

อุปสงค์ น้ำมันสำเร็จและผลิตภัณฑ์



3.1 อุปสงค์ น้ำมันสำเร็จ สด

3.1.1 ความต้องการบริโภคน้ำมัน

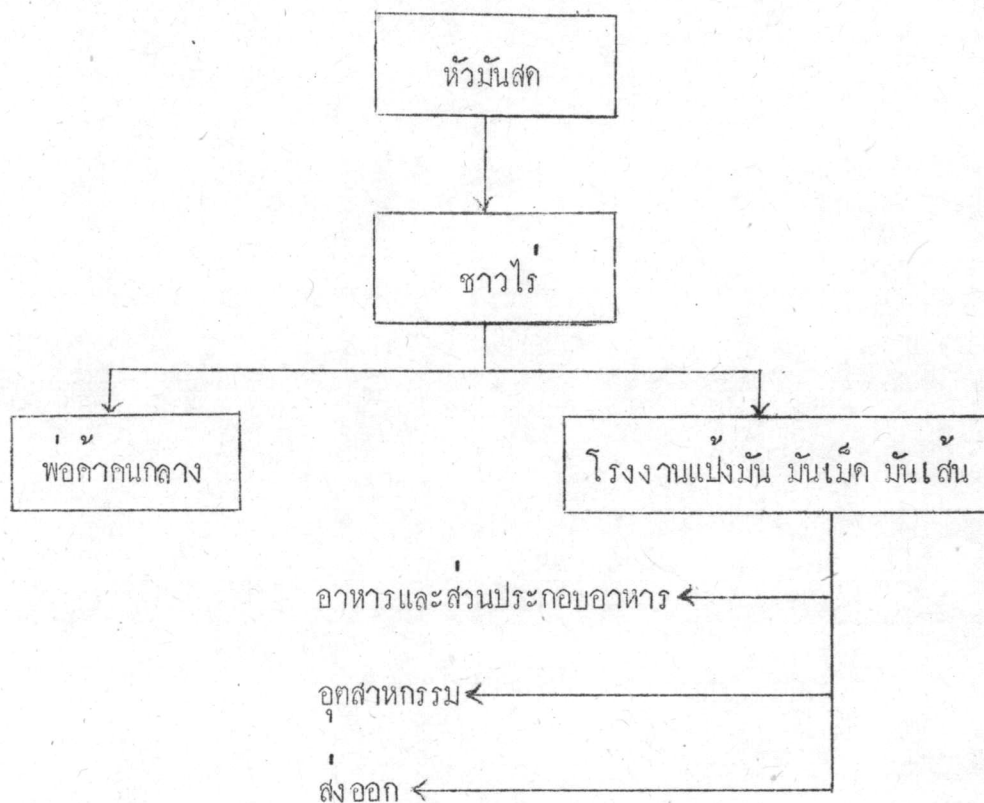
เนื่องจากความต้องการบริโภคน้ำมันสำเร็จในประเทศในรูปน้ำมันสดมีปริมาณน้อยมาก โดยเฉลี่ยในแต่ละปีจะมีการบริโภคน้ำมันสดประมาณร้อยละ 3 ของผลผลิตน้ำมันสดอีกประมาณร้อยละ 97 ถูกนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จ โดยแปรรูป 5/ เป็นน้ำมันสำเร็จเส้น และน้ำมันสำเร็จอีกเล็กน้อยประมาณ 70 % ซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศเกือบ 100 % อีก 27 % แปรรูปเป็นแปรงน้ำมันสำเร็จ ซึ่งใช้บริโภคในประเทศไม่เกินปีละ 200,000 ตัน และส่วนที่เหลือส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ

3.1.2 ลักษณะการค้า

การค้าน้ำมันสำเร็จ สดโดยทั่วไปเกษตรกรผู้ปลูกน้ำมันสำเร็จ ไม่มีโรงงานแปรรูปของตนเอง จึงต้องจำหน่ายน้ำมันสำเร็จ สดให้กับพ่อค้าคนกลางซึ่งรับซื้อถึงไร หรือในกรณีที่เกษตรกรมีน้ำมันสำเร็จ สดจำนวนมากก็จะนำไปขายให้กับโรงงานเองโดยตรง เนื่องจากน้ำมันสำเร็จสามารถซุกไคหลังจากปลูกแล้ว 6 เดือนขึ้นไป ดังนั้น หากในระยะใดที่ราคาน้ำมันสำเร็จ สดสูงขึ้น ชาวไร่ก็จะซุกน้ำมันสำเร็จที่พอจะซุกไคออกมาขาย แต่ช่วงที่น้ำมันสำเร็จ สดออกสู่ตลาดมากไคแก่ ช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนพฤษภาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่ตลาดต่างประเทศมีความต้องการสูง และเป็นช่วงที่มีแสงแดดสำหรับตากมัน

5 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ . ผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จ.

แผนภูมิการค้ำประกัน



3.1.3 ราคาจำหน่ายหัวมันสำปะหลัง สก

มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทุกปี ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของโรงงานแปรรูปซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี นอกจากนี้แล้วยังมีการเคลื่อนไหวของราคาหัวมันสำปะหลัง สกในแต่ละฤดูการผลิตอีกด้วย โดยราคาจะตกต่ำในช่วง เดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม หลังจากนั้นราคามีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และราคาจะสูงสุดในช่วง เดือนพฤศจิกายนถึง เดือนมกราคม ซึ่งเป็นระยะที่ผลผลิตหัวมันสำปะหลัง สกที่ปลูกในฤดูฝนเริ่มออกสู่ท้องตลาด และพอลคาในประเทศเพิ่มการรับซื้อมากขึ้น เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เพิ่มมากขึ้นในช่วงฤดูหนาว ซึ่งมีพื้หน้าเลี้ยงสัตว์น้อย ยกเว้นเดือนธันวาคม ซึ่งความต้องการของตลาดต่างประเทศต่ำลง เนื่องจากเป็นฤดูเทศกาล การซื้อขายชะงักกั้ว ส่งผลถึงราคาจำหน่ายหัวมันสดในประเทศ ทำให้

ราคาจำหน่ายตกต่ำตามไปด้วย นอกจากนี้ในระยะฤดูฝนการซุกหัวมันทำง่ายกว่าฤดูแล้ง ทำให้อุปทานมันสำปะหลังออกสู่ตลาดมาก ทำให้ราคาจำหน่ายต่ำลง แต่โดยเฉลี่ยแล้วราคามันสำปะหลังในแต่ละฤดูจะเคลื่อนไหวไม่มากนัก เพราะหัวมันสำปะหลังสามารถรอการซุกโคจนอายุถึง 18 เดือนหลังจากปลูก ราคาจำหน่ายหัวมันสดโดยเฉลี่ยมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ในปี 2515 ราคาเฉลี่ยหัวมันสด ก.ก. ละ 0.75 บาท ซึ่งเป็นราคาที่สูงที่สุด สำหรับในช่วงปี 2516 - 2519 ราคาเฉลี่ยหัวมันมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี 2516 ราคาจำหน่าย ก.ก. ละ 0.32 บาท เพิ่มขึ้นเป็น ก.ก. ละ 0.59 บาท ในปี 2519 ตามภาวะความตึงเครียดของตลาด อนาคตหากเหตุการณ์ต่าง ๆ ยังคงดำเนินไปตามภาวะปกติแล้ว คาดว่าราคาจำหน่ายหัวมันสดจะอยู่ในระดับ ก.ก. ละ 0.50 - 0.60 บาท

(ดูตาราง 4)

3.1.4 ปัญหาการตลาด

(1) เกษตรกรผู้ปลูกยางรายขาดแคลนเงินทุนจึงต้องกู้ยืมจากพ่อค้าคนกลาง โดยมีข้อตกลงว่าจะต้องขายผลผลิตให้แกพ่อค้าคนกลาง เหล่านี้ ทำให้ถูกกดราคารับซื้อ

(2) การที่แหล่งปลูกและโรงงานอยู่ห่างไกลกัน เกษตรกรผู้ปลูกมีสินค้าจำนวนน้อยไม่เพียงพอที่จะบรรทุกเข้ามาขายยังโรงงานแปรรูป จึงจำเป็นต้องขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่ไปรับซื้อถึงที่ในราคาต่ำ

(3) ในระยะฤดูฝนซึ่งเป็นระยะที่การซุกหัวมันทำได้ง่าย จึงมีปริมาณหัวมันออกสู่ตลาดจำนวนมาก ทำให้ราคาต่ำ และหลังจากการเก็บเกี่ยวหัวมันแล้วไม่สามารถเก็บหัวมันไว้ได้นาน เพราะจะทำให้เสื่อมคุณภาพ เกษตรกรจึงต้องรีบขาย ทำให้ได้ราคาต่ำ

