบป่านในประเทศ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในฤดูการใช้กระสอบ การเก็บ Stock กระสอบป่านไว้ที่โกดังรังสิต โดยบริษัทค้ากระสอบสยาม จะจัดสรร Quota Stock ให้กับแต่ละบริษัทตามเปอร์เซนต์ การขายภายในประเทศของแต่ละโรงงาน จำนวน Buffer Stock ของกระสอบป่านทั้งสิ้น 3,000,000 ล้านใบ โดยแต่ละโรงงาน จะต้องส่งกระสอบป่านเข้าสู่ Stock รวมกันภายในกำหนดระยะเวลาดังนี้

เดือน มี.ค.-เม.ย.	ส่งกระสอบเข้าสู่ Stock	1,000,000	ล้านใบ
พ.ค.	"	1,000,000	ใบ
มิ.ย.	"	500,000	"
ก.ค.	"	500,000	"
	รวม	3,000,000	"

จากสต๊อก กระสอบป่าน 3 ล้านใบนี้ ทางบริษัทค้ากระสอบสยาม อาจนำออกจำหน่ายในกรณีที่เกิดภาวะขาดแคลนกระสอบในประเทศ ซึ่งจะทำให้มีการจำหน่ายกระสอบในตลาดมืดในราคาสูง ส่วนในด้านการผลิตนั้น ได้มอบให้บริษัทค้ากระสอบสยาม จัดสรรปริมาณการผลิตตามกำลังการผลิตของแต่ละโรงงาน และตามสถานการณ์ กระสอบในขณะนั้น การมี Buffer Stock นี้ เป็นวิธีหนึ่งในการประกันราคากระสอบในประเทศ

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า บริษัทค้ากระสอบสยาม มีบทบาทสำคัญในการรวมกลุ่มผูกขาดการผลิตและการค้า กล่าวคือ

1). จัดสรรปริมาณการผลิตกระสอบของแต่ละโรงงาน ตามกำลังการผลิตของโรงงานนั้น ๆ และตามสถานการณ์การค้ากระสอบในระยะนั้น ๆ

2). จัดสรรปริมาณการจำหน่ายกระสอบแต่ละโรงงานที่จะจำหน่ายให้แก่ตัวแทนจำหน่ายกระสอบ (ยี่ปั๊ว) เป็นงวด ๆ และกำหนดราคาขายให้เป็นราคาเดียวกัน

3). กำหนดให้โรงงานนำกระสอบส่วนหนึ่งมามอบให้ไว้กับบริษัท เพื่อป้องกันมิให้โรงงานระบายกระสอบออกสู่ท้องตลาดมากเกินไป จนทำให้ราคาถูก และป้องกันกระสอบขาดแคลน กระสอบที่บริษัทรับมอบไว้ บริษัทจะเป็นผู้ส่งออกจำหน่ายแต่ผู้เดียว

3.2.2 <u>การรวมกลุ่มของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ปอ</u>

ลูกค้าโดยทั่วไปจะซื้อผลิตภัณฑ์ปอ หรือกระสอบนั้น จะสามารถ

ก. ซื้อได้โดยตรงจากบริษัทค้ากระสอบสยาม จำกัด เพราะโรงงานทอกระสอบป่านทุกโรงงานได้มอบหมายให้บริษัทกระสอบสยาม จำกัด เป็นผู้แทนการจำหน่ายกระสอบให้แก่โรงงาน

ข. ซื้อได้จากบริษัทค้าส่ง (ผู้ค้าส่ง หรือร้านค้าย่านวัดเกาะ) ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท บริษัทค้าส่งนี้ต้องติดต่อขอขึ้นทะเบียนรับเป็นผู้แทนจำหน่ายของบริษัทอีกทอดหนึ่ง ผู้ค้าส่งที่จะขอจดทะเบียนได้ จะต้องมีจำนวนการขายแต่ละเดือนตามเป้าหมายที่บริษัทได้กำหนดไว้ โดยผู้ค้าส่งจะได้ส่วนลดใบละ 5 สตางค์ ปัจจุบันมีผู้ค้าส่งที่เป็นตัวแทนของบริษัทได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว 18 ราย

ผู้ค้าส่งบริเวณย่านวัดเกาะนี้ จะจำหน่ายกระสอบให้แก่ผู้ส่งพืชไร่ออกไปต่างประเทศ โรงงานน้ำตาลและร้านค้าปลีกต่างจังหวัด รวมทั้งผู้ใช้ในบริเวณใกล้เคียงด้วย สำหรับโรงสี หรือผู้ค้าพืชไร่ในต่างจังหวัดที่ใช้กระสอบป่าน จะมอบให้ผู้ส่งออกซึ่งเป็นผู้รับซื้อพืชไร่อยู่แล้วเป็นผู้ซื้อกระสอบแทนจากผู้ค้าส่งบริเวณวัดเกาะ หรือใช้วิธีแลกกระสอบเปล่ากับกระสอบที่ใส่บรรจุสินค้า