3.2 อุปสงค์มันสำปะหลังอัดเม็ด

3.2.1 ความสำคัญของมันสำปะหลังอัดเม็ด

เนื่องจากมันอัดเม็ดมีคาร์โบไฮเดรตสูง จึงใช้มันสำปะหลังอัดเม็ดเป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์ผสม โดยนำไปผสมกับอาหารที่มีโปรตีน เช่น ถั่วเหลือง ซึ่งมีโปรตีนถึง 44 % ในอัตราส่วน 4 : 1 หรือผสมกับปลาแห้งที่มีโปรตีนสูงถึง 65 % จะให้คุณค่าทางอาหารเท่าเทียมกับข้าวโพด

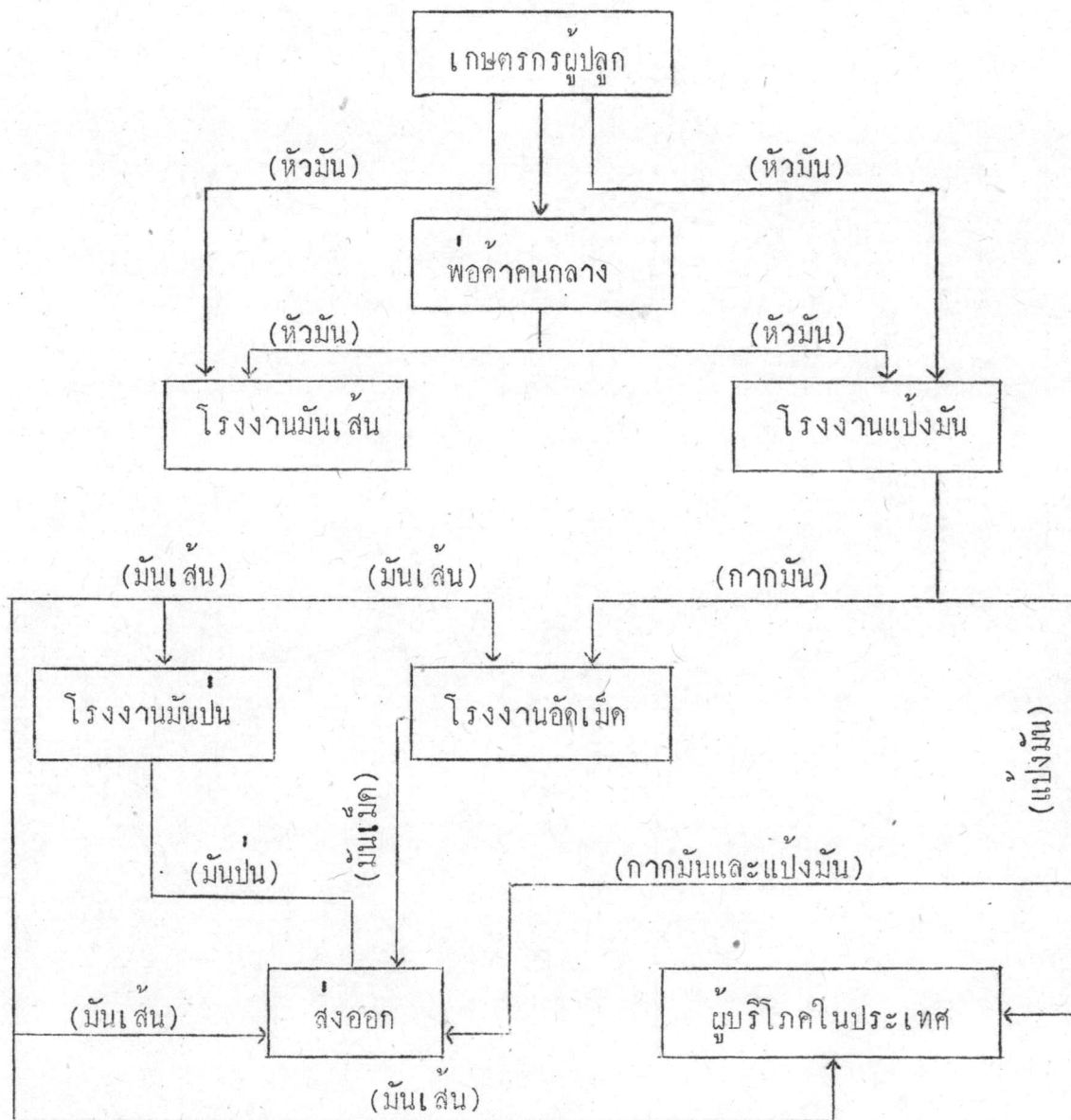
ดังนั้น เมื่อใช้ราคาถั่วเหลืองหรือปลาป่น และมีน้มนักเมีคอยู่ในระดับต่ำ และเมื่ออีกต้นทุนของส่วนผสมระหว่างถั่วเหลืองหรือปลาป่น และมีน้มนักเมีคอยู่ในระดับต่ำทำให้การใช้ชาวโศคอย่าง เกียวแล้ว บรรดาผู้ผลิตอาหารสัตว์ผสมจะหันมาใช้ถั่วเหลืองผสมน้มนักเมีคแทนชาวโศคเพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะในกลางฤดูร้อนที่มีการขึ้นตัวของสัตว์เลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์มีไม่เพียงพอจึงต้องอาศัยอาหารสัตว์ผสมปดะมาก ๆ บรรดาโรงงานผู้ผลิตอาหารผสมจึงใช้เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณหาส่วนผสมอาหารสัตว์ผสมที่เหมาะสมกับคุณค่าทางอาหารและมีต้นทุนต่ำ ผลปรากฏว่าส่วนผสมของอาหารสัตว์ที่มีน้มนักเมีคเป็นส่วนผสมมีต้นทุนต่ำสุด จึงเป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายและมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี

3.2.2 การบริโภคน้ำมันในประเทศ

มันสำปะหลัง ถั่วลิสงที่ผลิตได้ในประเทศไทย ในระยะแรกเป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศทั้งหมด โดยประเทศไทยเริ่มทำการผลิตและส่งออกมันถั่วลิสงเมื่อปี 2509 นี้เอง เหตุที่มันถั่วลิสงมีใ้ถูกนำมาใช้เป็นตัวเติมในการผลิตอาหารสัตว์ผสมในประเทศไทยก็เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม มีพืชไร่หลายชนิดที่สามารถใช้เป็นส่วนผสมอาหารสัตว์แทนมันถั่วลิสงได้ และมีราคาต่ำกว่า เช่น ข้าวฟ่าง จึงได้มีการใช้มันถั่วลิสงเป็นส่วนผสมอาหารสัตว์เลยในระยะแรก ในระยะ 2 - 3 ปีที่ผ่านมา เริ่มมีการหันมาทดลองนำเอามันถั่วลิสงมาใช้เป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์ โดยโรงงานผู้ผลิตอาหารสัตว์ผสมบางแห่งบางแล้ว แต่ก็ยังอยู่ในระหว่างการทดลองใช้อยู่ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าผลผลิตมันถั่วลิสงทั้งหมดถูกส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

การกำหนดกิโลกรัมมันสำปะหลังของไทย (แป้งมัน มันเส้น มันถั่วลิสง) เป็นแบบเสรี ราคาถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานเป็นส่วนใหญ่ หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องหรือรัฐบาลไม่มีอิทธิพลเพียงพอกที่จะเข้าไปควบคุมการผลิตและการจำหน่ายได้จากหัวมันสดซึ่งพ่อค้าคนกลางหรือโรงงานมันเส้นรับซื้อจากชาวไร่จะถูกนำไปตากแห้งหรือในบางรายผู้ปลูกจะเป็นผู้ตากมันเอง แล้วนำมาขายให้กับพ่อค้าคนกลางหรือโรงงานถั่วลิสง เพื่อนำไปถั่วลิสงขายให้กับพ่อค้าส่งออกหรือผู้ซื้อชาวต่างประเทศต่อไป สำหรับมันสำปะหลังอีกส่วนหนึ่งจะถูกนำไปผลิตแป้งมัน สำหรับใช้บริโภคในประเทศและส่งออก ผลพลอยได้ก็คือกากมันซึ่งนำไปใช้เลี้ยงสัตว์และส่งออกจำหน่ายต่างประเทศด้วย

วิธีการจำหน่ายมันสำปะหลัง



3.2.3 การค้ากับต่างประเทศ

ก) การส่งออกมันอัดเม็ดของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่เริ่มทำการส่งออกเป็นต้นมา ในช่วงปี 2515 - 2519 ปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละประมาณ 28 % สาเหตุเนื่องจากการขยายตัวในด้านการเลี้ยงปศุสัตว์ของประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2509 ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้ประกาศนโยบายเกษตรกรรม โดยมีเป้าหมายที่จะคุ้มครองการผลิตธัญพืชที่เป็นอาหารสัตว์ภายในกลุ่มฯ เช่น ข้าวโพก ข้าวฟ่าง ข้าวบาร์เลย์ จึงได้ตั้งกำแพงภาษีนำเข้าธัญพืชเหล่านี้ แต่เก็บภาษีนำเข้ามันอัดเม็ดและกากถั่วเหลืองในอัตราต่ำ ทำให้มันอัดเม็ดได้เปรียบด้านการแข่งขัน ประกอบกับการสูงขึ้นของราคาข้าวโพกซึ่งเป็นสินค้าแข่งขัน (Competitive Goods) และการลดค่าลงของราคาสินค้าที่ใช้ร่วมกัน (Complementary Goods) เช่น ถั่วเหลือง กากถั่วเหลือง หรือปลาบ่น มันอัดเม็ดจึงถูกนำไปใช้ผสมกับวัตถุดิบอื่น ๆ ในการผลิตอาหารสัตว์ผสมในอัตราส่วนผสมมันอัดเม็ดประมาณร้อยละ 5 - 20 โดยน้ำหนัก ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับว่าเป็นอาหารสัตว์ผสมสำหรับใช้เลี้ยงสัตว์ประเภทใด (อาหารหมู ไก่ วัว ควาย มา แกะ) และขึ้นอยู่กับกฎหมายควบคุมของประเทศนั้น ๆ

ข) ตลาดมันอัดเม็ดที่สำคัญของไทยคือประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป นำเข้าประมาณ 99 % ของปริมาณส่งออกของไทย รองลงมาคือตลาดในแถบเอเชีย ในระยะแรกของการส่งออกประเทศที่เป็นลูกค้าสำคัญของไทยคือเนเธอร์แลนด์ นำเข้าปริมาณ 62,830 ตัน ในปี 2510 ปริมาณการนำเข้าของเนเธอร์แลนด์จากไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ในปี 2519 เนเธอร์แลนด์นำเข้าจากไทยปริมาณ 2,904,392 ตัน อัตราการนำเข้าของเนเธอร์แลนด์จากไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 20 % ปัจจุบันเนเธอร์แลนด์ยังคงรักษาความเป็นผู้นำเข้าอันดับ 1 ของผู้นำเข้าจากไทย และคาดว่าจะนำเข้าเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต โดยดูจากแนวโน้มการเลี้ยงสัตว์ของเนเธอร์แลนด์ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี เยอรมันตะวันตกเป็นผู้นำเข้าอันดับ 2 รองจากเนเธอร์แลนด์ นำเข้าปริมาณ 32,692 ตัน ในปี 2510 หรือนำเข้าเพียงครึ่งหนึ่งของปริมาณนำเข้าของเนเธอร์แลนด์ ปริมาณนำเข้าของเยอรมันมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี โดยนำเข้าปริมาณ 104,334 ตัน ในปี 2519 แต่อัตราเพิ่มต่ำกว่าของเนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้ เนื่องจากเยอรมันนำเข้าจากประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ คือ บราซิล และอินโดนีเซีย ด้วย ซึ่ง 2 ประเทศนี้ผลิตมันสำปะหลังที่มีคุณภาพดีกว่าของไทย แต่มีการส่งออกน้อยเนื่องจากส่วนใหญ่ใช้

บริโภคน้ำมันในประเทศเป็นอาหารแทนข้าว ซึ่งผลิตได้ปริมาณน้อยไม่เพียงพอบริโภคในประเทศ โดยบริโภคในรูปหัวมันสดและแป้งมัน นอกจากนี้การที่รัฐบาลเยอรมันออกกฎหมายควบคุมการผลิตอาหารสัตว์ผสมให้มีส่วนผสมของมันเป็นสำปะหลังได้ไม่เกินร้อยละ 15 เนื่องจากได้มีการพิสูจน์ว่า มันสำปะหลังมีกรดไซยาไนท์จะระเหยไปเมื่อผ่านความร้อนโดยการตากแห้ง ^{6/} เบลเยี่ยมซึ่งเคยนำเข้าเป็นอันดับ 3 ของไทย โดยนำเข้าปริมาณ 1,573 ตันในปี 2510 หรือนำเข้า 1.6% ของปริมาณส่งออกของไทย กลับนำเข้าลดลงเป็นอันดับ 4 ในปี 2519 นำเข้าปริมาณเพิ่มขึ้นเป็น 26,396 ตัน หรือ 0.8% ของปริมาณส่งออกของไทย สาเหตุเนื่องจากเบลเยี่ยมได้ตั้งข้อกำหนดไว้ว่า มันอัดเม็ดจะมีซีเดาหรือสิ่งเจือปนได้ไม่มากกว่า 3% ของน้ำหนัก หากมีสิ่งเจือปนเกินกว่าที่กำหนดจะห้ามนำเข้าทันที ซึ่งเป็นผลทำให้ไทยส่งมันอัดเม็ดไปขายยัง เบลเยี่ยมได้น้อยลง สำหรับประเทศฝรั่งเศสซึ่งเคยนำเข้าปริมาณไม่มากนักในระยะที่ไทยเริ่มส่งออก กลับนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 3 ในปี 2519 ปริมาณนำเข้า 12,397 ตัน หรือ 4.03% ของปริมาณส่งออกของไทย (ดูตาราง 5)

ค) วิธีการส่งออก ผู้ส่งออกของไทยนอกจากจะต้องจดทะเบียนต่อสำนักงานมาตรฐานสินค้าชอเป็นผู้ส่งออก เนื่องจากมันอัดเม็ดเป็นสินค้าที่ถูกกำหนดให้เป็นสินค้ามาตรฐานตามประกาศของกระทรวงเศรษฐกิจ ลงวันที่ 13 ตุลาคม 2514 แล้ว สินค้าที่ส่งออกจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากสำนักงานมาตรฐานสินค้า และบริษัทตรวจสอบเอกชน (Servey) ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะเป็นผู้กำหนดความต้องการให้บริษัทใดเป็นผู้ตรวจสอบสินค้า และต้องมีใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Trade of origin) จากสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สำหรับการตรวจสอบของสำนักงานมาตรฐานสินค้าในระยะแรกมิได้เข้าตรวจสอบคุณภาพเอง คงปล่อยให้บริษัทตรวจสอบเอกชนซึ่งใน

^{6/} พี. เจ. แมซอต, การแปรรูปและการเก็บมันสำปะหลัง, แปลโดย พ.ศ.ค.เยาว์ สุทธิสุน, เอกสารการสัมมนาระหว่างประเทศ ณ พัทยา ประเทศไทย, พระนคร : สำนักพิมพ์ เอลลิค, 17 - 19 เมษายน 2517), หน้า 34.

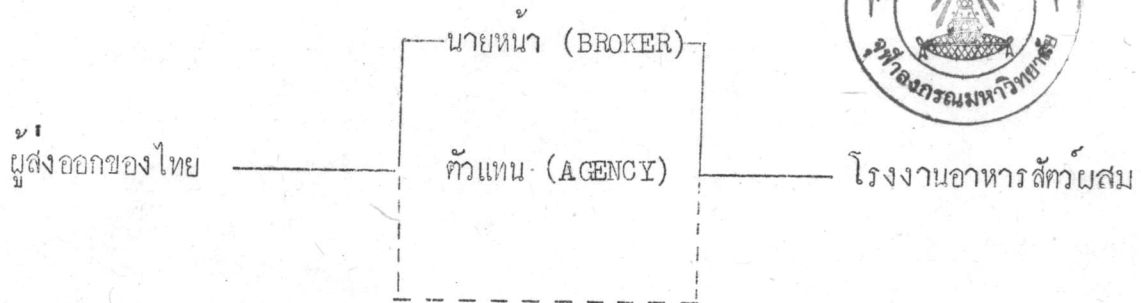
ขณะนั้นมี 2 บริษัท ⁷ คือ FAR EAST SUPERINTENDENCE Co. LTD และ R.SCHALLER Co. LTD ต่อมาบริษัท UNIVERSAL SERVEY Co. LTD อีกแห่งหนึ่ง ทำการตรวจสอบสินค้า แต่บริษัทเหล่านี้ดำเนินการหละหลวม โดยปล่อยสินค้าที่คุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานออกไปจำหน่าย ทำให้เป็นผลเสียหายด้านการตลาด ในปี 2514 รัฐบาลจึงเข้าควบคุมการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า โดยผ่านสำนักงานมาตรฐานสินค้า ตามมาตรฐานสินค้าที่กำหนดไว้เมื่อปี 2506 (กฎหมาย)