จะเห็นว่า ผู้ค้าส่งบริเวณวัดเกาะ เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในตลาดภายในประเทศ เพราะทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างโรงงานกระสอบ กับผู้ใช้กระสอบรายใหญ่ นอกจากนี้ ผู้ค้าส่งบริเวณวัดเกาะ ยังมีบทบาทสำคัญในการให้เครดิตแก่ลูกค้า ซึ่งโรงงานทอกระสอบไม่อยู่ในฐานะที่ทำได้

ค. ซื้อได้จากร้านค้าปลีกย่อย โรงสีขนาดเล็ก หรือผู้ค้าพืชไร่รายเล็ก ๆ ในต่างจังหวัด ที่ไม่ได้ขายสินค้าให้แก่ผู้ส่งออก จะสามารถซื้อกระสอบจากร้านค้าปลีกในจังหวัดนั้น ๆ

จะเห็นว่าการรวมกลุ่มของกลุ่มโรงงานกระสอบทอกระสอบนั้นเกิดจากความจำเป็นทางการค้าให้บริษัทค้ากระสอบ จำกัด เป็นบริษัทกลางทำการกำหนดปริมาณการผลิต และกำหนดปริมาณ และราคาจำหน่าย ซึ่งอาจนับได้ว่าเป็นการรวมกลุ่มกันในลักษณะ Cartel ทำการผูกขาดการผลิต และการค้า แต่ก็ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่การค้ากระสอบของประเทศ ถ้าบริษัทเป็นบริษัทกลางจริง ๆ และ

ทำหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ ตามหลักทฤษฎีแล้ว การดำเนินงานแบบผูกขาดผู้ได้ประโยชน์มากที่สุด คือ บริษัท แต่ผลเสียจะตกอยู่กับผู้ใช้นโยบายการค้าของบริษัท แสดงแน่ชัดว่า เป็นการรักษาประโยชน์ของโรงงาน

บริษัทค้ากระสอบสยามนั้น นอกจากเป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นเพื่อจัดระบบตลาดภายในประเทศแล้วยังทำหน้าที่จัดระบบส่งออกด้วย ในกรณีที่มีการขายส่งกระสอบไปต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งเกินกำลังการผลิตของโรงงานใดโรงงานหนึ่ง การดำเนินงานนี้ บริษัทค้ากระสอบสยามได้เป็นคู่สัญญากับประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ และทำการจัดสรรปริมาณแก่โรงงานต่าง ๆ ในอัตราที่เป็นธรรม วิธีการดำเนินงานดังกล่าวได้ผลสำเร็จแล้วในหลายกรณี เช่น การส่งไปขายในประเทศอินโดนีเซีย และไต้หวัน

3.3 <u>แหล่งผู้ซื้อที่สำคัญ</u>

4.3.1 <u>แหล่งผู้ซื้อในประเทศ</u>

ตารางที่ 18 นั้น จะเห็นได้ว่า ปริมาณการใช้กระสอบภายในประเทศ ได้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในปี 2504-2508 ปริมาณการใช้กระสอบมีมากกว่า ปริมาณที่ผลิตได้ ดังนั้นในช่วงระยะเวลาดังกล่าว จึงมีการสั่งเข้ามาจากประเทศอื่น ๆ ในปี 2509 เริ่มผลิตได้มากกว่าความต้องการ และส่วนที่เหลือสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้ และตั้งแต่ปี 2509 เป็นต้นมา ก็มีการส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศเรื่อยมา ในตารางที่ 18 นั้น ถ้าเทียบอัตราส่วนปริมาณการใช้และการผลิตแล้ว จะเห็นว่าปริมาณการใช้ไม่ได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะว่าเราผลิตได้มากขึ้น

ความต้องการใช้กระสอบภายในประเทศ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ กระสอบใหม่เพื่อบรรจุพืชไร่ที่สำคัญ เช่น ข้าวสาร ข้าวโพด และถั่วต่าง ๆ รวมทั้งสินค้าอุตสาหกรรม ที่ต้องใช้กระสอบใหม่ คือ น้ำตาล ส่วนความต้องการภายในประเทศอีกประเภทหนึ่งก็คือ กระสอบเก่า ซึ่งหมายถึงกระสอบที่ใช้แล้ว 1 ครั้งขึ้นไป กระสอบเก่านั้น ใช้สำหรับบรรจุสินค้าอื่น ๆ เช่น ปุ๋ย, รำข้าว, ถ่าน และอื่น ๆ

ปริมาณความต้องการใช้กระสอบในประเทศนั้น ขึ้นอยู่กับผลผลิตของสินค้า

เกษตร และการส่งผลิตผลเหล่านี้ไปต่างประเทศ ความต้องการใช้กระสอบในระหว่างปี จะเปลี่ยนแปลงตามฤดูการผลิต สินค้าเกษตรกรรมนั้น ปกติการใช้กระสอบจะมีในระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนมีนาคม เพราะเป็นระยะเก็บเกี่ยวข้าว, ข้าวโพด และฤดูหีบน้ำตาล ความต้องการในระยะ 6 เดือนดังกล่าวจะเป็นร้อยละ 60-70 ของความต้องการตลอดปี