ง) ระบบการค้ำประกันสำปะหลังอัดเม็ดของไทยในปัจจุบัน โดยเฉพาะการค้ำประกันกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เป็นการค้ำประกันผู้ส่งออกของไทยกับผู้ซื้อชาวต่างประเทศซึ่งเขาเรือเข้ามารับของเท่านั้น ผู้ซื้อเหล่านี้มีบางรายที่เป็นนายหน้า (Broker) ทำการซื้อขายสินค้าจากผู้ส่งออกของไทย ณ ตลาดกรุงเทพฯ เพื่อจัดส่งไปให้ลูกค้าของตนในประเทศกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป และบางรายเป็นตัวแทนของผู้ซื้อรายใหญ่เข้ามาทำการจัดซื้อส่งไปให้โรงงานอาหารสัตว์ผสม และมีส่วนที่ผู้ส่งออกของไทยขายโดยตรงให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศ สำหรับนายหน้าหรือตัวแทนมักจะจัดเรือบรรทุกเข้ามารับสินค้าเอง การซื้อขายจะมีการตกลงทำสัญญาล่วงหน้า มีการกำหนดระยะเวลาส่งมอบ และกำหนดราคาซื้อขายล่วงหน้า ราคาซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นราคา เอฟ.โอ.บี. กรุงเทพฯ โดยผู้ขายจะรับผิดชอบสินค้าจนกระทั่งมีการส่งมอบที่ท่าเรือกรุงเทพฯ เท่านั้น ลักษณะการซื้อขายมีผู้ซื้อรายใหญ่ ๆ น้อยราย แต่มีผู้ขายทั้งรายเล็กและรายใหญ่มากมายด้วยกัน ในปี 2519 มีผู้จดทะเบียนขอเป็นผู้ส่งออกประมาณ 68 ราย แต่ส่งออกจริงเพียง 41 ราย ลักษณะตลาดจึงจำกัดแคบอยู่เพียงผู้ซื้อผู้ขายไม่กี่ราย เงื่อนไขการค้ามีลักษณะคล้ายคลึงกับสินค้าเกษตรอื่น ๆ แต่เนื่องจากการค้ามันอัดเม็ดมีปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพซึ่งไม่สามารถแยกด้วยสายตา ดังนั้นเงื่อนไขการค้าจึงสลับซับซ้อนจนมีผู้กล่าว ผู้ส่งออกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ ^{8/}

⁷ พี. เจ. แมซอต, เรื่องเดิม, หน้า 29

⁸ สมบูรณ์ วัฒนสมบัติ. "ระบบธุรกิจการค้ามันสำปะหลัง". สมาคมการค้ามันสำปะหลัง-ไทย. หน้า 7. (โรเนียว)

วิธีการตลาดต่างประเทศ



สำหรับการซื้อขายมันอัดเม็ดกับประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ใช้สัญญาหมายเลข 100^{9/} ของสมาคมการค้าธัญพืชและอาหารสัตว์ (Grain & Feed Trade Assosiation) แห่งกรุงลอนดอน ประกอบด้วยเงื่อนไขปลีกย่อยอื่น ๆ ซึ่งผู้ส่งออกของไทยได้ตกลงกับสมาคมพ่อค้าธัญพืชแห่งฮัมเบอร์ก (Verein Der Getreide Hander - Der Hamberger Borse E.V.) เสนอการกำหนดคุณภาพการจ่ายค่าปรับเมื่อคุณภาพต่ำกว่าที่กำหนด และเงื่อนไขการส่งมอบ การขายมักจะเป็นการขายแบบคุณภาพสิ้นสุดที่เมืองต้นทางและน้ำหนักสิ้นสุดที่เมืองปลายทาง ผู้ซื้อจะเป็นผู้เช่าเรือมารับสินค้าเอง การซื้อขายระบบนี้มักมีปัญหาการชาน้ำหนัก คุณภาพต่ำกว่าหนังสือรับรอง ซึ่งอาจเนื่องมาจากระยะเวลาการขนส่งที่ยาวนานเกินไป ทำให้ความชื้นของมันอัดเม็ดสูงขึ้น ความล่าช้าในการจัดเรือมารับสินค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตามมีผู้ซื้อขายบางรายมิได้ใช้เงื่อนไขดังกล่าวข้างต้นแต่ใช้เงื่อนไขอื่นแทน เช่น การชาน้ำหนักต้นทางโดยการรับรองของบุคคลที่ 3 การขายรับรองคุณภาพถึงเมืองปลายทาง ฯลฯ สำหรับวิธีที่นิยมใช้กันมากก็คือ ผู้ซื้อต่างประเทศตั้งตัวแทนคือผู้ส่งออกของไทยทำการจัดซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต เพื่อบรรทุกเรือของผู้ซื้อไปต่างประเทศ เงินตราที่ใช้ในการซื้อขายคือ เงินสกุลมาร์คของเยอรมัน

9 กองเศรษฐกิจการเกษตร, เรื่องเดิม, หน้าเดิม.

3.2.4 ราคาจำหน่าย

การเคลื่อนไหวของราคาจำหน่ายมันอัดเม็ด ทั้งราคาจำหน่ายในประเทศและราคาส่งออกเคลื่อนไหวในลักษณะเดียวกัน ราคาจำหน่ายมันอัดเม็ดในประเทศในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี เนื่องจากการขยายตัวด้านการผลิตปศุสัตว์ในต่างประเทศ ประกอบกับผู้นำเข้าบางรายมีนโยบายคุ้มครองการผลิตขี้หมูในประเทศ โดยการกำหนดโควตาการนำเข้าหรือการตั้งกำแพงภาษี โดยที่มันอัดเม็ดมีอยู่ในข่ายการคุ้มครองนี้ จึงทำให้อยู่ในฐานะได้เปรียบทางด้านราคาจำหน่ายต่างประเทศ ส่งผลถึงราคาจำหน่ายในประเทศด้วย ในปี 2515 ราคาจำหน่ายมันอัดเม็ดในประเทศกิโลกรัมละ 0.91 บาท เพิ่มขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 1.03 บาท ในปี 2516 กิโลกรัมละ 1.19 บาท ในปี 2517 กิโลกรัมละ 1.58 บาท ในปี 2518 และกิโลกรัมละ 1.71 บาท ในปี 2519 สำหรับการเคลื่อนไหวของราคาจำหน่ายในแต่ละฤดูการผลิตนั้น ราคาจำหน่ายจะต่ำสุดราวเดือนกุมภาพันธ์ แล้วค่อยๆ สูงขึ้น และสูงสุดในเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม หลังจากนั้นราคาจะโน้มต่ำลงอีก ทั้งนี้เนื่องจากภาวะความต้องการของตลาดต่างประเทศเปลี่ยนแปลงสูงขึ้นในระยะฤดูหนาว ซึ่งขาดแคลนทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ จึงต้องนำเข้าเพิ่มขึ้นในระยะเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ในระยะเดือนกรกฎาคม - กันยายน เป็นระยะฤดูฝนของไทยซึ่งมีแสงแดดสำหรับตากมันน้อย ทำให้อุปทานต่ำลงในขณะที่ความต้องการเริ่มโน้มสูงขึ้น ราคาจำหน่ายจึงโน้มสูงขึ้นด้วย สำหรับการเคลื่อนไหวของราคาส่งออกมันอัดเม็ดของไทยอยู่ในลักษณะเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของราคาจำหน่ายมันอัดเม็ดในประเทศ และราคาหัวมันสดที่เกษตรกรได้รับ ราคาส่งออก CIF. (Cost Insurance Freight) นอกฝั่ง Rotterdam ในปี 2518 เฉลี่ยตันละ 292.12 คอยชยมาร์ค เพิ่มขึ้นเป็นตันละ 294.16 คอยชยมาร์ค ในปี 2519 อนาคตคาดว่าราคาส่งออกมันอัดเม็ดของไทยจะไม่เพิ่มสูงขึ้นมากนัก เนื่องจากประเทศผู้ผลิตรายอื่น ๆ พยายามส่งเสริมให้มีการปลูกและแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อการส่งออกมากขึ้น

3.2.5 การแข่งขันในด้านการส่งออก

มันอัดเม็ดของไทยไม่ค่อยประสบปัญหาค่าน้ำมันมากนัก เนื่องจากประเทศผู้ผลิตรายสำคัญอื่น ๆ แม้ว่าจะผลิตมันสำปะหลังได้มาก แต่ผลิตข้าวได้น้อยจนบางปีไม่เพียงพอบริโภคในประเทศ จึงต้องบริโภคมันสำปะหลังแทนข้าว ทำให้มีมันสำปะหลังส่งออกปริมาณไม่มากนัก นอกจากนี้

ในปัจจุบันไทยสามารถครองตลาดประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปซึ่งเป็นตลาดสำคัญได้กว่า 90% ของความต้องการตลาดดังกล่าว แม้วามันสำปะหลังจะต้องแข่งขันกับสินค้าที่โชคแตกกันได้ เช่น ข้าวโพก ข้าวพวง โดยการผลิตอาหารสัตว์ผสมของไขมันอ๊กเม็คผสมกากถั่วเหลืองหรือปลาปน จึงจะให้คุณค่าทางอาหารเท่าเทียมกับข้าวโพก หากเมื่อใดราคาข้าวโพกสูงกว่าส่วนผสมไขมันอ๊กเม็คกับกากถั่วเหลืองแล้ว ฐานะการแข่งขันของไขมันอ๊กเม็คจะดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม การประกาศนโยบายเกษตรกรรม (Common Agricultural Policy (CAP)) ของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมฐานะการแข่งขันไขมันอ๊กเม็คให้มั่นคงยิ่งขึ้น

3.2.6 ตลาดไขมันอ๊กเม็คในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

ในปี 2501 เยอรมันเป็นประเทศแรกในยุโรปที่นำเข้ามาสำปะหลังเพื่อใช้ผสมอาหารสัตว์ ความต้องการไขมันสำปะหลังเป็นส่วนผสมอาหารสัตว์ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศต่าง ๆ ตามคำแนะนำของ CAP ซึ่งเป็นการบริโภคมันสำปะหลังในรูปของมันเส้นหรือมันปน จนกระทั่งปี 2509 ไขมันอ๊กเม็คได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญในตลาดถึง 90% ไขมันอ๊กเม็คที่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนำเข้าส่วนใหญ่นำเข้าจากไทย บริษัทในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปที่ติดต่อซื้อขายไขมันอ๊กเม็คจากไทยมี 7 บริษัท เป็นสมาชิกของสมาคมมันสำปะหลังของ Hamberg Borse บริษัทที่ทำการขนส่งมันสำปะหลังคือ Peter Cremer, TETS (Krohn und Co.) Alfred C Toepfer และ Tradex ระบบการซื้อขายไขมันอ๊กเม็คในยุโรป บริษัทขนส่งหรือผู้นำเข้าจะขายไขมันอ๊กเม็คให้กับผู้บริโภค คือ โรงงานอาหารสัตว์โดยตรง หรือพ่อค้าส่ง หรือผู้นำเข้า หรือผานนายหน้า โรงงานอาหารสัตว์ใหญ่ ๆ จะซื้อโดยตรงจากผู้ขนส่ง แต่โรงงานขนาดเล็กจะซื้อจากพ่อค้าส่งหรือผู้นำเข้า ประเทศในกลุ่มตลาดรวมยุโรปที่เป็นผู้นำเข้ามาไขมันอ๊กเม็ครายสำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ และ เยอรมันตะวันตก

- เนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศที่นำเข้ามาไขมันอ๊กเม็คอันดับหนึ่งของโลก ปริมาณการนำเข้าโน้มสูงขึ้นทุกปี โดยเฉลี่ยปีละ 21.02% ไขมันอ๊กเม็คส่วนใหญ่นำเข้าจากไทยประมาณ 94% ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด นำเข้าจากอินโดนีเซียประมาณ 5% และนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ อีกเล็กน้อย เหตุที่เนเธอร์แลนด์นำเข้ามาไขมันอ๊กเม็คเพิ่มขึ้นในอัตราสูงทุกปี เนื่องจากการขยายตัวของโรงงานอาหาร

สัตว์ซึ่งไขมันอค์เม็คเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์ถึงร้อยละ 10-15 โดยน้ำหนักแล้วเทคนิคของอาหารว่า จะใช้เลี้ยงสัตว์ประเภทใด อายุขนาดใด จากการคาดคะเนของ Truman P. Phillips ^{10/} บ่งชี้ว่าในปี 2523 โรงงานอาหารสัตว์ของ เนเธอร์แลนด์จะขยายการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 9,290,000 ตันต่อปี เทียบกับที่ผลิตได้จำนวน 7,891,000 ตันในปี 2513 ปริมาณการผลิตอาหาร สัตว์ผสมขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่มากนัก แต่เนื่องจากการโน้มสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบอันเป็นผลเนื่องมาจากการ ใช้นโยบายเกษตรกรรมของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เป็นผลให้มีการนำเอาไขมันอค์เม็คมาใช้ เป็นส่วนผสมอาหารสัตว์ผสมในสัดส่วนที่สูงขึ้น

- เยอรมันตะวันตก ซึ่งเคยเป็นผู้ผลิตอาหารสัตว์ผสมอันดับหนึ่งของประเทศในกลุ่ม ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เมื่อปี 2514 เคยนำเข้ามาไขมันอค์เม็คเป็นอันดับหนึ่งของโลก ปัจจุบันกลับ นำเข้าเป็นอันดับสองรองจากเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากรัฐบาลเยอรมันมีนโยบายคุ้มครองการผลิต วัตถุดิบในประเทศ จึงกำหนดให้โรงงานอาหารสัตว์ต้องแจ้งสัดส่วนผสมอาหารสัตว์อย่างเข้มงวดกวาดขัน นับตั้งแต่ปี 2514 เป็นต้นมา ปริมาณการนำเข้าไขมันอค์เม็คของเยอรมันมีแนวโน้มลดลงทุกปี โดย นำเข้า 523,100 ตันในปี 2514 ลดลงเหลือ 426,200 ตันในปี 2515 และ 332,000 ตัน ในปี 2516 สำหรับปี 2517 ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น 431,100 ตัน แหล่งสำคัญที่ เยอรมันนำเข้าก็คือไทย ปริมาณการนำเข้าไขมันอค์เม็คของเยอรมันจากไทยโน้มสูงขึ้นทุกปีจาก 61% ของปริมาณนำเข้าทั้งหมดในปี 2514 เพิ่มขึ้นเป็น 89% ในปี 2517 อย่างไรก็ตาม ไขมันอค์เม็คที่ เยอรมันนำเข้าจากไทยเคยประสบปัญหาเรื่องคุณภาพ คือ มีทรายปนเกินกว่า 10% ทำให้ไม่เป็นที่ ยอมรับของเยอรมันมาแล้ว แหล่งนำเข้าอันดับสองคือ อินโดนีเซีย ปริมาณการนำเข้าของเยอรมัน จากอินโดนีเซียโน้มต่ำลงทุกปี ทั้ง ๆ ที่คุณภาพไขมันอค์เม็คของอินโดนีเซียดีกว่าของไทย อนาคตหาก อินโดนีเซียสามารถส่งเสริมให้มีการขยายตัวในการปลูกมันสำปะหลังจนมีส่งออกได้เหลือเฟือแล้ว

คาดว่าอินโดนีเซียจะเป็นคู่แข่งที่หนักตัวของไทยประเทศหนึ่ง ซึ่งมีฐานะการแข่งขันด้านคุณภาพสินค้าที่เหนือกว่าไทยอีกด้วย

3.2.7 ปัญหาการค้ำประกันสำหรับผลิตภัณฑ์ของไทย มีอยู่หลายประการ ที่สำคัญได้แก่

(1) ปัญหาเรื่องคุณภาพไม่ไต่มาตรฐาน เป็นปัญหาที่เรื้อรังมานาน สาเหตุมีหลายประการ คือ สภาพดินฟ้าอากาศ ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในบางระยะ ทำให้มีการปลอมปน ระยะเวลาขนส่งที่ยาวนาน ราคาหัวมันสูงแต่ราคามันอัดไม่อยู่ในระดับสูงพอที่จะคุ้มกับต้นทุนการผลิต ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้บุคคลที่เกี่ยวข้องได้พยายามหาทางแก้ไข ทำให้ปัญหาลดลงเล็กน้อยลงในปัจจุบัน