การใช้กระสอบป่านนั้นส่วนใหญ่ จะใช้บรรจุ ข้าว ข้าวโพด และน้ำตาลเป็นส่วนใหญ่

1). ข้าว ข้าวสารที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศทั้งหมด แต่ละครั้งจะต้องบรรจุ กระสอบใหม่ ปริมาณที่ส่งออกในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา เฉลี่ยปีละ 14 ล้านใบ กระสอบป่านที่ใช้บรรจุข้าวสารส่วนใหญ่ มีขนาดบรรจุ กระสอบละ 100 กิโลกรัม นอกจากข้าวนึ่งซึ่งส่งไปจำหน่ายในบางประเทศ มีขนาดบรรจุ 50 กิโลกรัม ซึ่งมีจำนวนน้อย การส่งข้าวออกในแต่ละปีมีจำนวนไม่แน่นอน ตามภาวะการผลิตในประเทศ ในปี 2516-2517 มีการส่งข้าวออก 0.834 และ 1.016 ล้านตันตามลำดับ ในปี 2518 มีการส่งออกประมาณ 1.1 ล้านตัน ซึ่งต้องใช้กระสอบบรรจะ 11 ล้านใบ

2). ข้าวโพด การผลิตและการส่งข้าวโพดออกต่างประเทศที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นมากจาก 500,000 กว่าตัน ในปี 2500 เป็น 26 ล้านตันในปี 2517 การส่งข้าวโพดออกไปต่างประเทศก่อนปี 2517 นี้ ส่งโดยบรรจุ กระสอบป่านทั้งหมด นับแต่ปี 2507 เป็นต้นมา ได้มีการตั้งโรงงานอบข้าวโพดขึ้นหลายแห่ง ข้าวโพดที่ผ่ารการอบจากโรงงานอบข้าวโพดจะขนถ่ายลงเรือแบบเทกอง (Bulk Shipment) ไม่ต้องบรรจุ กระสอบป่าน ทำให้ความต้องการใช้กระสอบลดลง แต่ก็ไม่กระทบกระเทือนมากมายนัก เพราะจะใช้วิธีนี้เฉพาะในการส่งให้ประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น ในปี 2518 นั้น ประมาณว่าจะส่งข้าวโพดออก 2.5 ล้านตัน จะใช้กระสอบเพื่อบรรจุราว 10 ล้านใบ

3). น้ำตาล น้ำตาลทรายที่ผลิตได้ทั้งหมดในประเทศต้องบรรจุกระสอบป่านใหม่ การที่น้ำตาลต้องใช้กระสอบใหม่ เพราะต้องรักษาในด้านความสะอาด ปริมาณการผลิตน้ำตาลได้เพิ่มจาก 1.25 แสนตันในปี 2505-6 เป็น 500,000 ตัน

ในปี 2514-5 และในปี 2518 ผลิตได้ 1.25 ล้านตัน ต้องใช้กระสอบบรรจุ 12.5 ล้านใบ

นอกจากผลิตผลที่สำคัญดังกล่าวแล้ว ยังมีพืชไร่อื่น ๆ ที่ต้องใช้กระสอบบรรจุเพื่อส่งออกอีกหลายชนิด ความต้องการกระสอบเพื่อบรรจุสินค้าทุกชนิดรวมกันในปัจจุบันประมาณปีละ 60-70 ล้านใบต่อปี

การใช้กระสอบในการบรรจุสินค้าต่าง ๆ นั้น จะกล่าวถึงสินค้าที่สำคัญเท่านั้น โดยพิจารณาจากสินค้าที่ใช้กระสอบมากที่สุด จากการสำรวจของกรมการค้าภายใน ข้าวเป็นผลผลิตที่ใช้กระสอบมากที่สุด รองลงมาก็เป็นน้ำตาลและข้าวโพด ยอดการจำหน่ายกระสอบปี 2516-9 ดังจะพิจารณาได้จากตารางที่ 19

3.3.2 แหล่งผู้ซื้อต่างประเทศ

นับแต่เริ่มสร้างโรงงานโดยมีจุดประสงค์เพื่อทดแทนการนำเข้า จนผลิตได้เอง แต่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ มีการนำเข้าบางส่วนโดยนำเข้าสูงสุดปีละกว่า 3 ล้านใบนับแต่ปี 2508 เป็นต้นมา ผลผลิตกระสอบภายในประเทศ มากกว่าความต้องการใช้ในประเทศ แต่ยังมีการนำเข้าเล็กน้อย ในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ปอที่นำเข้ามาเพื่อทำเครื่องประดับและตกแต่ง ไม่ใช่กระสอบที่นำมาบรรจุ