(2) ปัญหาเรื่องระยะเวลาเรือบรรทุกซึ่งหายากและมีราคาสูง และบางครั้งมีปัญหาเรื่องกำหนดเวลาส่งมอบสินค้ากับการเช่าเทียบท่าของเรือบรรทุกไม่สอดคล้องกัน ทำให้เกิดปัญหาคานการขนส่ง

(3) ปัญหาเรื่องสินค้าแข่งขันและสินค้าที่ใช้ประกอบกัน คือ ข้าวโพค ข้าวฟ่าง และกากถั่วเหลือง ปลาดิบ ซึ่งราคาจำหน่ายสินค้าเหล่านี้มีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการหัวมันอัดเม็ดมาก นอกจากนี้นโยบายของประเทศผู้นำเข้าและคู่แข่งชั้นก็มีอิทธิพลต่อภาวะการค้ำประกันอัดเม็ดมาก

3.3 อุปสงค์แบ่งมันสำหรับผลิตภัณฑ์

3.3.1 การใช้ประโยชน์แบ่งมันสำหรับผลิตภัณฑ์ แบ่งมันสำหรับผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง แยกเป็นชนิดใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

(1) ใช้เป็นอาหารมนุษย์โดยตรง เช่น ใช้ผลิตอาหารสำหรับบริโภคโดยตรง เช่น ทำขนมต่าง ๆ หรือใช้เป็นอาหารในทางอ้อม โดยผ่าน process ของอุตสาหกรรมออกมาเป็นอาหารบริโภค เช่น ทำผงชูรส ทำน้ำเชื่อมและหัวเชื้อน้ำตาลต่าง ๆ เช่น dextrose เพื่อผลิตขนม ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง หมากฝรั่ง เคลือบยาต่าง ๆ หรือผลิตเป็น solid หรือ powder glucose สำหรับใช้ในการทำขนม

(2) ใช้ในการอุตสาหกรรมโดยใช้ผลิตแปงแปรรูปหรือผลิตภัณฑ์จากแปงอื่น ๆ เช่น ผลิตแปงละลายน้ำได้เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ใช้ในอุตสาหกรรมกระดาษ ใช้ผลิตกาว หรือ Adhesive agents อื่น ๆ เพื่อใช้ในการทำไม้อัด หรือเครื่องใช้ในสำนักงานต่าง ๆ

3.3.2 ตลาดภายในประเทศ ใ้แก่ ประชาชนผู้บริโภคแปงมันเป็นอาหาร และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ใช้แปงมันเป็นวัตถุดิบหรือเป็นส่วนประกอบการผลิต ซึ่งความต้องการในประเทศมีปริมาณค่อนข้างคงที่ประมาณปีละ 200,000 ตัน^{11/} โดยใช้ในอุตสาหกรรมผงชูรสประมาณปีละ 30,000 ตัน อุตสาหกรรมอาหารและ แปะแซ ประมาณ 20,000 ตัน อุตสาหกรรมกระดาษประมาณปีละ 200 ตัน อุตสาหกรรมทอผ้าประมาณปีละ 500 ตัน อุตสาหกรรมทำกาวและยาอื่น ๆ อีกประมาณปีละ 200 ตัน ส่วนที่เหลือใช้บริโภคเป็นอาหาร ปริมาณการบริโภคแปงมันสำหรับหลังในประเทศมีปริมาณค่อนข้างคงที่ เนื่องจากมีโซอาหารหลักของประชาชน และมีใ้ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการอุตสาหกรรม ประกอบกับมีแปงชนิดอื่นที่สามารถใ้แทนแปงมันสำหรับหลังได้ และราคาจำหน่ายก็ไม่แตกต่างกันมากนัก ตลาดแปงมันสำหรับหลังในประเทศจึงเป็นตลาดที่ค่อนข้างแคบและจำกัด

3.3.3 ราคาจำหน่าย ราคาจำหน่ายแปงมันสำหรับหลังมีแนวโน้มสูงขึ้นเกือบทุกปี ทั้งราคาจำหน่ายในประเทศและราคาส่งออก ทั้งนี้เนื่องจากราคาหัวมันสดซึ่งใ้เป็นวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นจากการแข่งขันค่านักทุคิบริหว่างการแปรรูปแปงมันกับมันอัดเม็ด โดยเฉพาะอย่างยิ่งมันอัดเม็ดกำลังมีการขยายตัวของตลาดระดับสูง ทำให้ราคาจำหน่ายมันอัดเม็ดโน้มสูงตามไปด้วย ผู้ผลิตจึงหันไปผลิตมันอัดเม็ดมากขึ้น และรับซื้อหัวมันสดในราคาที่สูงขึ้นตามไปด้วย ราคาขายส่งแปงมันสำหรับหลังในประเทศเคลื่อนไหวขึ้นลงตามภาวะความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยในปีใดความต้องการแปงมันจากต่างประเทศมีมาก ราคาใ้จะโน้มสูงขึ้น หากปีใดภาวะการค้าซบเซาลง ราคาใ้จะโน้มต่ำลง ดังเช่นในปี 2510 ราคาขายส่งแปงมันในตลาดกรุงเทพฯ เฉลี่ยตันละ

¹¹ มาดี สัตตกุล, "การใ้ประโยชน์จากพืชมันสำหรับหลัง", บทความเรื่องระบบธุรกิจการค้ำมันสำหรับหลัง. เสนอต่อที่ประชุม ณ สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม. พระนคร. ธันวาคม 2519, หน้า 4. (โรเนียว)

1,960 บาท โนมสูงขึ้นเป็นตันละ 3,749 บาทในปี 2517 สำหรับปี 2518 ซึ่งตลาดแบ่งมันในต่างประเทศซบเซา การสั่งซื้อมีน้อย ราคาขายส่งแบ่งในตลาดกรุงเทพฯ ลดต่ำลงเหลือตันละ 3,667 บาท สำหรับปี 2519 แม้ว่าภาวะการค้าแบ่งมันจะกระเตื้องขึ้นเล็กน้อย แต่ราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ ยังอยู่ในระดับต่ำเพียงตันละ 3,208 บาท สำหรับราคาส่งออกแบ่งมันเคลื่อนไหวในลักษณะเกี่ยวกับราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ และมีราคาสูงกว่าเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพิ่มขึ้น (ดูตารางที่ 6)

3.3.4 ตลาดต่างประเทศ เนื่องจากแบ่งมันสำปะหลังมีสินค้าที่สามารถใช้แทนกันได้ เช่น แบ่งข้าวโพค แบ่งมันเทศ ทำให้ภาวะการส่งออกแบ่งมันสำปะหลังไม่แจ่มใสเท่าที่ควร การนำเข้าของประเทศลูกค้าเป็นไปในลักษณะของการนำเข้าเพื่อเสริมอุปทานแบ่งในประเทศให้เพียงพอกับความต้องการ และเพื่อป้องกันมิให้ราคาแบ่งในประเทศสูงเกินไปเท่านั้น ทั้งนี้การค้าแบ่งมันในตลาดต่างประเทศจึงต้องประสบปัญหาความภาษีขาเข้า การจำกัดการนำเข้า วิธีการต่าง ๆ และภาวะการแข่งขันกับสินค้าที่ทดแทนกัน

ก) ในระยะ 15 ปีที่ผ่านมา ไทยได้ส่งแบ่งมันสำปะหลังไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ กว่า 40 ประเทศทั่วโลก แต่ปริมาณส่งออกขึ้นลงทุกปี ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าส่วนใหญ่มีได้ใช้แบ่งมันเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าหรือบริโภคโดยตรง แต่ใช้เป็นสินค้าทดแทนแบ่งชนิดอื่น ๆ ที่ประเทศเหล่านี้ผลิตได้เอง แล้วขาดแคลนเป็นบางปี ในปี 2503 ไทยส่งออกแบ่งมันสำปะหลัง ปริมาณ 98,705 ตัน ปริมาณส่งออกโนมต่ำลงและต่ำที่สุดในปี 2505 กล่าวคือ ส่งออกเพียง 67,359 ตัน หลังจากนั้นปริมาณส่งออกเปลี่ยนแปลงขึ้นลงทุกปี ปีที่มีการส่งออกสูงเรื่องที่สุดคือ ปี 2510 ปี 2517 และปี 2519 โดยส่งออกปริมาณ 209,336 ตัน มูลค่า 321 ล้านบาท ส่งออกปริมาณ 252,499 ตัน มูลค่า 770 ล้านบาท ส่งออกปริมาณ 239,000 ตัน มูลค่า 321 ล้านบาท ตามลำดับ

ข) ประเทศซึ่งเป็นผู้ค้าสำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้นำเข้าอันดับ 1 จากไทยในอดีต และปัจจุบันยังคงเป็นผู้นำเข้าแบ่งมันรายสำคัญของไทย รองลงมาจากญี่ปุ่น ในปี 2503 ไทยส่งออกแบ่งมันไปสหรัฐอเมริกา ปริมาณ 93,270 ตัน หรือร้อยละ 94.5 ของปริมาณ

ของปริมาณส่งออกของไทยทั้งหมด ซึ่งในปีเดียวกันนี้ไทยส่งแ่งมันไปญี่ปุ่นเพียง 1,278 ตันเท่านั้น หลังจากนั้นปริมาณส่งออกแ่งมันไปญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ในขณะที่ปริมาณการส่งออกไปสหรัฐอเมริกา กลับมีแนวโน้มต่ำลง ในปี 2518 ส่งออกไปญี่ปุ่นปริมาณ 61,860 ตัน หรือร้อยละ 43 ของปริมาณส่งออกของไทย ในขณะที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยปริมาณ 35,467 ตัน หรือร้อยละ 25 ของปริมาณส่งออกของไทย เมื่อพิจารณาสัดส่วนของการนำเข้าแ่งมันจากไทยของญี่ปุ่นกับสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่า สัดส่วนการนำเข้าของญี่ปุ่นไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ในขณะที่สัดส่วนการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มต่ำลงทุกปี นอกจากประเทศผู้ค้ารายสำคัญ 2 ประเทศดังกล่าวแล้ว ไทยมีลูกค้าแ่งมันสำปะหลัง อยู่ในแถบเอเชีย คือ ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ โดยแต่ละประเทศนำเข้าในปริมาณไม่มากนัก เป็นที่น่าสังเกตว่าอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตมันสำปะหลังรายใหญ่รายหนึ่งของโลกกลับเป็นผู้นำเข้าแ่งมันรายสำคัญของไทย โดยปี 2515 นำเข้า 199 ตัน และนำเข้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนในปี 2518 นำเข้าเป็นอันดับ 2 รองจากญี่ปุ่น ปริมาณ 69,230 ตัน ทั้งนี้ เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมที่ใช้แ่งมันสำปะหลังของอินโดนีเซีย ประกอบกับภาวะการขาดแคลนข้าวบริโภคนานาชาติ ประชากรจึงต้องบริโภคมันสำปะหลังแทน อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียได้พยายามกีดกันการนำเข้าแ่งมันสำปะหลังจากต่างประเทศ โดยการเก็บภาษีนำเข้าแ่งมันสำปะหลังในอัตราร้อยละ 40 ของราคาประเมิน ^{12/} เพื่อกีดกันการนำเข้าแ่งมันสำปะหลังจากต่างประเทศที่มีปริมาณมากเกินไป จนมีผลกระทบต่อการผลิตและราคาจำหน่ายแ่งมันสำปะหลังของอินโดนีเซีย (ดูตาราง 7)

ค) เงื่อนไขสัญญาการค้าจำหน่ายแ่งมันสำปะหลังของสหรัฐอเมริกากับไทย เป็นแบบทั่วไป โดยกำหนดราคาขายเป็นราคา เอฟ.โอ.บี. กรุงเทพฯ น้ำหนักและคุณภาพสิ้นสุดเมืองต้นทางโดยการตรวจสอบของบริษัทผู้ตรวจสอบ (Superintendence Company) หรือที่เรียกว่าบริษัทสำรวจ (Servey Co.) ในกรณีที่บริษัทผู้ผลิตมีห้องทดลองวิทยาศาสตร์ของตนเอง และสร้างความเชื่อถือให้กับผู้ซื้อมาเป็นเวลานานแล้ว บริษัทผู้ผลิตก็เป็นผู้รับรองคุณภาพเอง สำหรับ

ประเทศญี่ปุ่นนั้น กำหนดราคาซื้อขายเป็นราคา C & F หรือ C.I.F. (Cost Insurance, Freight) โดยผู้ส่งออกเป็นผู้หารวางเรือเอง การตรวจสอบคุณภาพและน้ำหนักโดยบริษัทตรวจสอบเอกชน

ง) สำหรับข้อกำหนดการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้าต่าง ๆ นอกจากประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งตั้งกำแพงภาษีดังกล่าวข้างต้นแล้ว

ญี่ปุ่นซึ่งเป็นผู้นำเข้าอันดับ 1 ของไทยในปัจจุบันได้กำหนดมาตรการควบคุมการนำเข้าแป้งชนิดต่าง ๆ ที่นำเข้าจากต่างประเทศอย่างเข้มงวด โดยใช้มาตรการด้านภาษี ข้อกำหนดการนำเข้าและมาตรการด้านการจำหน่าย ทั้งนี้ เพื่อคุ้มครองเกษตรกร ผู้ผลิตภายในประเทศ และปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับแรงงานของชาติ เนื่องจากแป้งที่ผลิตได้ในประเทศญี่ปุ่นมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าแป้งจากต่างประเทศ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับแป้งจากต่างประเทศได้ มาตรการต่าง ๆ ญี่ปุ่นได้กำหนดไว้ดังนี้

(1) กำหนดโควตาการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากประเทศต่าง ๆ ในลักษณะของโควตาการรวม (Global Quota) คือ เป็นการกำหนดโควตาการนำเข้าแป้งทั้งหมด โดยมีได้กำหนดความเป็นแป้งประเภทใด จำนวนเท่าใด และนำเข้าจากประเทศใด จำนวนเท่าใด การกำหนดโควตาเป็นหน้าที่ของกระทรวงเกษตรและป่าไม้ญี่ปุ่น การกำหนดโควตาจะกระทำเป็นปี ๆ ไป แป้งที่นำเข้าตามโควตาสวนใหญ่ได้แก่ แป้งมันสำปะหลัง แป้งสาลี และแป้งมันฝรั่ง กระทรวงการต่างประเทศและอุตสาหกรรมเป็นผู้พิจารณาอนุญาตให้นำเข้าตามโควตาดังกล่าว การกำหนดโควตาแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

- Planned Quota กำหนดตามลักษณะการใช้ประโยชน์ คือ นำเข้าเพื่อผลิตกลูโคสและไซรัป นำเข้าเพื่อผลิต Glutamine และนำเข้าเพื่อผลิตแป้งแปรรูป (Modified Starch) ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ทอผ้า กระดาษ ย้อมสี

- Special Quota เป็นโควตาที่จัดสรรให้เป็นพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ 3 ประเภท คือ อุตสาหกรรมแป้งแปรรูป อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สบู่ออกสร้าง และอุตสาหกรรมผลิตกาวยและรมพื้นเมือง

- โคเวตาสำหรับเกาะโอกินาวา เป็นโคเวตาที่ญี่ปุ่นจัดสรรให้ เป็นพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมแปรงแปรรูปบนเกาะโอกินาวา แต่มีปริมาณโคเวตาไม่มากนักในแต่ละปี
- โคเวตาสำหรับผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก เป็นโคเวตาที่จัดสรร ให้กับอุตสาหกรรมที่นำเขาแปรงมันสำปะหลังมาเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในการผลิตสินค้า เพื่อการส่งออก เช่น Dextrose, Glucose วิตามินบี 2 วิตามินซี

(2) การเก็บภาษีขาเข้า ญี่ปุ่นแยกการเก็บภาษีขาเข้าแปรงมันออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ถ้าเป็นการนำเขาโดยสหกรณ์การเกษตรของญี่ปุ่นที่เรียกว่า ZENNOH เพื่อผลิต Glucose, Dextrose, Syrup ได้รับความยกเว้นภาษีขาเข้า แต่ถาเป็นการนำเขาโดยผู้นำเขาทั่วไป เพื่อใช้เป็นอาหารหรือใช้ในการอุตสาหกรรม (Private use) ต้องเสียภาษีขาเข้าในอัตราสูงมาก ถึงร้อยละ 25 ของมูลค่านำเขา หรือสูงกว่านั้นถึงร้อยละ 25 - 40 ของมูลค่านำเขา โดยไม่มีอัตรา พิเศษ เช่น อัตราภาษีนำเขาจากประเทศที่เป็นสมาชิก GATT หรืออัตราในระบบสิทธิพิเศษเป็นการ ทั่วไป (G.S.P.) หรืออัตราชั่วคราวซึ่งเก็บต่ำกว่าอัตราปกติ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับภาษีขาเข้า แปรงข้าวโพดซึ่งเก็บในอัตราร้อยละ 10 ของมูลค่านำเขาแล้ว ทำให้ฐานะการแข่งขันของแปรงมันสำปะหลัง หดหู่หนักลงกว่าเดิม