การส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ได้เริ่มส่งออกตั้งแต่ปี 2501 แต่ยังมีจำนวนน้อยมากเพียงปีละ 100,000 ใบเท่านั้น ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดใกล้เคียง เช่น ลาว เขมร สิงคโปร์ ตั้งแต่ปี 2509 เป็นต้นมา ได้มีการส่งออกเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ ในปี 2509 นี้ได้มีการส่งออกประมาณ 6 ล้านใบ และได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยมาเป็น 19.18 ล้านใบ, 34.04 ล้านใบ, 57.93 ล้านใบ ในปี 2511, 2514, และ 2516 ตามลำดับ ดังตัวเลขที่แสดงในตารางที่ 4 และในปี 2517 นั้น จะเห็นได้ว่ามีปริมาณการส่งออกและมูลค่าสูงสุดกว่าทุก ๆ ปี คือ ส่งออกถึง 71.42 ล้านใบ มูลค่า 719.34 ล้านบาท มูลค่าเพิ่มจากปี 2516 ถึง 234.34 ล้านบาท หรือร้อยละ 48.32

พอในปี 2518 ทั้งปริมาณการส่งออก และมูลค่าได้ลดลงประมาณร้อยละ

22.52 ทั้งนี้ เพราะญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดใหญ่ลดการซื้อลงจาก 53.6 ล้านใบ เหลือเพียง 25.8 ล้านใบ (ตารางที่ 20) แต่ก็ได้ตลาดใหม่ คือ สหรัฐอเมริกาและไต้หวัน โดยซื้อในปี 2518 3,125,220 ล้านใบ และ 1,743,386 ล้านใบ ตามลำดับ

ในปี 2519 ปริมาณการส่งออกและมูลค่าได้เพียงเล็กน้อย แต่ก็ยังต่ำกว่าปี 2517 ทั้งนี้ เพราะราคาต่างประเทศต่ำลง แต่ต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะปอ ราคาสูงขึ้น ทำให้โรงงานกระสอบไม่สามารถลดราคาเพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่อื่น ๆ ได้ ปริมาณการส่งออกกระสอบและผ้ากระสอบได้ลดต่ำลงมาก แต่ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เพิ่มสูงขึ้น เช่น Jute Twine และ Jute Yarn ซึ่งตลาดใหญ่ของ Jute Twine Jute Yarn อีกแห่ง คือ เบลเยี่ยม จากตารางที่ 21-23 ในปี 2517 ส่งกระสอบและผ้ากระสอบออก 36.32 ล้านใบ Jute Twine=18.7 ล้านใบ Jute Yarn =6.4 ล้านใบ พอในปี 2518 ปริมาณส่งออกกระสอบและผ้ากระสอบได้ลดลงเป็น 34.2 ล้านใบ Jute Twine =13.1 ล้านใบ Jute Yarn เพียง 5.0 ล้านใบ แต่ในปี 2519 การส่งออกของผ้ากระสอบและกระสอบได้ลดลงไปอีกเป็น 23.5 ล้านใบ แต่ Jute Twine เพิ่มขึ้นเป็น 22.5 ล้านใบ และ Jute Yarn ก็เพิ่มขึ้นเป็น 10.3 ล้านใบ ในปี 2518 Belgium ไม่ได้ซื้อ Jute Twine เลย แต่ในปี 2519 ได้ซื้อ Jute Twine 1.3 ล้านใบ และซื้อ Jute Yarn เพิ่มเป็น 3.1 ล้านใบ ซึ่งในปี 2517 ซื้อเพียง 1.2 ล้านใบ

<u>ตลาดกระสอบต่างประเทศที่สำคัญ</u>

เดิมประเทศที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ของประเทศไทยก็คือ ญี่ปุ่น ในปี 2517 ญี่ปุ่นซื้อผลิตภัณฑ์กระสอบจากไทยไปร้อยละ 76.67 ของปริมาณส่งออกทั้งหมด เป็นกระสอบร้อยละ 31.71 เชือกร้อยละ 34.39 ด้ายร้อยละ 12.82 ในปี 2514 และร้อยละ 19.42 ในปี 2515 ร้อยละ 49.63 ในปี 2516 และ 75.18 ในปี 2517 ตลาดรองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน และออสเตรเลีย ปัจจุบันประเทศที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ของไทยก็คือ สหรัฐอเมริกา

จากตารางที่ 23 นั้น สหรัฐอเมริกาซื้อผลิตภัณฑ์จากไทยมากที่สุด คือ ร้อยละ 30.7 รองลงมาคือ ญี่ปุ่น ร้อยละ 29.6

และจากรูปภาพที่ 2-4 จะเห็นว่าประเทศผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ปอรายใหญ่ ได้เปลี่ยนจากญี่ปุ่นซื้อผลิตภัณฑ์จากไทยมากที่สุด ถึงร้อยละ 75.18 ในปี 2517 ลดลงเหลือร้อยละ 49.19 ในปี 2518 และเป็นร้อยละ 29.6 ในปี 2519 ส่วนสหรัฐอเมริกา ในปี 2517 ได้สั่งซื้อจากไทยเพียงร้อยละ 0.10 ได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.95 ในปี 2518 และเป็นร้อยละ 30.70 ในปี 2519 ซึ่งเป็นประเทศที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของไทยมากที่สุด

ญี่ปุ่น [1]

ตั้งแต่ปี 2514 เป็นต้นมา ความต้องการผลิตภัณฑ์กระสอบภายในประเทศลดลงจาก 120,000 ตันในปี 2513 เหลือ 80,000 ตันในปี 2514-2515 แต่ในปี 2516 ความต้องการสูงขึ้นเป็น 100,000 ตัน โดยเป็นกระสอบร้อยละ 35 ของความต้องการทั้งหมด การที่ความต้องการลดลงก็เนื่องจากนโยบายลดการผลิตข้าว และถูกแข่งขันจากใยสังเคราะห์และถุงกระดาษ ส่วนความต้องการที่เพิ่มขึ้นก็เนื่องจากความผันแปรของภาวะทางเศรษฐกิจโดยทั่วไป และความต้องการกระสอบใหม่ชดเชยส่วนที่ส่งออกไป

ความต้องการเชือก ด้ายกระสอบ ผ้ากระสอบ จะมีเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่เท่านั้น สำหรับกระสอบจะมีทั้งกระสอบใหม่ และที่ใช้แล้วหมุนเวียนอยู่ในตลาด

ญี่ปุ่นนั้น มีผู้ผลิตอยู่ 4 ราย มีโรงงานผลิตอยู่ 6 แห่ง ในระหว่างปี 2511-2513 ผลิตได้ปีละ 100,000-110,000 ตัน แต่เนื่องจากความต้องการลดลง จึงมีการลดการผลิตลงเหลือ 60,000-65,000 ตัน สาเหตุที่สำคัญก็มาจากการแทนที่ของผลิตภัณฑ์กระดาษและใยสังเคราะห์ การสู้รบระหว่างอินเดียและปากีสถาน ในปี 2514 การเพิ่มอัตราค่าจ้างทำให้ราคากระสอบสูง เมื่อเทียบกับกระดาษและใยสังเคราะห์ ประกอบกับผลผลิตข้าวลดลง ทำให้ผลผลิตกระสอบลดลงด้วย ผู้ผลิตกระสอบของญี่ปุ่น 4 รายได้แก่

---

1. สมาคมอุตสาหกรรมทอกระสอบไทย, เรื่องเดียวกัน, หน้า 93-95

I16639005

1. The Voizumi Jute Mills Ltd. (Kobe) มี 2 โรงงาน
2. Teikoky Saagyo Co.,Ltd. (Osaka) มี 1 "
3. Dainichi Textile Industries Ltd. (Osaka) มี 1 "
4. The Wihon Shima Co.,Ltd. มี 2 "

นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังมีโรงงานในต่างประเทศอีก คือ ไทย, โดยบริษัท Nihon Shima ที่สระบุรีและขอนแก่น ซึ่งจะส่งผลผลิตส่วนใหญ่ไปญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นจะนำเข้าด้ายกระสอบ และกระสอบจากไทย การนำเข้ากระสอบจะเป็นเท่าใด ขึ้นอยู่กับปริมาณการนำเข้าพืชผลในทางเกษตรที่ใช้เป็นอาหารและเมล็ดพันธ์

ในปี 2518 ญี่ปุ่นได้นำเข้าผลิตภัณฑ์กระสอบป่านลดลง เพราะซื้อเอาไว้มากในปี 2516-17 แต่คาดว่าในปีต่อ ๆ ไปจะสั่งเข้ามาอีก เพราะค่าแรงในญี่ปุ่นสูงมาก ประกอบกับต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ

อินโดนีเซีย

เคยเป็นตลาดใหญ่ของไทย เพราะซื้อผลิตภัณฑ์กระสอบจากไทย ร้อยละ 31.60 ในปี 2515 ร้อยละ 25.46 ในปี 2516 แต่ในปี 2517 ได้ลดลงมาเหลือเพียงร้อยละ 5.69 เท่านั้น แม้ในปี 2518 ได้ซื้อเพิ่มเป็น 10.57 แต่ในปี 2519 ก็ซื้อน้อยมากเพราะอินโดนีเซียได้ร่วมกับญี่ปุ่น ตั้งโรงงานทอกระสอบขนาดใหญ่ขึ้น 2 โรงงาน กำลังผลิตโรงงานละ 120,000 ตันต่อปี ส่วนอนาคตก็คาดว่า อินโดนีเซียคงจะซื้อผลิตภัณฑ์ปอจากไทยลดลง

ส่วน Australia และ Belgium นั้น ยังซื้อขายกับไทยอยู่ ปริมาณการส่งออกก็ไม่ลดลงและคาดว่าจะซื้อในระดับนี้ต่อไป

สหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ประเทศไทยได้ตลาดใหม่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากในปี 2518 สหรัฐฯ ได้ซื้อกระสอบ 3,125,200 ใบ โดยปี 2517 สหรัฐฯ แทบ

จะไม่ได้ซื้อจากไทยเลย ในปี 2518 นั้น ซื้อเพียงร้อยละ 5.95 แต่พอปี 2519 สหรัฐฯ กลายเป็นตลาดใหญ่ คือ ซื้อถึงร้อยละ 30.70

พิจารณาประเทศผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ปอได้จากตารางที่ 20

จากตารางที่ 21-23

ถ้าเปรียบเทียบการจำหน่ายปี 2517 และ 2519 จะเห็นว่า แม้ว่าในปี 2519 ส่งออกเพิ่มขึ้น คือ ส่งออกเทียบเป็นกระสอบข้าวสารได้ 56,526,438 ใบ มูลค่า 589,367,989 บาท ซึ่งมากกว่าปี 2518 ที่ส่งออกได้ 52,527,516 ใบ มูลค่า 557,340,196 บาท สูงขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่า แต่ก็ยังต่ำกว่าปี 2517 ซึ่งส่งออกได้ 71,419,396 ใบ มูลค่า 719,339,993 บาท ทั้งนี้ เพราะราคาในต่างประเทศต่ำมาก ในขณะที่ต้นทุนการผลิต ค่าแรงงาน ราคาปอ สูงขึ้น ทำให้โรงงานทอกระสอบไม่สามารถลดราคาลงเพื่อแข่งขัน กับผู้ผลิตรายใหญ่ ๆ อื่น ๆ ได้

3.4 ราคากระสอบ

ราคากระสอบป่านภายในประเทศที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และมีแนวโน้มในทางลดลง ในปี 2504 นั้น ราคากระสอบข้าวมาตรฐาน ขนาด 43x 29" เฉลี่ยใบละ 11.42 บาท ในระหว่างนั้น กำลังการผลิตของโรงงานภายในประเทศ ยังมีไม่เพียงพอกับความต้องการ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ต่อมาเมื่อการผลิตมากขึ้นจนเกินความต้องการภายในประเทศ ทำให้ราคากระสอบลดลง เหลือใบละ 8.01 บาทในปี 2508 และลดลงเหลือใบละ 5.60 บาทในปี 2511 และสูงขึ้นเป็น 7.79 บาทในปี 2514 และ 9.50 บาทในปี 2517 และ 10.50 บาทในปี 2518

จะเห็นว่า ในระยะหลัง ๆ ราคากระสอบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งจะพิจารณาได้จาก ตารางราคาโดยเฉลี่ยกระสอบประจำปี ตารางที่ 17

ราคากระสอบนั้น อาจแบ่งได้เป็น 2 ราคา คือราคาภายในประเทศและราคาต่างประเทศ ราคาส่งออก ต่างประเทศนั้นขึ้นอยู่กับภาวะการผลิตปอ และ

ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตที่สำคัญคือ อินเดียและบังคลาเทศ ในระยะที่ผ่านมานั้น ประเทศทั้ง 2 ได้มีการให้เงินอุดหนุนจากรัฐบาล แต่ผู้ส่งออกทำให้ราคาตลาดโลกต่ำกว่าราคาภายในประเทศ ฉะนั้น ราคาส่งออกของไทยจะต่ำกว่าราคาในประเทศ ทั้งนี้เพื่อแข่งขันกับต่างประเทศ

สำหรับราคากระสอบภายในประเทศนั้น แบ่งได้เป็น 2 ราคา คือ

(1) ราคาเป็นทางการ เช่นในปี 2518 จำหน่ายใบละ 9.50 บาท ราคานี้ไม่ใช่ราคาที่รัฐบาลควบคุม เพราะรัฐบาลได้ประกาศยกเลิกการควบคุมราคาตั้งแต่ 14 กันยายน 2515 แต่เป็นราคาที่โรงงานกระสอบตกลงด้วยคำพูดระหว่างนายประสิทธิ์ กา ญจนวัฒน์ รัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งผู้ผลิตยึดถือเป็นหลักปฏิบัติจนทุกวันนี้ เมื่อปลายเดือนธันวาคม 2518 นั้น กระทรวงพาณิชย์ได้ยกเลิกการขออนุญาตส่งออกกระสอบและผลิตภัณฑ์ป่อ ตามข้อเสนอของสมาคมอุตสาหกรรมทอกระสอบไทย โดยมีข้อแม้ว่า กลุ่มโรงงานกระสอบจะไม่ขึ้นราคาจำหน่ายกระสอบในประเทศ โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงพาณิชย์ ดังนั้น ราคากระสอบในประเทศนั้น ผู้ผลิตมีสิทธิกำหนดได้ภายในขอบเขตที่กระทรวงพาณิชย์อนุญาต

(2) ราคาในตลาดมืด ซึ่งเป็นราคานอกวิถีการตลาดในขณะนี้ ประมาณใบละ 10.50 บาท ถึง 11.50 บาท ราคานี้ขึ้นอยู่กับปริมาณการซื้อขายว่ามากน้อยเพียงใด และเป็นลูกค้าประจำหรือไม่

<u>ราคากระสอบป่านภายในประเทศนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้คือ</u>

(1) ความต้องการภายในประเทศในแต่ละปี ซึ่งขึ้นกับผลผลิตในทางเกษตรกรรม และการส่งผลิตผลเหล่านี้ออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ในระยะที่ผ่านมา ความต้องการภายในประเทศมีประมาณ 35 ล้านใบต่อปี เป็นกระสอบที่ใช้บรรจุสินค้าเพื่อส่งออกประมาณ 25-30 ล้านใบต่อปี ในระหว่างปี 2511-13 ความต้องการภายในลดน้อยลงประมาณเหลือเพียง 30 ล้านใบ เนื่องจากการส่งข้าวได้ลดน้อยลงประมาณ 500,000 ตัน แม้ว่าผลิตผลพืชไร่อื่น ๆ จะเพิ่มขึ้นก็ตาม ราคากระสอบป่านในระยะ

ดังกล่าวได้ลดต่ำลงจากปีก่อน ๆ ใบละเกือบ 2 บาท คือเฉลี่ยราคาใบละประมาณ 6 บาท

(2) การส่งกระสอบออกไปต่างประเทศและราคาในต่างประเทศ อุตสาหกรรมทอกระสอบป่านของไทย ได้เปลี่ยนจากการผลิตทดแทนการนำเข้าเป็นการผลิตเพื่อส่งออก เนื่องจากกำลังการผลิตมีมากกว่าความต้องการภายในประเทศ ปริมาณการส่งออกและราคาส่งออกของกระสอบป่าน จึงมีบทบาทสำคัญทำให้ราคากระสอบป่านภายในเปลี่ยนแปลงเพราะการส่งออกเป็นการระบายกระสอบที่เหลืออยู่ให้หมดไป การส่งออกไปต่างประเทศต้องประสบการแข่งขันอย่างรุนแรงจากผู้ส่งออกรายใหญ่ เดิมคืออินเดีย และปากีสถาน ซึ่งได้รับเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล ปากีสถานหรือบังคลาเทศนั้นได้ใช้มาตรการเงินเพื่อส่งเสริมการส่งออก เช่น ลดค่าเงินลงประมาณ 58% ทำให้ราคากระสอบและผลิตภัณฑ์ปอของบังคลาเทศมีราคาต่ำกว่าของไทย ส่วนอินเดียใช้มาตรการทางภาษีในการส่งเสริมการส่งออก โดยประกาศยกเลิกเก็บภาษีส่งออกและให้เงินสงเคราะห์แก่ผู้ส่งออก ฉะนั้นราคากระสอบและผลิตภัณฑ์ปอของประเทศคู่แข่งสำคัญของไทยราคาต่ำกว่า ซึ่งทำให้ประเทศไทยส่งออกได้ในราคาต่ำ ทำให้ราคากระสอบป่านภายในสูงขึ้นตามไปด้วย

(3) การคาดคะเนของผู้ค้าและผู้ใช้กระสอบป่าน กระสอบป่านเป็นสินค้าที่จำเป็นในการบรรจุสินค้าพืชไร่อื่น ๆ ความจำเป็นในการใช้ขึ้นอยู่กับฤดูกาล และไม่สามารถจะรอได้ ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดกระสอบป่านมีลักษณะเป็นตลาดผู้ซื้อ (Buyer's Market) ผู้ใช้กระสอบไม่จำเป็นที่จะต้องเก็บตุนเอาไว้ อย่างไรก็ดี การคาดการณ์เกี่ยวกับปริมาณกระสอบที่มีอยู่สำหรับการใช้ในฤดูนั้น มีความสัมพันธ์ต่อราคาภายในอย่างใกล้ชิด เช่นในปลายปี 2514 ผู้ค้ากระสอบและผู้ใช้คาดกันว่ามีกระสอบไม่พอ ราคาจะสูงขึ้น จึงได้มีการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น จนเป็นเหตุให้ราคาภายในสูงขึ้นผิดปกติในระยะเวลาดังกล่าว

(4) ปริมาณการผลิตของโรงงานทอกระสอบป่าน ปริมาณการผลิตของโรงงานกระสอบป่านในแต่ละปีเป็นอุปทาน (Supply) ของกระสอบในปีนั้น ปกติโรงงานทุก

หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย

โรงงานจะพยายามผลิตเต็ม ประสิทธิภาพที่จะผลิตได้เพื่อให้ต้นทุนต่อใบลดลง ปริมาณการผลิตตั้งแต่ปี 2510 เป็นต้นมา มีจำนวน 50,255 ล้านใบ ปริมาณการผลิต เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ราคาเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ความต้องการภายในลดลง หรือการส่งออกลดลง ปริมาณการผลิตมีมากเกินความต้องการจะทำให้ราคาลดลง

(5) Stock กระสอบป่านในโรงงาน ราคากระสอบป่านเคลื่อนไหวขึ้นลงตามปริมาณ Stock กระสอบที่มีอยู่ตามโรงงานต่าง.ๆ โรงงานทอกระสอบป่านและผู้ค้าส่งจะพิจารณาจาก Stock กระสอบที่มีอยู่ เป็นหลักในการเสนอซื้อ ถ้ากระสอบในโรงงานต่าง ๆ มีมากขึ้น ซึ่งอาจจะเนื่องจากความต้องการภายในลดลง หรือการส่งออกไปจางประเทศจำกัดลงก็ตาม ราคากระสอบในระยะนั้น ๆ จะลดต่ำลงในทางตรงข้าม ถ้า Stock กระสอบมีอยู่น้อย ผู้ค้าส่งต้องรอการผลิตเพื่อรับกระสอบจากโรงงาน ราคาจะเพิ่มสูงขึ้น เช่นในปี 2511 กระสอบในโรงงานมีเพิ่มสูงขึ้นเกือบ 20 ล้านใบ ราคากระสอบใบละ 4.50 บาท ส่วนในปี 2514 กระสอบในโรงงานไม่มีเลย ผู้ซื้อต้องรอการผลิต ปรากฏว่า ราคากระสอบได้เพิ่มขึ้นถึง 8.50 บาท

(6) การรวมกลุ่มของโรงงานทอกระสอบ เพื่อจัดระบบการผลิตและการจำหน่าย ตั้งแต่ปี 2508 เป็นต้นมา โรงงานทอกระสอบได้พยายามรวมกลุ่มกันเพื่อกำหนดราคากระสอบภายในประเทศ การรวมกลุ่มของผู้ผลิตดังกล่าวนี้ ความจริงเป็นการแทรกแซงในการกำหนดราคา ซึ่งปกติควรจะถูกกำหนดโดย Demand และ Supply ของกระสอบในขณะใดขณะหนึ่ง การรวมกลุ่มของโรงงานเท่าที่ผ่านมาเป็นเพียงการกำหนดราคาภายในโดยปราศจากการควบคุม ด้านอุปทานอย่างแท้จริง ราคาที่กำหนดจึงคงอยู่ได้ไม่นาน ถ้าอุปทานมาก ราคาก็จะลดลง แต่การรวมกลุ่มของโรงงานกระสอบ ก็นับว่าปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่งในการกำหนดราคาในประเทศ

(7) ต้นทุนวัตถุดิบ ปอเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการทอกระสอบป่านร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดจะเป็นปอ ราคาปอ ภายในประเทศ จะเป็นตัวกำหนดราคาขั้นต่ำของกระสอบในฤดูกาลผลิตนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงราคาปอทั้งภายในประเทศ

และของตลาดโลก จะทำให้ราคากระสอบผลิตภัณฑ์ปอเปลี่ยนไป และจะเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน ถ้าราคาปอสูงราคากระสอบและผลิตภัณฑ์ปอก็จะสูง ถ้าราคาปอลดลงราคากระสอบก็จะลดลงด้วย

3.5 สรุป

ในด้านอุปสงค์นี้ จากการศึกษารายละเอียดดังกล่าวมาข้างต้น เพื่อจะนำมาสร้างแบบจำลองในบทที่เกี่ยวกับการสร้างแบบจำลองนั้น จะเห็นว่า อุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ปอ ขึ้นอยู่กับแหล่งผู้ซื้อทั้งภายในและภายนอกประเทศ กล่าวคือ อุปสงค์กระสอบมาจากผู้ซื้อทั้งภายในและภายนอกประเทศ แต่เนื่องจากว่า ในการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นการศึกษาอุปสงค์อุปทานผลิตภัณฑ์ปอเฉพาะในประเทศ ดังนั้น อุปสงค์ของต่างประเทศ จะมองข้ามไป

ในการศึกษาถึงอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ปอในประเทศ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ผลิตภัณฑ์ปอ ก็คือ ผลผลิตข้าว, ผลผลิตน้ำตาล และข้าวโพด ถ้าผลผลิตดังกล่าวมีมาก ผู้ซื้อหรือผู้ใช้กระสอบก็จะใช้กระสอบมากขึ้น อุปสงค์จะเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอาจจะมีตัวแปรอื่น ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ผลิตภัณฑ์ปอ แต่ในการศึกษานี้ ศึกษาเฉพาะกระสอบใหม่ และในการประเมินผลสถิติ จำเป็นต้องนำเอาตัวที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์จริง ๆ เข้ามาในแบบจำลอง และตัวแปรอื่นซึ่งอาจจะมี ก็จัดไว้ใน Error Term ส่วนวิธีการตลาดและการรวมกลุ่มในการผลิต และการจำหน่ายที่กล่าวถึงในบทนี้ เป็นเพียงส่วนประกอบที่จะอธิบายถึงกลไกในการที่สินค้าจะสนองตอบแก่ผู้บริโภค

อนึ่ง อุปสงค์สินค้าใดก็ตาม จะมากหรือน้อยต้องขึ้นอยู่กับราคาสินค้านั้นด้วย ถ้าราคาสูง อุปสงค์ก็จะลดลง ถ้าราคาต่ำอุปสงค์ก็จะเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ จะเพิ่มมากหรือน้อยก็แล้วแต่ความยืดหยุ่นของสินค้านั้น แม้ว่า ผลิตภัณฑ์ปอจะเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นน้อย คือค่อนข้างจะ inelastic การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของราคาจะไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์มากนักก็ตาม แต่ราคาก็เป็นตัวแปรอันหนึ่งที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ผลิตภัณฑ์ปอ

ดังนั้น ในการสร้างแบบจำลอง จึงให้อุปสงค์ผลิตภัณฑ์ปอมีความสัมพันธ์กับผลผลิตข้าว, ผลผลิตน้ำตาล, ผลผลิตข้าวโพด และราคาขายส่งกระสอบ