(3) การควบคุมการจำหน่าย สำหรับสินค้าแปรงที่นำเขาโดยสหกรณ์ การเกษตรญี่ปุ่น ซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีขาเข้า ได้กำหนดเงื่อนไขการจำหน่ายไว้ดังนี้ การจำหน่าย แปรงที่นำเขาให้กับสมาชิกทุก ๆ 420 ก.ก. จะต้องจำหน่ายควบคู่กับแปรงข้าวโพดที่ผลิตได้ในประเทศ จำนวน 3,780 ก.ก. และแปรงอื่น ๆ ที่ผลิตได้ในประเทศจำนวน 1,000 ก.ก. เสมอไป ทั้งนี้ เพื่อเป็นการบังคับให้สมาชิกซื้อแปรงที่ผลิตได้ในประเทศ อันเป็นการคุ้มครองเกษตรกรและผู้ผลิตตาม นโยบายของญี่ปุ่น

สหรัฐอเมริกาไม่เก็บภาษีขาเข้าแปรงมันสำปะหลังจากต่างประเทศ แต่การส่งแปรงมันสำปะหลังไปจำหน่ายยังสหรัฐอเมริกาของไทยอยู่ในฐานะเสียเปรียบค่านราคาจำหน่าย เนื่องจากค่าระวางเรือสูงถึงตันละ ประมาณตันละ 48 เหรียญสหรัฐ และฐานะการแข่งขันต่ำกว่า ข้าวโพด สำหรับค่าระวางเรือไปญี่ปุ่นประมาณตันละ 20 เหรียญสหรัฐ เท่านั้น

ในด้านการส่งออกของไทย การส่งออกแปงมันสำปะหลังไม่คง
 เดียวภาษีขาออก คงเสียแต่ภาษีการค้า 2 % และภาษีเทศบาลอีก 1.0 % ของภาษีการค้า รวมเป็น
 ภาษี 2.2 % ของราคาจำหน่ายเท่านั้น

3.3.5 ปัญหาการตลาด มีหลายประการที่สำคัญได้แก่

(1) ตลาดแปงมันเป็นตลาดค่อนข้างจำกัด โดยมีอุปสงค์ในประเทศประมาณ
 ปีละ 200,000 ตัน และอุปสงค์จากต่างประเทศไม่แน่นอน เนื่องจากมีแป้งชนิดอื่นที่สามารถใช้แทน
 กันได้เกือบสมบูรณ์หลายชนิด ประกอบกับต่างประเทศนำเข้าแปงมันสำปะหลังไปเพื่อเสริมอุปทานใน
 ประเทศเท่านั้น การขยายตัวของตลาดแปงมันสำปะหลังจึงขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตแปงของประเทศ
 ผู้นำเข้าเป็นหลัก

(2) เนื่องจากนโยบายคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศ โดยมีการกำหนดโควตา
 นำเข้า ทั้งกำแพงภาษีขาเข้า ตลอดจนนโยบายการจำกัดการนำเข้าอื่น ๆ ทำให้แปงมันสำปะหลัง
 ของไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับแปงประเภทอื่น ๆ ได้

(3) คุณภาพของแปงมันสำปะหลังของไทยยังมีได้กำหนดคุณภาพมาตรฐาน
 ไว้แน่นอน ทำให้สินค้าเกิดเกี่ยวกันของแต่ละผู้ผลิตมีคุณภาพแตกต่างกัน ก่อให้เกิดความไม่เชื่อถือ
 ด้านคุณภาพจากผู้ซื้อต่างประเทศ.

ตารางที่ 4 ราคาหัวมันสำปะหลังสดที่เกษตรกรได้รับรายเดือน (Farm Price)

ระหว่างปี 2510 - 2518

หน่วย : บาท : ก.ก.

ปี พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย ใน 1 ปี
2510	0.50	0.39	0.39	0.27	0.50	0.28	0.44	0.52	0.39	0.33	0.40	0.40	0.47
2511	0.33	0.33	0.34	0.33	0.27	0.38	0.42	0.31	0.28	0.24	0.36	0.41	0.33
2512	0.74	0.66	0.95	0.74	0.78	0.79	0.56	0.69	0.65	0.58	0.61	0.45	0.68
2513	0.41	0.48	0.43	0.45	0.45	0.53	0.62	0.45	0.54	0.43	0.43	0.43	0.47
2514	0.45	0.39	0.41	0.60	0.46	0.41	0.43	0.75	0.42	0.86	0.92	0.38	0.54
2515	-	-	0.69	0.86	0.47	1.04	0.86	0.53	0.45	0.63	1.01	0.96	0.75
2516	0.31	0.26	0.41	0.35	0.31	0.41	0.31	0.35	0.34	0.28	0.19	0.36	0.32
2517	0.37	0.30	0.26	0.30	0.27	0.29	0.29	0.27	0.29	0.30	0.38	0.37	0.31
2518	0.39	0.39	0.38	0.41	0.41	0.44	0.37	0.42	0.47	0.43	0.45	0.44	0.42

ที่มา : กองเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 5 ปริมาณส่งออกมันสำปะหลังอัดเม็ดของไทย

(หน่วย : ตัน)

	2510	2511	2512	2513	2514	2515	2516	2517	2518	2519	เฉลี่ย
เบลเยียม	1,573	4,188	7,153	1,437	3,919	-	12,561	13,419	2,032	26,396	
เนเธอร์แลนด์	62,830	268,242	586,297	785,765	828,669	1,003,744	1,274,728	1,641,451	1,849,629	2,904,392	
เยอรมัน	32,692	41,014	144,324	270,634	122,098	63,313	93,220	102,135	72,583	104,334	
ฝรั่งเศส	-	1,344	958	628	11,196	42,306	109,243	87,938	54,167	128,397	
รวมส่งออกทั้งสิ้น (Total)	97,096	314,788	773,908	1,061,065	966,278	1,109,363	1,508,598	1,924,647	2,035,748	3,193,176	
คิดเป็น % ของปริมาณส่งออกทั้งสิ้น											
เบลเยียม	1.6	1.3	0.9	0.1	0.4	-	0.8	0.7	0.1	0.8	0.67
เนเธอร์แลนด์	64.7	85.2	75.8	74.1	85.5	90.5	84.5	85.3	90.9	91.0	82.75
เยอรมัน	33.7	13.0	18.6	25.5	12.6	5.7	6.2	5.3	3.6	3.3	12.75
ฝรั่งเศส	-	0.4	0.1	0.1	1.2	3.8	7.2	4.6	2.7	4.0	2.41
อื่น ๆ	-	0.1	4.6	0.2	0.3	-	1.3	4.1	2.7	0.9	1.42
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ที่มา : สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย

ตารางที่ 6 ราคาจำหน่ายแป้งมันสำปะหลัง

หน่วย : บาท/ตัน

	2514	2515	2516	2517	2518
ราคาหัวมันที่เกษตรกรได้รับ	540	750	320	310	540
ราคาขายส่งแป้งชนิดละเอียด ในตลาดกรุงเทพ ฯ	2,130	2,250	2,719	3,749	3,667
ราคาส่งออก *	1,688	1,819	2,247	3,049	3,084

ที่มา : กองเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

* สถิติศุลกากร (เป็นราคาเฉลี่ย)

ตารางที่ 7 ปริมาณส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยแยกรายประเทศ

(หน่วย : ตัน)

ปี	ญี่ปุ่น	สหรัฐ ฯ	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อื่น ๆ	รวม
2505	7,445	55,978	2,681	303	-	67,359
2506	5,929	86,403	1,848	356	-	102,927
2507	15,616	110,280	2,974	12	-	145,261
2508	16,208	113,308	1,588	5	-	134,203
2509	21,852	145,997	1,675	692	-	173,671
2510	70,975	124,100	3,147	2,276	7,612	208,110
2511	50,036	75,410	3,157	1,942	13,160	143,605
2512	45,296	65,892	3,375	752	5,880	121,195
2513	52,588	75,846	4,404	1,086	10,779	144,703
2514	56,506	63,374	3,211	1,206	25,515	149,812
2515	42,415	49,192	3,075	4,007	30,491	129,180
2516	74,900	48,051	5,810	10,527	37,408	176,696
2517	151,029	53,364	5,995	4,883	-	255,521
2518	61,860	35,467	10,150	9,094	-	144,096
2519	83,818	34,736	9,343	8,091	105,212	241,200

ที่มา : สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย