



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาศาสนาการผลิตและการตลาดมันอัดเม็ดแข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทย

A Study on Production and Marketing
of Thai Tapioca Hard Pellets Export

ของ


นางสาวพินิตา รัตนาถาวร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)


เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2539

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


(อาจารย์อรสา บัวตะมะ)

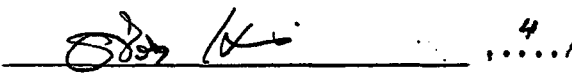
4 / 5 / 39

กรรมการวิทยานิพนธ์


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งสรรค์ ไนชัย)

4 / 5 / 39

หัวหน้าภาควิชาฯ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรษา เกรียววิริยะพันธ์)

4 / 5 / 39

รฟ.
พ 1997
2539



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดมันอัดเม็ดแข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทย

A Study on Production and Marketing
of Thai Tapioca Hard Pellets Export



T097756

โดย

นางสาวพนิศา รัตนถาวร

เสนอ

ป.ศ.
พ. 199 ก
2539

เลขที่.....
เลขทะเบียน 97756
วันเดือนปี 9 JUN 2009

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาสถานการณ์การผลิตและการตลาดมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย

โดย : นางสาวนิตา รัตนถาวร

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  .4. / 256 / 39

(อรสา บัวตยม)

มันสำปะหลัง เป็นพืชมีความสำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่ง ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกมันสำปะหลังอัดเม็ดแข็งไปจำหน่ายยังต่างประเทศมากที่สุดในโลก วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์การผลิต การตลาด เพื่อการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย กระบวนการส่งออก ตลอดจนศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไข ปัญหาส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตมันอัดเม็ดแข็งให้ได้ผลผลิตคุณภาพดี และเพื่อหาตลาดในการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมากขึ้น รวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน บริษัทส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง คือบริษัทโปรอะกรีเทรต (ประเทศไทย) จำกัด บริษัททุนผลจำกัด และสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย

ผลการศึกษาพบว่าผลิตมันสำปะหลังส่งออกในรูปของมันอัดเม็ดแข็ง ตลาดส่งออกที่สำคัญคือ กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สเปน โปรตุเกส และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน การนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปปริมาณและมูลค่าลดลงตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2533-2538 เป็นต้นมา เนื่องจากราคารัฐนิยมในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปลดลงสามารถขายในราคาถูกแข่งกับมันอัดเม็ดแข็งที่นำเข้า ทำให้ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งลดลง ราคามันอัดเม็ดแข็งลดลงเนื่องจากประเทศไทยต้องลดราคามันอัดเม็ดแข็งแข่งกับราคารัฐนิยมในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็งที่สำคัญของประเทศไทยได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน เนื่องจากประเทศไทยผลิตมันอัดเม็ดแข็งได้น้อยไม่พอส่งออกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปปริมาณ และมูลค่าลดลงตั้งแต่ปี 2533-2538

ข้อเสนอแนะในการศึกษามีหลายประการดังนี้ รัฐบาลควรกำหนดนโยบายการส่งออกให้เป็นธรรมและชัดเจน กำหนดมาตรฐานของมันอัดเม็ดแข็งที่ส่งออกเป็นมาตรฐานเดียวกัน เข้มงวดกับคุณภาพสินค้าส่งออกให้มากขึ้น ควรใช้ระบบการส่งออกเสรีเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการใช้คลังสินค้า ส่งผลให้ต้นทุนมันอัดเม็ดแข็งลดลงและระดับราคาของมันอัดเม็ดแข็งถูกลงสามารถแข่งกับราคาอัตราพีชทดแทนในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้ ควรสนับสนุนให้ใช้มันอัดเม็ดแข็งเป็นส่วนผสมอาหารเลี้ยงสัตว์ภายในประเทศ และสนับสนุนให้ผู้ส่งออกมีการขยายตลาดการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมากขึ้น ด้านเกษตรกรควรรวมกลุ่มกันอย่างจริงจัง เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองราคา และควรนำผลการวิจัยหน่วยงานต่าง ๆ มาใช้ในการผลิต เพื่อเกิดประสิทธิภาพในการผลิต ด้านผู้ส่งออกควรปรับปรุงคุณภาพของมันอัดเม็ดแข็งอยู่เสมอ จัดหามันอัดเม็ดแข็งคุณภาพดีส่งออกไปยังต่างประเทศ และควรขยายตลาดการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปให้มากขึ้น

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นจนสามารถสำเร็จลงด้วยดี ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณบุคคลหลายท่านที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือแก่ข้าพเจ้าในครั้งนี้ ทั้งในด้านความรู้และการให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการนำมาจัดทำปัญหาพิเศษ ซึ่งข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อรุณสาร ขวตะมะ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ท่านกรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อข้าพเจ้า ในการจัดทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ให้ความสมบูรณ์และถูกต้องยิ่งขึ้น ขอขอบคุณคุณวิเชียร ผู้พิมพ์ธรรมคุณ ผู้จัดการฝ่ายการค้าของบริษัทไปรษณีย์โทรเลข จำกัด คุณปราโมทย์ ทองย่น กรรมการผู้จัดการบริษัท พูนผล จำกัด และ สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย ที่กรุณาเอื้อเฟื้อข้อมูลเป็นประโยชน์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้องทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนด้านกำลังทรัพย์ แก่ข้าพเจ้า ในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ตลอดมา

พนิดา รัตนถาวร

พฤษภาคม 2539

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
การตรวจเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 สถานการณ์ผลิตมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย	9
การผลิตมันอัดเม็ดแข็ง	9
แหล่งผลิตมันสำปะหลังที่นำมาทำมันอัดเม็ดแข็ง	9
พื้นที่เพาะปลูก	9
มันสำปะหลังที่ปลูกเป็นการค้า	11
ประเภทมันอัดเม็ด	12
กรรมวิธีการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง	12
ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพมันอัดเม็ดแข็ง	13
อัตราการแปรรูปจากมันเส้น เป็นมันอัดเม็ดแข็ง	13
ต้นทุนการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง 1 กิโลกรัม	15
ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปมันอัดเม็ดแข็ง	16
ปัญหาการผลิตและแนวทางการแก้ไข	18
ปัญหาการผลิต	18
แนวทางการแก้ไข	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 การตลาดมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย	21
โครงสร้างทางการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง	22
วิธีการจำหน่าย	24
วิธีการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง	24
ลักษณะการซื้อขาย	25
การเคลื่อนไหวของราคาผลผลิต	29
ต้นทุนการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง	32
หน้าที่ทางการตลาดที่สำคัญ	32
การขายตลาดมันอัดเม็ดแข็ง	34
แนวโน้มขายมันสำปะหลังภาครัฐบาล ปี 2537-2541	34
แนวโน้มขายมันสำปะหลังภาคเอกชน	36
แนวทางการตลาดในอนาคต	37
บทที่ 4 การส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย	38
โครงสร้างทางการตลาดส่งออก	38
วิธีการตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง	38
ราคาผลผลิตที่ส่งออก	39
การเตรียมการก่อนการส่งออก	42
ค่าใช้จ่ายการส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง	43
กระบวนการส่งออก	43
ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	48
ปัญหาการส่งออก	58
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	60
สรุป	60
ข้อเสนอแนะ	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

เอกสารอ้างอิง

หน้า

63

ภาคผนวก

67



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลผลิตหัวมันสำปะหลังสดของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญของโลก ปี พ.ศ. 2533-2538	2
2	ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2533-2538	3
3	ค่าใช้จ่ายแปรปรูปมันเส้นเป็นมันอัดเม็ดแข็ง	17
4	ราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังปี พ.ศ. 2533-2538	30
5	ราคาขายส่งมันอัดเม็ดแข็งแยกเป็นรายเดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2538	31
6	ต้นทุนการตลาดมันอัดเม็ดแข็งปี 2537	32
7	ราคาส่งออกมันอัดเม็ดแข็งแยกเป็นรายเดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2538	41
8	สถิติบริษัทผู้ส่งออกมันอัดเม็ดแข็งปี 2538 จำนวน 10 อันดับ	45
9	ค่าใช้จ่ายในการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งปี 2535/2536	46
10	ปริมาณการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยแยกเป็นรายประเทศ เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2538	51
11	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศ เนเธอร์แลนด์ ปี พ.ศ. 2533-2538	52
12	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศ สเปน ปี พ.ศ. 2533-2538	53
13	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศ โปรตุเกส ปี พ.ศ. 2533-2538	54
14	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศ เยอรมันตะวันตก ปี พ.ศ. 2533-2538	55
15	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศ ญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2533-2538	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศเกาหลีใต้ ปี พ.ศ. 2533-2538	58
17	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศไต้หวัน ปี พ.ศ. 2533-2538	59



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรรมวิธีการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง	14
2	วิธีการจำหน่ายมันอัดเม็ดแข็ง	25
3	วิธีการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง	26
4	วิธีการตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง	40
5	คลังและสถานที่ขนถ่ายมันอัดเม็ดแข็งของผู้ส่งออกในเขตส่งออกในประเทศไทย	44



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

มันสำปะหลังจัดเป็นอาหารที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 7 ของอาหารมนุษย์ทั่วโลก มีปลูกทั่วไปในเขต Tropic มนุษย์กว่า 200 ล้านคน ใช้มันสำปะหลังเป็นอาหารทั้งในรูปแบบอาหารหลัก อาหารรอง และอาหารเสริม ประโยชน์ของมันสำปะหลังสามารถใช้เลี้ยงสัตว์ และใช้ในกิจกรรมอุตสาหกรรมได้ด้วย (กรมวิชาการเกษตร , 2523 : 2)

สำหรับประเทศไทยมันสำปะหลังเป็นพืชที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศมาก สถิติปี 2538 ทั่วโลกผลิตมันสำปะหลังได้ 152.4 ล้านตัน ในปีเดียวกันประเทศไทยผลิตได้ 18.2 ล้านตัน ผลิตได้มากเป็นอันดับสามของโลก ประเทศที่ผลิตได้มากที่สุดคือ ไนจีเรียผลิตได้ 30.0 ล้านตัน (ตารางที่ 1) ประเทศไทยครองตลาดผลิตมันสำปะหลังในตลาดโลกติดต่อกันมาเป็นเวลานานเพราะเป็นประเทศเดียวที่ผลิตเพื่อการค้า แต่ความต้องการใช้ในประเทสน้อย ส่วนไนจีเรีย บราซิล มีผลผลิตมากกว่าประเทศไทยแต่ความต้องการใช้ในประเทสมาก จึงไม่มีการส่งออกผลิตมันสำปะหลัง (กระทรวงพาณิชย์ 2538 : 38) ประเทศไทยเป็นประเทศส่งออกผลิตมันสำปะหลังมากที่สุดในโลก ปี 2538 ประเทศไทยส่งออกผลิตมันสำปะหลัง ปริมาณ 3.82 ล้านตัน มูลค่า 12,246.1 ล้านบาท ผลิตมันสำปะหลังที่ประเทศไทยส่งออก มี แป้ง มันเส้น และมันอัดเม็ดแข็ง โดยมันอัดเม็ดแข็งมีความสำคัญมากส่งออกไม่ต่ำกว่าปีละ 3 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 85-90 ของปริมาณส่งออกทั้งหมด (ตารางที่ 2) ตลาดส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ฯลฯ มีการนำเข้าร้อยละ 65-70 ของผลิตมันอัดเม็ดแข็งนำเข้าทั้งหมด ปริมาณมันอัดเม็ดแข็งส่งไปตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปถูกจำกัดโดยโควต้าส่งออกไม่เกินปีละ 5.75 ล้านตัน (สามารถขอสิทธิโควต้า 0.5 ล้านตันของปีถัดไปได้) ตลาดนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฯลฯ ปริมาณการส่งออกมีไม่มากและไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีที่ใช้ทดแทนกันได้ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2538 : 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ผลผลิตหัวมันสำปะหลังสดของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญของโลก ปี พ.ศ. 2533-2538

(หน่วย : ล้านตัน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2533	2534	2535	2536	2537	2538
รวมทั้งโลก	149.1	151.1	154.8	63.7	161.8	152.4
ทวีปแอฟริกา	67.0	69.3	75.2	84.5	81.6	78.5
ไนจีเรีย	19.0	20.3	20.3	29.9	31.1	30.0
ซาอีร์	17.6	18.2	20.2	20.8	17.5	16.5
อื่น ๆ	30.4	30.8	34.7	33.8	33.0	32.0
ทวีปเอเชีย	49.8	49.3	50.9	50.5	48.9	45.8
ไทย	20.7	19.7	20.2	19.5	19.1	18.2
อินโดนีเซีย	15.8	16.0	16.5	17.3	16.2	15.1
อื่น ๆ	13.3	13.6	14.2	13.7	13.6	12.5
กลุ่มประเทศลาตินอเมริกา	32.1	32.4	28.6	28.5	31.0	27.9
บราซิล	24.3	24.5	21.9	21.9	24.1	23.0
ปารากวัย	3.6	3.9	2.6	2.7	2.7	1.7
อื่น ๆ	4.2	4.0	4.1	3.9	4.2	3.2
อื่น ๆ	0.2	0.1	0.1	0.2	0.3	0.2

ที่มา : (ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2533-2538

ปี พ.ศ.	ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง		มันอัดเม็ดแข็ง	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2533	8,227,286	24,465.2	7,346,717	19,897.6
2534	7,089,995	24,883.9	6,269,223	19,628.4
2535	9,104,623	29,613.3	8,093,775	23,693.4
2536	7,342,152	21,735.7	6,588,869	17,000.4
2537	5,667,963	18,773.4	4,714,611	12,119.0
2538	3,826,901	12,246.1	3,127,526	10,008.1

ที่มา : (ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2538)

ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศไทยมีปัญหา เช่น ราคาหัวมันสำปะหลังตกต่ำ ปริมาณการผลิตในประเทศเกินความต้องการของตลาด ส่งผลกระทบต่อมันอัดเม็ดแข็งซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมากที่สุด นอกจากนี้เทคนิคการอัดเม็ดของบางโรงงานยังไม่ดี ส่วนใหญ่มีการปลอมปนด้วยทราย หิน ก้อนแกงแข็ง และต้นมันสำปะหลังในระหว่างกรรมวิธีการผลิตเพื่อเพิ่มน้ำหนักให้มากขึ้น หรือใช้รำข้าวเพื่อต้องการน้ำมันจากรำข้าวเป็นสารตัวเชื่อม ทำให้มีการตรวจพบแกลบเจือปน พบแมลงมีชีวิต ส่วนมากเป็นมอดและมันอัดเม็ดแข็งลักษณะเป็นรูพรุน กลิ่นเหม็นอับ แสดงว่าเป็นมันสำปะหลังเก่า หากปล่อยสินค้าคุณภาพไม่ดีไม่ตรงตามมาตรฐานกำหนดออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ย่อมนำความเสียหายมาสู่ประเทศชาติมาก ทำให้ต่างประเทศขาดความเชื่อถือไม่มีประเทศใดยอมสั่งซื้ออีก เนื่องจากสัตว์กินมันสำปะหลังปนทรายอาจตายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนั้นโรงงานยังเสียเวลานำผลิตภัณฑ์ไปปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐาน จึงส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้เป็นอุปสรรคในการขยายตลาดส่งออก ถ้าปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้ได้รับการปรับปรุงแก้ไข โอกาสในการส่งออกและขยายตลาดจะกว้างขึ้น เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการสินค้าที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงสถานการณ์ผลิตและการตลาดเพื่อการส่งออก เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงส่งเสริมการส่งออกให้ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาขบวนการผลิตมันอัดเม็ดแข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงขบวนการผลิตมันอัดเม็ดแข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทย
2. เพื่อให้ทราบถึงการตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย
3. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสู่ทางการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลระหว่าง ปี พ.ศ. 2533-2538 ศึกษาถึงปริมาณการผลิตและการส่งออก มูลค่าการผลิตและการส่งออกในรูปมันอัดเม็ดแข็งไปประเทศคู่ค้าสำคัญของประเทศไทย คือ กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป และประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป มีการกล่าวถึงปัญหา ข้อเสนอแนะในการผลิต การตลาด และการส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการส่งออก และขยายตลาดการส่งออกของประเทศไทยต่อไปในอนาคต เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง หมายถึง มันสำปะหลังที่แปรสภาพมาจากหัวมันสำปะหลัง และทำให้แห้งแล้วไม่ว่าจะมีลักษณะปน หรือเป็นเส้น ชิ้น ผั่น ก้อน แท่ง เม็ด หรือในลักษณะอื่นใด แต่ไม่รวมถึงแป้งมันสำปะหลังและกากมันสำปะหลัง

มันสำปะหลังอัดเม็ดแข็ง หรือมันอัดเม็ดแข็ง หมายถึง มันสำปะหลังที่แปรสภาพมาจากหัวมันสำปะหลังที่ทำให้แห้งแล้วนำมาอัดเม็ดแข็ง มีลักษณะเป็นแท่งกลมหรือเม็ด

วัตถุดิบ หมายถึง วัตถุดิบที่ไม่ใช่ส่วนประกอบตามธรรมชาติของหัวมันสำปะหลัง แต่ไม่รวมถึงสารตัวเชื่อม

สารตัวเชื่อม หมายถึง วัตถุดิบที่ช่วยทำให้มันสำปะหลังจับตัวเป็นเม็ดแข็งและหรือลดการเป็นฝุ่น เช่น กากน้ำตาล น้ำมันพืช ฯลฯ สารตัวเชื่อมต้องไม่เป็นอันตรายต่อสัตว์เลี้ยง และไม่ทำให้มันอัดเม็ดแข็งมีกลิ่นเป็นที่น่ารังเกียจ

การตรวจเอกสาร

ชาคริต จุลกะเสวี (2527) ศึกษาพบว่า มันสำปะหลังมีประโยชน์มากมายสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น นำหัวมันสำปะหลังสดมาแปลงเป็น "การี" ซึ่งเป็นอาหารหลักของประชาชนแอฟริกาและอเมริกาใต้ ซึ่งเขานิยมกิน "การี" กันมาก เช่นเดียวกับที่คนไทยเรานิยมรับประทานข้าว นอกจากนี้ยังใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตแอลกอฮอล์ หรือนำมาแปรสภาพเป็นน้ำตาลเข้มข้น ทำสีผสมอาหาร และใช้ผลิตผงชูรสได้ แต่ประโยชน์อันสำคัญยิ่งของมันสำปะหลังอีกอย่างหนึ่งคือ ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตอาหารเลี้ยงสัตว์ซึ่งได้ผลดีมาก

อุบล ศิริภานุมาศ (2527) ศึกษาถึง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกส่วนใหญ่อยู่ในรูปของมันอัดเม็ดแข็ง มันเส้น แป้งมันสำปะหลัง กากมัน และมันปน ส่วนที่มีปริมาณส่งออกมาก เอกสารฉบับนี้สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้แก่ มันอัดเม็ด และมันเส้น มีมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด ประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ คือ ประเทศกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปประมาณร้อยละ 95 ที่เหลือร้อยละ 5 ได้แก่ ญี่ปุ่น รัสเซีย โดยมีเนเธอร์แลนด์เป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุด ส่วนใหญ่นำไปใช้เลี้ยงสัตว์โดยผสมกับกากถั่วเหลืองจะมีคุณค่าทางอาหารเท่ากับธัญพืชอื่น ๆ เช่น ข้าวโพด ข้าวบาร์เลย์ แต่มีราคาต่ำกว่า และถูกเก็บภาษีขาเข้าในอัตรารต่ำ เนื่องจากความต้องการผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อการเลี้ยงสัตว์ขยายตัวเพิ่มขึ้น และปริมาณการผลิตปศุสัตว์เพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพิ่มขึ้นมาก

รายงานกิจกรรมกรมวิทยาศาสตร์และบริการ (2534) กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน ศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นพืชเศรษฐกิจที่เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ สามารถนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ราคาไม่แพง เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สเปน ฯลฯ ในปี พ.ศ. 2533 มีการนำเข้ามันอัดเม็ดทั้งหมด 4,896,103 ตัน มูลค่า 16,629.1 ล้านบาท ส่วนประเทศนอกกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ สหภาพโซเวียต เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฯลฯ มีการนำเข้ามันอัดเม็ดทั้งหมดจากประเทศไทย 2,466,749 เมตริกตัน มูลค่า 3,433.8 ล้านบาท รวมประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดทั้งสิ้น 7,318,368 ตัน มูลค่ารวม 19,856.5 ล้านบาท

จุฑารัตน์ ภมรานนท์ (2536) ศึกษาพบว่า หัวมันสำปะหลังสดที่ผลิตในแต่ละปีใช้บริโภคภายในประเทศ ใช้แปรรูปเป็นแป้งมัน และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการเลี้ยงสัตว์คิดเป็นร้อยละ 6 10 และ 84 ตามลำดับ ของปริมาณผลผลิตหัวมันสำปะหลังสดทั้งหมด ดังนั้นผลผลิตมันสำปะหลังของประเทศไทยผลิตเพื่อนำมาส่งออกขายต่างประเทศ ประเทศไทยส่งออกมันสำปะหลังในรูปแบบต่าง ๆ กัน เช่น มันอัดเม็ดแข็ง มันเส้น แป้งมัน กากมัน และมันป่น ในบรรดาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเหล่านี้ ผลิตภัณฑ์เพื่อการเลี้ยงสัตว์มีความสำคัญที่สุด โดยเฉพาะมันอัดเม็ดแข็งสามารถส่งออกมากกว่าร้อยละ 90 ของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกทั้งหมด ส่วนมันเส้น กากมัน และมันป่น ในอดีตสามารถส่งออกได้มาก แต่ในปัจจุบันการส่งออกลดลงมาก โดยเฉพาะ กากมัน และมันป่น ในระยะหลังไม่มีการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิรนาม (2537) ศึกษาพบว่า ในปัจจุบันการค้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของโลกอยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันกันสูง ประสบปัญหาทางการส่งออกและด้านราคาทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือร่วมใจกันเพื่อฟื้นฟูอุปสรรคทางการค้า ในขณะที่เดียวกันต้องเร่งปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าให้เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

นิรนาม (2538) ศึกษาถึง ทิศทางการค้ามันสำปะหลังในปี 2538 ว่าเป็นปีทองของชาวไร่แต่ไม่ใช่ปีทองของผู้ส่งออก เพราะปริมาณหัวมันสำปะหลังลดลงทำให้ปริมาณมันอัดเม็ดแห้งมีน้อยกว่าโควตาที่ได้รับจากประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ผู้ส่งออกมันอัดเม็ดแห้งต้องยอมเสวนาราคารับซื้อในราคาสูงขึ้น ขณะที่ราคามันอัดเม็ดแห้งในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปลดลงตามนโยบายการอุดหนุนธัญพืช ผู้ส่งออกเผชิญกับปัญหาซื้อของแพงแต่ขายถูกเพราะเมื่อราคาธัญพืชลดลงผู้ซื้อจะใช้ธัญพืชแทนมันสำปะหลัง ก่อนนี้ที่ใช้มันสำปะหลังมากเนื่องจากราคาธัญพืชสูง

วิธีการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในตลาดมันอัดเม็ดแห้งประกอบด้วย บริษัทผู้ส่งออก คือ บริษัทโปรอะกรีเทรค(ประเทศไทย)จำกัด บริษัทพูนผลจำกัด และสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นคำถามเปิดที่มีการกำหนดเค้าโครงคำถามล่วงหน้า โดยทำการสัมภาษณ์ในภาวะตลาดเพื่อการส่งออกมันอัดเม็ดแห้งในปัจจุบัน การติดต่อซื้อขายกับลูกค้าในต่างประเทศ การเตรียมการก่อนการส่งออก เช่น การขายแบบเทกอง การเก็บรักษา และการขนส่ง เป็นต้น ตลอดจนกระบวนการส่งออกมันอัดเม็ดแห้ง รวมทั้งปัญหาการส่งออก และแนวทางการแก้ไขปัญหา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยทำการรวบรวมจากวารสารต่าง ๆ ของห้องสมุด สถาบันการศึกษา เอกสารการเผยแพร่ของหน่วยงานรัฐบาลและเอกชน ได้แก่ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการเกษตร และสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ผลในเชิงพรรณนา (Descriptive) ซึ่งเสนอผลในรูปของบทความ แผนภาพ และตารางประกอบคำบรรยาย โดยใช้ข้อมูลที่ค้นคว้าได้จากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ประกอบการวิเคราะห์ดังนี้

- ก. การศึกษาสถานการณ์การผลิต และการแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดหนึ่งของประเทศไทย
- ข. การศึกษาสถานการณ์การตลาด กระบวนการส่งออกมันอัดเม็ดหนึ่งของประเทศไทย
- ค. การศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งออกมันอัดเม็ดหนึ่งของประเทศไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

สภาพการผลิตมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย

การผลิตมันอัดเม็ดแข็ง

แหล่งผลิตมันสำปะหลังที่นำมาทำมันอัดเม็ดแข็ง

มันสำปะหลังมีถิ่นกำเนิดในอเมริกาใต้ ต่อมาชาวปอร์ตุเกสและชาวสเปนได้นำเข้ามาในทวีปเอเชีย และแพร่กระจายไปส่วนต่าง ๆ ของโลก ประเทศที่ทำการปลูกและผลิตมาก ได้แก่ ไนจีเรีย บราซิล และประเทศไทย ตามลำดับ ประเทศไทยเพาะปลูกมันสำปะหลังกระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ ปลูกมากในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออก จังหวัดที่ปลูกมันสำปะหลังตามรายชื่อมีดังนี้ (ชาญ , 2534)

1. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นแหล่งผลิตใหญ่ที่สุดของประเทศ จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตสำคัญ ได้แก่ นครราชสีมา ชัยภูมิ อุดรธานี กาฬสินธุ์ หนองคาย ขอนแก่น บุรีรัมย์ และร้อยเอ็ด
2. ภาคตะวันออก เป็นแหล่งผลิตสำคัญรองจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตสำคัญ ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี ระยอง ชลบุรี จันทบุรี และตราด
3. ภาคตะวันตก ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี และสุพรรณบุรี
4. ภาคกลาง ได้แก่ กำแพงเพชร
5. ภาคเหนือ ได้แก่ พิจิตร พิษณุโลก น่าน แพร่ ลำปาง
6. ภาคใต้ ส่วนมากไม่มีการเพาะปลูกมันสำปะหลัง

พื้นที่เพาะปลูก

พื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลังในปัจจุบันมี 3 ลักษณะดังนี้ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย , 2536 : 80-81)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. พื้นที่ปลูกเป็นดินแดง หรือดินตง เหมือนดินลูกรังมีลักษณะเหนียวแต่การระบายน้ำดี เนื่องจากส่วนใหญ่อยู่ที่สูง มีความอุดมสมบูรณ์สูง มีผลผลิตต่อไร่ค่อนข้างสูง แม้จะไม่มีการใช้ปุ๋ย พื้นที่ดินลักษณะนี้เป็นที่ต้องการของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังมาก บริเวณพื้นที่ส่วนใหญ่ของ อ.ครบุรี และอ.เสิงสาง ของนครราชสีมา รวมทั้งบริเวณใกล้เคียง เช่น บุรีรัมย์ มีพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังลักษณะนี้ให้ผลผลิตประมาณ 2.5 ตันต่อไร่ ส่วนมากปลูกมันสำปะหลังพันธุ์พื้นเมืองไม่ใช้ปุ๋ยเคมี ฤดูกาลผลิตของเกษตรกรถูกจำกัดด้วยสภาพของฤดูกาล เพราะนอกจากจะมีดินตื้นที่หว่านมันสำปะหลังมากยังลำบากด้านการคมนาคมขนส่งด้วย ตรงกันข้ามการปลูกเกษตรกรต้องรอให้แน่ใจว่าจะมีฝนตกบ้างเพื่อให้ท่อนมันสำปะหลังแทงราก แทงยอด และเติบโตต่อไปได้ การปลูกก่อนหน้าฤดูในช่วงแล้งและไม่มีฝนตก เสี่ยงมากที่ท่อนพันธุ์จะแห้งตายไปก่อนแทงรากแตกยอด หรือถ้าแทงรากแตกยอดมาบ้างแล้ว ก็ยังไม่โตมากพอที่จะทนกับสภาวะแห้งแล้งได้นานนัก ถ้าไม่มีฝนตกมาบ้างจะแห้งตายไปในที่สุด โดยสรุปฤดูกาลปลูกของเกษตรกรบริเวณนี้ คือ เริ่มเตรียมดิน(ไถ) หลังขุดมันสำปะหลังของฤดูกาลที่ผ่านมาเสร็จก่อน จากนั้นปล่อยที่ดินทิ้งไว้ระยะหนึ่งเริ่มปักท่อนพันธุ์ราวเดือนมีนาคม-เมษายน มีฝนตกมาบ้าง (เรียกว่ามันสำปะหลังต้นฤดูฝน) เกษตรกรขุดมันสำปะหลังขายราวเดือนพฤศจิกายน เป็นต้นไป การขุดไปขายขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น นอกจากปัญหาดินเปียกในฤดูฝนที่กล่าวมาแล้วหลายประการ เช่น ราคา ความพร้อมของรถบรรทุก เป็นต้น การขุดมันสำปะหลังขายเกษตรกรจะไม่ปล่อยให้เลยเดือนกุมภาพันธ์ด้วยเกรงว่าอาจมีฝนตก เกิดปัญหาาราคาหัวมันสำปะหลังสดตกต่ำ และมีปัญหาการหารถบรรทุกยาก

2. พื้นที่ปลูกเป็นดินทราย อยู่บนที่สูง ขนาดเม็ดทรายโต การระบายน้ำดี การปลูกมันสำปะหลังต้องใช้ปุ๋ยจะให้ผลผลิตสูงประมาณ 2.5 ตันต่อไร่ขึ้นไป พื้นที่ปลูกมันสำปะหลังบริเวณ อ.สีคิ้ว อ.ปักธงชัย อ.ปากช่อง และบริเวณใกล้เคียง มีพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังลักษณะนี้พื้นที่มันสำปะหลังในจังหวัดชลบุรี ระยอง จัดอยู่ในประเภทเดียวกัน แต่ผลผลิตต่ำกว่าประมาณ 2.2 ตันต่อไร่ เกษตรกรในบริเวณพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังลักษณะนี้ สามารถเลือกปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตในลักษณะฮีดร่อนได้มากกว่าเกษตรกรในบริเวณดินแดง ส่วนใหญ่ปลูกมันสำปะหลังปลายฤดูฝน คือ เริ่มปลูกทันทีเมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตเสร็จราวเดือนพฤศจิกายนและตุลาคม อายุต้นมันสำปะหลังส่วนใหญ่ประมาณ 12 เดือน เกษตรกรบริเวณนี้สามารถขุดมันสำปะหลังช่วงฤดูฝนได้เพราะดินเป็นดินทราย ปัญหาดินตื้นหัวมันมันสำปะหลังและปัญหาการขนส่งไม่รุนแรงเท่าเขตดินแดงซึ่งเป็นดินเหนียว เกษตรกรควรดูภาวะราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการขุดมันสำปะหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกขาย ข้อดีของการปลูกมันสำปะหลังปลาสุกผ่นประการหนึ่งเมื่อเทียบกับมันสำปะหลังต้นฤดู ผ่นคือ วัชพืชเติบโตช้ากว่าเพราะเป็นช่วงหน้าแล้ง

3. พื้นที่เป็นดินทราย ค่อนข้างละเอียด และอยู่ที่ต่ำ การระบายน้ำไม่ดี มักมีน้ำขังเมื่อมีฝนตกติดต่อกัน คุณภาพของดินอยู่ในระดับต่ำ การปลูกมันสำปะหลังต้องอาศัยปุ๋ยเคมีในอัตราสูง ให้ผลผลิตประมาณ 2 ตันต่อไร่ พื้นที่ดินลักษณะนี้อยู่บริเวณ อ.บัวใหญ่ อ.ปะทิว อ.ชุมพวง ของจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งบริเวณใกล้เคียง เช่น ส่วนใหญ่ของ อ.บ้านไผ่ อ.เปือยน้อย ของจังหวัดขอนแก่น และบางส่วนของจังหวัดมหาสารคาม เป็นตัวอย่างพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังลักษณะนี้ ฤดูกาลปลูกมันสำปะหลังของเกษตรกรผู้มีพื้นที่ดินลักษณะนี้ถูกจำกัดด้วยอุปสรรคด้านฤดูกาลเหมือนพื้นที่เขตดินแดงลักษณะแรก แต่ต่างกันที่ลักษณะของปัญหาคือเกษตรกรต้องรีบขุดมันสำปะหลังออกขายก่อนฝนตกมามากจนอาจทำให้หัวมันสำปะหลังในดินเน่าเสีย ช่วงเก็บเกี่ยวประมาณเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม เป็นต้นไป หลังจากขุดมันสำปะหลังออกขายแล้วเกษตรกรมักปลูกพืชระยะสั้นต่อไปในพื้นที่ดินเดียวกัน บางรายอาจปลูกข้าว ป่อ สามารถเก็บเกี่ยวได้ราวเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม เมื่อเก็บเกี่ยวพืชอายุสั้นเสร็จ เกษตรกรจะปลูกมันสำปะหลังทันที ฉะนั้นมันสำปะหลังที่ขุดในพื้นที่ดินลักษณะนี้มีอายุประมาณ 8 เดือน

พันธุ์มันสำปะหลังที่ปลูกเพื่อการค้า

มันสำปะหลังที่ปลูกเป็นการค้าในประเทศไทย แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(จตุรรัตน์ , 2536 : 38)

1. พันธุ์ประเภทที่ใช้เป็นอาหารของมนุษย์ พันธุ์ประเภทนี้จัดเป็นประเภทหวาน มักใช้ทำขนม มีอายุสั้นประมาณ 6-8 เดือน พันธุ์ที่นิยมปลูกคือ พันธุ์ห่านาทิ
2. พันธุ์ประเภทส่งเข้าโรงงาน พันธุ์ประเภทนี้ใช้ในอุตสาหกรรม จัดเป็นพันธุ์ประเภทขม มีปริมาณแป้งมาก อายุประมาณ 10-14 เดือน ส่วนใหญ่ใช้ทำแป้ง อุตสาหกรรมอื่น ๆ และใช้เลี้ยงสัตว์ พันธุ์ประเภทนี้ ได้แก่ พันธุ์พื้นเมือง พันธุ์ฮอดขาว เป็นต้น

หัวมันสำปะหลังสด เมื่อขุดขึ้นจากดินแล้วจะเก็บไว้ไม่ได้นานเหมือนพืชชนิดอื่น ๆ

เพราะหัวมันสำปะหลังสดจะเน่าเสียใน 1-2 สัปดาห์ เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเคมี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายในหัวมันสำปะหลังคือแป้งจะเริ่มเปลี่ยนเป็นน้ำตาล ดังนั้นเมื่อขุดหัวมันสำปะหลังแล้วจำเป็นต้องทำการแปรรูปทันที โดยการแปรรูปหัวมันสำปะหลังส่วนใหญ่ของประเทศไทยจะแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ มันเส้น มันอัดเม็ดแข็ง และที่เหลือแปรรูปเป็นแป้งมันสำปะหลัง เพื่อใช้ในการบริโภคของมนุษย์ ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมกระดาษ สิ่งทอ ไม้อัด กาว เป็นต้น

ประเภทมันอัดเม็ด

การแบ่งชนิดของมันอัดเม็ดแบ่งโดยใช้ลักษณะทางกายภาพเป็นเกณฑ์

1. ชนิดแข็ง (Hard Pellets)
2. ชนิดนิ่ม (Soft Pellets)

มันอัดเม็ดทั้ง 2 ชนิด มีรูปร่างลักษณะคล้ายดินสอ เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 เซนติเมตร ยาวประมาณ 2-3 เซนติเมตร มีสีขาว ในบางครั้งเรียกว่า "มันแท่ง" โดยเฉพาะมันอัดเม็ดแข็งมีขั้นตอนการผลิตต่างจากมันอัดเม็ดนิ่ม ตรงที่ก่อนอัดมันเส้นปั่นจะผ่านไอน้ำร้อนทำให้นุ่มก่อนเข้าเครื่องอัดเม็ด เวลาอัดออกมาจะได้มันอัดเม็ดแข็งไม่แตกง่าย ส่วนมันอัดเม็ดนิ่มไม่มีการผ่านไอน้ำร้อนก่อนการอัดเม็ด มันอัดเม็ดนิ่มจึงมีความแข็งแรงน้อยกว่าขณะการขนส่ง เป็นปัญหาทำให้เกิดฝุ่นสีขาวตามท่าเรือขณะที่ส่งขึ้นและลงเรือ ซึ่งฝุ่นสีขาวนี้ในยุโรปเรียกว่า "white pollution" ปัจจุบันไม่มีการส่งออกมันอัดเม็ดชนิดนิ่ม (จุฑารัตน์ , 2536 : 42)

กรรมวิธีการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง

การผลิตมันอัดเม็ดได้เริ่มในประเทศไทยเมื่อปี 2508 โดยบริษัทปีเตอร์เครเมอร์ จำกัด ร่วมกับบริษัทไทยวา จำกัด สั่งซื้อเครื่องอัดเม็ดเข้ามาเพื่อแก้ปัญหาในการขนส่งมันเส้น และปัญหาด้านคุณภาพของมันอัดเม็ดต่ำ เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง ดังนั้นจึงมีผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังชนิดใหม่ขึ้นมาในรูปของมันอัดเม็ดแข็ง ซึ่งเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการแปรรูปมันเส้นให้เป็นมันอัดเม็ดแข็งมีวิธีการดังนี้ เริ่มจากนำมันเส้น ใสดังขนาดใหญ่ (เรียกว่าที่หนักมันเส้น) ที่อยู่ข้างบนสนามแม่เหล็กแล้วปล่อยให้ตกลงมาผ่านสนาม แม่เหล็กไฟฟ้า เพื่อแยกเศษเหล็กที่ปนมากับมันเส้นออก เป็นการป้องกันความเสียหายที่เกิดกับ หัวอัดมันสำปะหลัง จากนั้นมันเส้นจะตกผ่านไปที่ตะแกรงร่อนทรายเพื่อร่อนทรายออกจากมันเส้น แล้วผ่านเข้าไปยังเครื่องย่อยมันเส้นให้มีขนาดเล็กลง เพื่อให้สามารถอัดมันสำปะหลังได้ง่ายขึ้น แล้วนำมันปนหนักไปที่หนักมันปน มันปนจะถูกไล่เลียงด้วยเครื่องไล่เลียงแบบเกลียวพวนนำไปอบ ไอน้ำเพื่อเพิ่มความชื้นและอุณหภูมิให้มันปนมีความอ่อนนุ่ม ง่ายต่อการอัดและให้เนื้อมันสำปะหลัง เกาะกันแน่นขึ้น จากนั้นป้อนมันปนเข้าเครื่องอัดมันสำปะหลัง มันสำปะหลังที่ออกจากเครื่องอัด เป็นมันอัดเม็ดชนิดนี้ มีอุณหภูมิสูง และความชื้นเกินกำหนด ต้องนำมันอัดเม็ดชนิดนี้มาลดอุณหภูมิ และความชื้นในตู้ทำความเย็น ซึ่งทำงานโดยดูดอากาศผ่านมันอัดเม็ดในตู้แล้วปล่อยให้ตกลงมา ข้างล่าง (ปกติมันเส้น 1 กิโลกรัม ผลิตมันอัดเม็ดแข็งได้ 0.7 กิโลกรัม) จากนั้นจึงไล่เลียง มันอัดเม็ดแข็งไปเก็บไว้ในโกดัง เพื่อรอการส่งออกไป (สถาบันวิจัยพืชไร่ , 2536 : 7) (ภาพที่ 1)

ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพมันอัดเม็ดแข็ง

1. คุณภาพของส่วนผสมต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำมันอัดเม็ดแข็ง
2. ความมากน้อยของส่วนผสมข้างต้น
3. สภาพของส่วนผสมก่อนนำไปใช้อัดเม็ด
4. สภาพของจานอัด

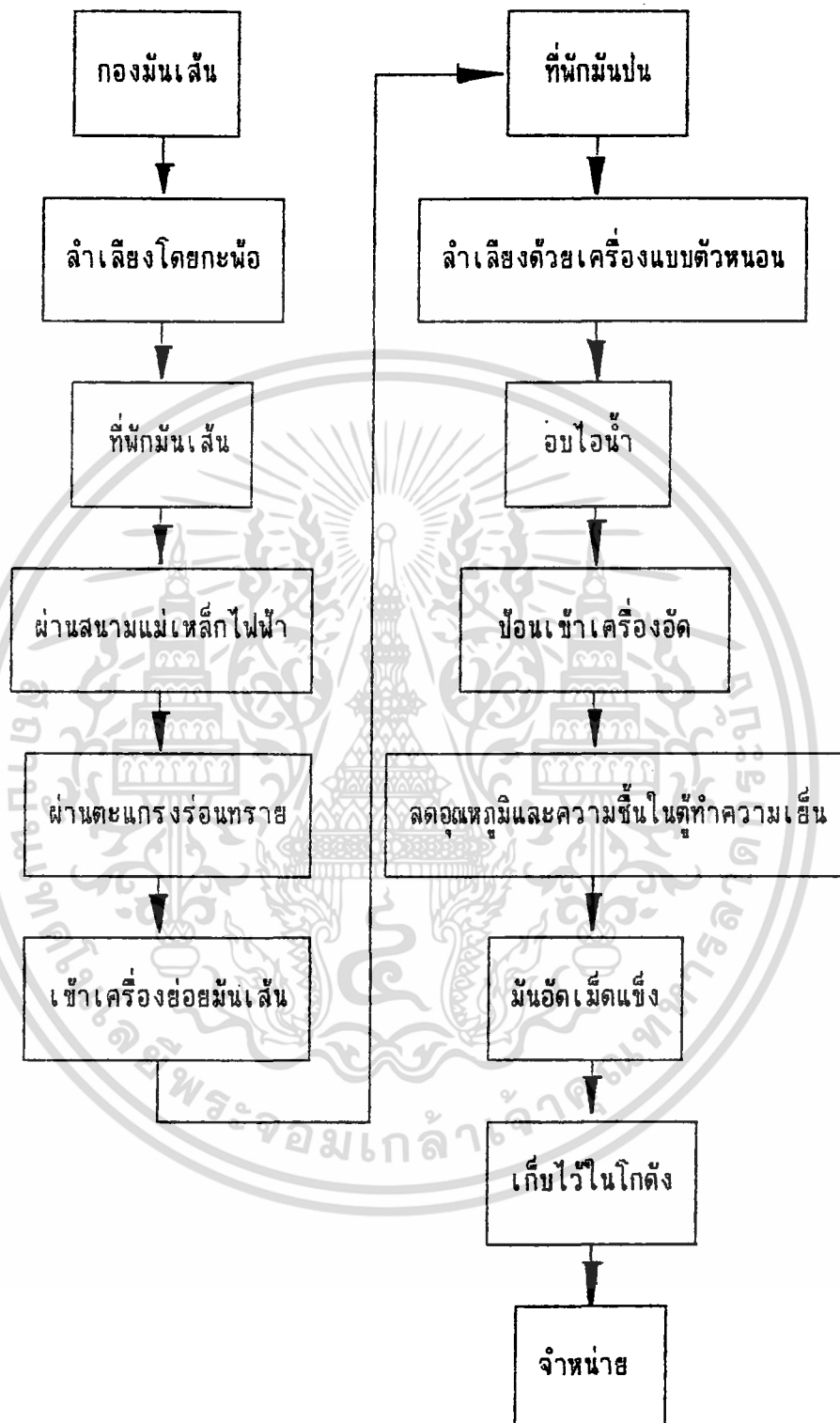
(กรมวิชาการเกษตร , 2523 : 138)

อัตราการแปรรูปจากมันเส้นเป็นมันอัดเม็ดแข็ง

อัตราการแปรรูปมีดังนี้

- หัวมันสด 1 กิโลกรัม ได้มันอัดเม็ดแข็งเฉลี่ย 0.37 กิโลกรัม (ร้อยละ 37)
- มันเส้น 1 กิโลกรัม ได้มันอัดเม็ดแข็งเฉลี่ย 0.93 กิโลกรัม (ร้อยละ 93)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 กรรมวิธีการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง

ที่มา : (สถาบันวิจัยพืชไร่ , 2536)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราการแปรรูปมันเส้นเป็นมันอัดเม็ดแข็งอยู่ในช่วงร้อยละ 90-98 คือมันเส้นที่นำมาแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็งจะกลายเป็นผงประมาณร้อยละ 2-10 ดังนั้นการแปรรูปจากมันเส้นเป็นมันอัดเม็ดแข็งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายปัจจัยดังนี้

1. เครื่องอัดมันอัดเม็ดแข็ง
2. ความชื้นของมันเส้นที่นำมาแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็ง
3. สิ่งเจือปนต่าง ๆ

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายซื้อของบริษัทส่งออก พบว่าปัจจุบันมีโรงงานมันอัดเม็ดแข็งประมาณ 200 โรงงาน จำนวนหัวอัดที่เหมาะสมต่อ 1 โรงงาน มีขนาด 4-5 หัวอัดขึ้นไป โรงงานที่มีหัวอัดน้อยกว่านี้มักเลิกกิจการหมดแล้ว ส่วนใหญ่แต่ละโรงงานจะมีจำนวนหัวอัด 6-10 หัวอัด ก่อให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตสูงเพราะเป็นขนาดเหมาะสมกับอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น ชุดต้มน้ำ สายพานลำเลียง เป็นต้น การผลิตส่วนมากโรงงานจะดำเนินการผลิต 4-5 เดือน ส่วนปริมาณการผลิตจะมากหรือน้อยเท่าใดขึ้นอยู่กับว่าโรงงานดำเนินการส่งออกด้วยหรือไม่ ถ้าโรงงานหรือบริษัทดำเนินการส่งออกด้วยจะต้องมีสต็อกมันอัดเม็ดแข็งเก็บไว้ในโกดังเป็นจำนวนมาก เนื่องจากปัจจุบันวิธีการจัดสรรโควตาส่งออกวิธีหนึ่งคือ มาตรการเช็คสต็อกซึ่งจัดสรรให้ตามสัดส่วนของมันอัดเม็ดแข็งที่สต็อกเก็บไว้ในโกดัง

ต้นทุนการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง 1 กิโลกรัม

ค่าวัตถุดิบ(มันเส้น)	0.90	บาท	คิดเป็นร้อยละ	58.1
ค่าแรงงาน	0.15	บาท	คิดเป็นร้อยละ	9.7
ค่ากระแสไฟฟ้า	0.40	บาท	คิดเป็นร้อยละ	25.8
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	<u>0.10</u>	บาท	คิดเป็นร้อยละ	<u>6.4</u>
รวมต้นทุนทั้งหมด	<u>1.55</u>	บาท	คิดเป็นร้อยละ	<u>100.0</u>

(กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการพลังงาน , 2534 : 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปมันอัดเม็ดแข็ง

มันเส้นที่ตากแห้งแล้ว (ความชื้นประมาณร้อยละ 18) ลานมันจะส่งขายให้โรงงานมันอัดเม็ดแข็งทันที เพราะโรงงานมันอัดเม็ดแข็งที่ไม่มีลานตากมันของตัวเองจะไปรับซื้อมันเส้นที่ลานตากมันโดยตรง จากการสัมภาษณ์บริษัทส่งออกที่มีโรงงานแปรรูปมันอัดเม็ดแข็งทราบว่า ลานมันสามารถส่งมันเส้นไปจำหน่ายได้หลายแห่งด้วยกัน เช่น ลานมันในโคราชมีทางเลือกหลายทาง คือ โรงงานมันอัดเม็ดแข็งโคราช โรงงานมันอัดเม็ดแข็งบางไทร หรือโรงงานมันอัดเม็ดแข็งเขตบางปะกงชลบุรี บางรายที่ส่งไปขายไกลจากแหล่งผลิต เช่น บางไทร บางปะกง ลานมันต้องเสียค่าหอยประมาณ ร้อยละ 2 ของมูลค่ามันสำปะหลังที่ขายได้

ค่าแปรรูปของแต่ละโรงงานแปรรูป (ตารางที่ 3) ถ้าคำนวณค่าใช้จ่ายที่ตั้งอยู่บนฐานรายการเหมือนกันแล้ว ค่าแปรรูปของแต่ละโรงงานไม่แตกต่างกันมาก โดยเฉลี่ยประมาณ กิโลกรัมละ 20 สตางค์ แต่ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปของแต่ละโรงงานอาจต่างกันด้วยสาเหตุหลายประการดังนี้ (สถาบันวิจัยพืชไร่ , 2536 : 96-97)

1. โรงงานที่ใช้ชุดหัวอัดที่ผลิตได้ภายในประเทศจะมีต้นทุนถูกกว่าโรงงานที่ใช้ชุดหัวอัดจากต่างประเทศ เนื่องจากงานอัดและลูกกลิ้งเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญและสึกหรอรวดเร็วมาก การเปลี่ยนหรือซ่อมแซมชุดหัวอัดจากต่างประเทศจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าของภายในประเทศ ซึ่งมีประสิทธิภาพและคุณภาพไม่ด้อยกว่ากัน จากการสัมภาษณ์พบว่า ค่าสึกหรอและค่าไฟฟ้าจากการใช้ชุดหัวอัดในประเทศจะต่ำกว่าใช้ชุดหัวอัดจากต่างประเทศประมาณ 30 บาทต่อตัน

2. โรงงานที่มีจำนวนหัวอัดที่เหมาะสมกับชุดอุปกรณ์ประกอบอื่น ๆ ย่อมมีต้นทุนค่าแปรรูปต่ำกว่า เพราะชุดอุปกรณ์บางอย่าง เช่น หม้อต้มน้ำ สายพานลำเลียง มีขนาดและสมรรถภาพที่ต้องการปริมาณการผลิตขึ้นต่ำจำนวนหนึ่ง จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายการค้าบริษัทส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง พบว่าในปัจจุบันหม้อต้มสร้างไอน้ำขนาดที่ใช้กันมากเหมาะสมกับหัวอัดจำนวน 8 หัวอัด

3. เนื่องจากไฟฟ้าเป็นแหล่งผลิตมันอัดเม็ดแข็ง ฉะนั้นโรงงานที่มีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนช่วงเวลาการผลิต ให้อยู่ในช่วงเวลาที่เครื่องจักรไม่ต้องออกกำลังในการผลิต (off peak) ของปริมาณความต้องการใช้ไฟฟ้า จะมีค่าใช้จ่ายแปรรูปต่ำกว่า เพราะใน

ตารางที่ 3 ค่าใช้จ่ายแปรูปมันเส้นเป็นมันอัดเม็ดแข็ง

รายการ	ค่าแปรูป (บาท/ตัน)	หมายเหตุ
โรงงานที่นครราชสีมาแห่งที่ 1	220-250	-ใช้หัวอัดจากนอกและในประเทศ ค่าไฟฟ้าและค่าสึกหรอของหัวอัด ในประเทศ 120 บาทแต่ถ้าเป็น หัวนอก 150 บาทขึ้นไป ที่เหลือ เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
โรงงานที่นครราชสีมาแห่งที่ 2	130	-คิดเฉพาะการอัดไม่รวมค่าเสื่อม อาคาร และค่าบริหาร โดยคิด ค่าไฟฟ้า 70, ค่าเชื้อเพลิง 20, ค่าแรง 15, ค่าเสื่อม+ดอกเบี๊ยะ 25
โรงงานที่ตะวันออกแห่งที่ 1	200	-มี ค่าไฟฟ้า 70, ค่าแรง 15 ที่ เหลือเป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
โรงงานที่ตะวันออกแห่งที่ 2	150	-ไม่แยกรายละเอียดแต่ไม่รวมค่า บริหาร
โรงงานที่บางไทร+บางปะกง แห่งที่ 1	150-160	-แยกเป็นค่าพลังงาน 60-70, ค่า แรง 50, ค่าสึกหรอและอื่นๆ 40
โรงงานที่บางไทรแห่งที่ 2	195	-มีค่าไฟฟ้า 60, ค่าเชื้อเพลิง 10, ค่าแรง 10, ค่าซ่อม 30, วัสดุสิ้น เปลือง 10, ค่าเสื่อมโรงงาน 20 ดอกเบี๊ยะ 15, สูญเสียน้ำหนัก 40

ที่มา : (สถาบันวิจัยพืชไร่ , 2536)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลง 97756 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันช่วงเวลาเครื่องจักรไม่ต้องออกกำลังในการผลิต (off peak) จะมีค่าบริการในการใช้ไฟฟ้า (Demand charge) เท่ากับศูนย์ เมื่อเทียบกับอัตราที่โรงงานขนาดกลางต้องเสียค่าบริการในการใช้ไฟฟ้า (Demand charge) เท่ากับ 316 บาทต่อกิโลวัตต์ และ 366 บาทต่อกิโลวัตต์ ในช่วงเวลาที่เครื่องจักรทำการผลิต (peak) สำหรับโรงงานที่ต่อเชื่อมสายจากสายที่ 1 (Primary line) และสายที่ 2 (Secondary line) ตามลำดับ

ปัญหาการผลิตและแนวทางการแก้ไข

ปัญหาการผลิต

1. การขาดแคลนพันธุ์และการกระจายมันสำปะหลังพันธุ์ดี ให้เปอร์เซ็นต์แป้งสูงมีน้อยและไม่ทั่วถึง มันสำปะหลังที่ปลูกในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นพันธุ์พื้นเมือง ให้เปอร์เซ็นต์แป้งต่ำร้อยละ 18-20 ส่งผลต่อคุณภาพของมันอัดเม็ดแข็งที่ผลิตได้จะให้เปอร์เซ็นต์แป้งต่ำ แม้ขณะนี้มีการวิจัยปรับปรุงได้พันธุ์ใหม่ที่ให้เปอร์เซ็นต์แป้งสูง เช่น พันธุ์ระยอง 3 ระยอง 90 ศรีราชา 1 และเกษตรศาสตร์ 50 เป็นต้น พันธุ์เหล่านี้ให้เปอร์เซ็นต์แป้งสูงร้อยละ 24-25 แต่การผสมแพร่พันธุ์ยังอยู่ในวงจำกัดและยังมีจุดอ่อนที่ต้องมีการปรับปรุงต่อไป

2. ผลผลิตต่อไร่ต่ำทำให้ปริมาณการผลิตมันอัดเม็ดแข็งต่ำลง เพราะขาดวัตถุดิบในการผลิต ผลผลิตมันสำปะหลังของประเทศไทยในปัจจุบันประมาณ 2.4 ตันต่อไร่เท่านั้น ส่วนประเทศอื่น เช่น อินโดนีเซียมีผลผลิตต่อไร่สูงกว่าประเทศไทยเกือบเท่าตัว สาเหตุอื่นที่ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ เนื่องจาก

-พันธุ์ที่เกษตรกรปลูกส่วนใหญ่เป็นพันธุ์พื้นเมือง

-เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่สนใจใช้ปุ๋ย และไม่เอาใจใส่ดูแลเท่าที่ควรทำให้การเจริญเติบโตของมันสำปะหลังไม่สมบูรณ์

-ความอุดมสมบูรณ์ของดินที่ใช้ปลูกมันสำปะหลังเสื่อมลง เนื่องจากมันสำปะหลังเป็นพืชที่เจริญเติบโตในช่วงแรกช้ามาก เกิดการชะล้างหน้าดินค่อนข้างสูง ประกอบกับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังส่วนใหญ่ไม่รู้จักรักษาดินที่ถูกต้อง ส่งผลกระทบทำให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปริมาณผลผลิตมันสำปะหลังลดลง เนื่องจากขาดการเอาใจใส่ดูแลเรื่องราคารมันสำปะหลังจากรัฐบาล ทำให้เกษตรกรส่วนมากเลิกปลูกมันสำปะหลังหันไปปลูกพืชชนิดอื่นแทน เพราะได้ราคาดีกว่า เช่น อ้อย

4. ปัญหาแรงงาน การขาดแคลนแรงงานในช่วงการกักมันสำปะหลัง เพราะในการกักมันสำปะหลังจะต้องใช้แรงงานในการขุดและรวบรวมมันสำปะหลัง ดังนั้นในท้องที่ที่มีการปลูกมันสำปะหลังเป็นจำนวนมากและมีการกักมันสำปะหลังพร้อม ๆ กันแรงงานจึงค่อนข้างหายากและอัตราค่าจ้างสูง ทำให้ต้นทุนหัวมันสำปะหลังซึ่งเป็นวัตถุดิบผลิตมันอัดเม็ดแข็งสูงตามไปด้วย

5. ผู้ผลิตบางรายมีกรรมวิธีการอัดที่ไม่ถูกต้อง ทำให้มันอัดเม็ดแข็งมีคุณภาพต่ำไม่ได้มาตรฐาน มีการปลอมปนวัตถุดิบอื่น เช่น ทราย แกลบ ชังข้าวโพด เพื่อให้มันอัดเม็ดแข็งมีน้ำหนักเพิ่มมากขึ้น

6. ปัญหาคุณภาพวัตถุดิบ การอุดตันของรูอัดซึ่งเกิดจากวัตถุดิบคือมันเส้นมีส่วนผสมของฝุ่นมากเกินไป เมื่อผ่านการผสมกับไอน้ำจะเหนียวมาก เมื่อถูกอัดเข้ารูอัดของจานอัดจะเกิดการเกาะติดกับผนังรูอัด ทำให้เกิดรูอุดตัน

7. ปัญหาเครื่องจักร ในการผลิตมันอัดเม็ดแข็งให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดมีขั้นตอนที่สำคัญคือ การอัดมันให้เป็นมันอัดเม็ดแข็ง ภายในหัวอัดมันเส้นจะเสียดสีกับลูกกลิ้งและจานอัดผ่านรูอัดออกมาเป็นแท่งมันอัดเม็ดแข็ง ดังนั้นจึงมีการสึกหรอของลูกกลิ้งและจานอัดเกิดขึ้นเสมอ

แนวทางการแก้ไข

1. ส่งเสริมการวิจัย เพื่อปรับปรุงพันธุ์มันสำปะหลังให้ได้ผลผลิตและเปอร์เซ็นต์แป้งสูง เร่งรัดการผลิตและกระจายพันธุ์มันสำปะหลังที่ดี เช่น พันธุ์ระยอง 3 ระยอง 90 ศรียาชา 1 และเกษตรศาสตร์ 50 ให้ถึงมือเกษตรกรโดยเร็วและทั่วถึง

2. ส่งเสริมให้มีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เช่น ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด มีการแนะนำให้เกษตรกรเอาใจใส่ดูแลอย่างดี พร้อมทั้งอนุรักษ์ดินเพื่อปรับปรุงความสมบูรณ์ของดินในพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังและส่งเสริมให้มีการใช้ปุ๋ยเคมีด้วย

3. รัฐบาลควรสนใจราคามันสำปะหลัง มีการประกันราคาขั้นต่ำให้มันสำปะหลัง เพื่อให้เกษตรกรได้ราคาตามสมควรจะได้ไม่เลิกปลูกมันสำปะหลังแล้วหันไปปลูกพืชชนิดอื่นแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ส่งเสริมให้มีการค้นคว้าพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อลดต้นทุนการผลิตด้าน
แรงงานของเกษตรกรและช่วยประหยัดเวลา

5. รัฐบาลต้องกำหนดให้มันอัดเม็ดแข็งที่ส่งออกต่างประเทศ ต้องผ่านการตรวจสอบ
คุณภาพจากสำนักงานมาตรฐานสินค้าและบริษัทตรวจสอบเอกชน และต้องมีใบรับรองผ่าน
การตรวจสอบด้วย

6. ให้โรงงานมีการควบคุมปริมาณมันฝุ่นและดูแลรักษาอุปกรณ์อื่น ๆ ให้เรียบร้อย
อยู่เสมอเพื่อการทำงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ สามารถรักษาประสิทธิภาพในการผลิต
โดยเฉพาะระบบขนถ่ายในขั้นตอนต่าง ๆ

7. ทางโรงงานควรดูแลจานอัดและลูกกลิ้ง อย่าปล่อยให้สึกหรอถึงกับใช้การไม่
ได้แล้วจึงเปลี่ยน หมั่นอัดจารบีให้ลูกกลิ้งและจานอัดทำงานคล่องตัวเสมอ เปลี่ยนลูกกลิ้งและ
จานอัดเมื่อครบอายุการใช้งาน

บทที่ 3

การตลาดมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย

มันสำปะหลังที่เกษตรกรผลิตได้ในปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนมากพอสมควร หากมีการเก็บเกี่ยวแล้วไม่นิยมเก็บไว้เพื่อรอให้ราคาสูงเหมือนกับพืชชนิดอื่น ๆ เช่น ข้าวเปลือก เพราะการเก็บมันสำปะหลังนานหวัมันสำปะหลังจะเน่าเสีย เสี่ยงต่อการขาดทุนหากป้อนโรงงานไม่ทัน มันสำปะหลังเป็นพืชที่มีการเก็บเกี่ยวตลอดปี ประมาณร้อยละ 70 เก็บเกี่ยวหวัมันสำปะหลังในฤดูแล้ง (เดือนพฤศจิกายน-เมษายน) เพื่อให้เปอร์เซ็นต์แป้งสูงกว่ามันสำปะหลังที่เก็บเกี่ยวในฤดูฝน หากเกษตรกรเก็บมันสำปะหลังไว้นานเกินไปโดยไม่เก็บเกี่ยว หวัมันสำปะหลังที่อายุประมาณ 18-24 เดือน เรียกว่า "มันสำปะหลังข้ามปี" หวัมันสำปะหลังจะมีขนาดใหญ่ ทางโรงงานมักกดราคาเพราะมันสำปะหลังข้ามปีให้เปอร์เซ็นต์แป้งต่ำ (ชาญ , 2534) ราคาของมันสำปะหลังจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับเปอร์เซ็นต์แป้งของหวัมันสำปะหลัง การขายทำได้โดยผ่านพ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด หรือขายให้โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังโดยตรง เกษตรกรนิยมขายให้โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังโดยตรง เนื่องจากโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่วนใหญ่ตั้งกระจายอยู่ตามไร่มันสำปะหลัง ดังนั้นการติดต่อระหว่างเกษตรกรกับทางโรงงานจึงสามารถทำได้สะดวก

สำหรับการซื้อขายมันเส้นซึ่งเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็ง โรงงานขายมันเส้นให้โรงงานมันอัดเม็ดแข็งในท้องถิ่นหรือโรงงานมันอัดเม็ดแข็งขนาดใหญ่ที่อยู่นอกเขต โดยทั่วไปโรงงานมันอัดเม็ดแข็งขนาดใหญ่จะรับซื้อมันเส้นในราคาสูงกว่าโรงงานมันอัดเม็ดแข็งขนาดเล็กเล็กน้อย เนื่องจากโรงงานขนาดใหญ่ต้องการวัตถุดิบ(มันเส้น) ในปริมาณมากให้สอดคล้องกับการผลิต มันเส้นเริ่มเข้าสู่ตลาดประมาณเดือนเมษายน-ตุลาคม การรับซื้อมักไปซื้อถึงแหล่งผลิต โดยส่วนหนึ่งเพื่อส่งออกไปขายต่างประเทศ อีกส่วนหนึ่งส่งเข้าโรงงานมันอัดเม็ดแข็งเพื่อทำการแปรรูปแล้วส่งออกไปต่างประเทศต่อไป ซึ่งมันอัดเม็ดแข็งเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกหรือเผยแพร่เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โครงสร้างทางการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง

โครงสร้างทางการตลาดมันอัดเม็ดแข็งประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องทางการตลาดดังนี้

1. เกษตรกร ส่วนใหญ่ไม่มีโรงงานแปรรูปเป็นของตนเอง ต้องจำหน่ายหัวมันสำปะหลังสดให้พ่อค้าคนกลาง คือ พ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสดที่ไปรับซื้อถึงแหล่งผลิตหรือขายให้กับโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่วนหนึ่งเพื่อแปรรูปเป็นมันเส้น ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง ในการซื้อขายหัวมันสำปะหลังราคาคิดตามน้ำหนักและเปอร์เซ็นต์แป้งในหัวมันสำปะหลัง หากหัวมันสำปะหลังมีเชื้อแป้งสูงจะมีสีขาวบริสุทธิ์ ทางโรงงานอาจใช้วิธีลุ่มตัวอย่างจากหัวมันสำปะหลังสดที่เกษตรกรนำมาขายประมาณ 2-3 หัวต่อ 1 คันรถ (กรมวิชาการเกษตร , 2523 : 153)

2. พ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสด ได้แก่ พ่อค้าที่อยู่ในแหล่งที่ผลิตมันสำปะหลังเป็นตัวแทนของเกษตรกรทำการรวบรวมผลผลิตให้กับโรงงานมันเส้นอีกต่อหนึ่ง มีบทบาทน้อยในโครงสร้างนี้ เพราะส่วนมากเกษตรกรจะขายหัวมันสำปะหลังที่ซูดได้ให้โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังโดยตรง เนื่องจากโรงงานที่รับซื้อหัวมันสำปะหลังสดมักตั้งโรงงานอยู่ในแหล่งผลิตทำให้เกษตรกรสามารถขายหัวมันสำปะหลังสดให้กับโรงงานโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

3. โรงงานมันเส้น เป็นโรงงานที่รับซื้อหัวมันสำปะหลังสด นำมาแปรรูปเป็นมันเส้นแล้วจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นหรือขายให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็ง การขายอาจขายโดยตรงหรือขายให้กับพ่อค้าขายส่ง คือ พ่อค้าในกรุงเทพฯ หรือที่เรียกกันว่า "หอย" เพื่อความสะดวก แต่โรงงานมันเส้นขนาดใหญ่ส่วนมากมีโรงงานมันอัดเม็ดแข็งเป็นของตัวเองจะรวบรวมผลผลิตมันเส้นที่ได้มาตรฐานส่งไปยังโรงงานมันอัดเม็ดแข็งของตัวเอง โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

4. พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น เป็นผู้รวบรวมผลผลิตมันเส้น ทำการรับซื้อมันเส้นจากโรงงานมันเส้นส่งขายให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็งในท้องถิ่น หรือโรงงานมันอัดเม็ดแข็งนอกท้องถิ่นแล้วแต่ความสะดวก ทำให้โรงงานมันเส้นไม่ต้องทำการขนส่งเคลื่อนย้ายมันเส้นไปขายให้โรงงานมันอัดเม็ดแข็งนอกท้องถิ่นด้วยตนเอง

5. โรงงานมันอัดเม็ดแข็ง ตั้งมาตรฐานการรับซื้อมันเส้นที่ความชื้น ร้อยละ 16

ตารางร้อยละ 4 สินค้าที่มีคุณภาพดีออกกว่ากำหนดจะถูกตัดราคารับซื้อลงประมาณ 2 สตางค์ต่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความชื้นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 หรือบางรายอาจใช้วิธีการตัดน้ำหนัก มันอัดเม็ดแข็งที่ผลิตได้จะขาย เป็นรถบรรทุก(รถบรรทุกขนาดใหญ่ 10 ล้อ สามารถบรรทุกมันอัดเม็ดแข็งประมาณ 13 ตัน) เพราะสะดวกต่อการขนส่งและเคลื่อนย้ายสินค้า โดยขายให้พ่อค้าส่งออกโดยตรงในกรุงเทพฯ หรือที่บางปะอิน บางปะกง และหาดมาแดง ส่วนมันอัดเม็ดแข็งที่ขายให้กับหอยก่อนถึงผู้ส่งออก มีจำนวนน้อยมาก (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย , 2536 : 74)

6. พ่อค้าในกรุงเทพฯหรือพ่อค้าหอย มีจำนวนน้อยเพราะส่วนมากผู้ส่งออกติดต่อซื้อขายกับโรงงานมันอัดเม็ดแข็งโดยตรงเพราะต้องการได้ปริมาณมันอัดเม็ดแข็งจำนวนมาก เนื่องจากในปัจจุบันรัฐบาลใช้มาตรการเช็คสต็อกควบคู่กับมาตรการจูงใจ ทำให้ผู้ส่งออกต้องแข่งขันกันทั้งด้านการสร้างสต็อกและการขยายตลาดนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ทำให้บทบาทของพ่อค้าในกรุงเทพฯมีบทบาทลดลงมาก

7. ผู้ส่งออก ทำการรับซื้อมันอัดเม็ดแข็งจากโรงงานมันอัดเม็ดแข็งหรือหอยคราวละจำนวนมาก ๆ เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศอีกต่อหนึ่ง ผู้ส่งออกต้องพยายามหาช่องทางลดต้นทุนการขนส่งมันอัดเม็ดแข็งไปยังต่างประเทศเพื่อจะได้มีอำนาจแข่งขันกับคู่แข่งมากขึ้น เนื่องจากนโยบายการจัดสรรโควตาประกอบด้วยเทคโนโลยีการขนส่งที่ต้องมีเงินลงทุนสูง ทำให้ในปัจจุบันมีผู้ส่งออกรายใหญ่จำนวนน้อย แต่ผู้ส่งออกต้องแข่งขันกันค่อนข้างสูง

จากประเภทผู้เกี่ยวข้องทางการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง สามารถแบ่งระดับตลาดมันอัดเม็ดแข็งได้ 2 ระดับดังนี้ (อัมพร , 2536 : 195)

1. ตลาดภายในประเทศ มีลักษณะเป็นตลาดผู้ซื้อน้อยราย (Oligopsony) ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อจากผู้ขายรายใดก็ได้ เนื่องจากผู้ขายมีจำนวนมากรายกว่าผู้ซื้อและปริมาณการใช้มันน้อย โดยใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์คาดว่าปริมาณการใช้ปีละ 2-3 แสนตัน คิดเป็นหัวมันสำปะหลังสดจำนวน 5-7.5 แสนตัน หรือร้อยละ 2.5-3.7 ของผลผลิต

2. ตลาดในต่างประเทศ มีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ถึงมีผู้ผลิตมันอัดเม็ดแข็งในประเทศอื่นอีก แต่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมันอัดเม็ดแข็งเฉลี่ยปี 2538 ร้อยละ 84 ของโลก ประเทศกลุ่มตลาดร่วมประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเป็นผู้นำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุดร้อยละ 70-75 ของผลิตภัณฑ์มันอัดเม็ดแข็งที่นำเข้าทั้งหมด เพื่อผลิตอาหารสัตว์ ส่วนที่เหลือส่งออกไปยังประเทศสหภาพโซเวียต ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้ เพื่อใช้ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตอาหารสัตว์เช่นเดียวกัน เกาหลิได้นำเข้ามันอัดเม็ดแข็งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต แอลกอฮอล์ไปผสมเหล้าอีกต่อหนึ่ง หลังจากการประชาคมเศรษฐกิจยุโรปกำหนดโควตาการนำเข้าจากประเทศไทยและผู้ผลิตประเทศอื่น ๆ ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตถั่วมันสำปะหลัง รวมถึงมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยด้วย จากการที่ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปกำหนดโควตาการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็ง ประเทศไทยต้องหาทางขยายตลาดนอกกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปให้กว้างขึ้น แต่ในปัจจุบันปัญหาต่าง ๆ ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังลดการปลูกลงจำนวนมาก เกิดปัญหาขึ้นเพราะเมื่อจำนวนมันสำปะหลังลดลง ทำให้ปริมาณมันอัดเม็ดแข็งมีจำนวนไม่พอส่งออก ในบางปีมีการส่งออกน้อยกว่าจำนวนโควตาที่ได้รับจากประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

วิธีการจำหน่าย

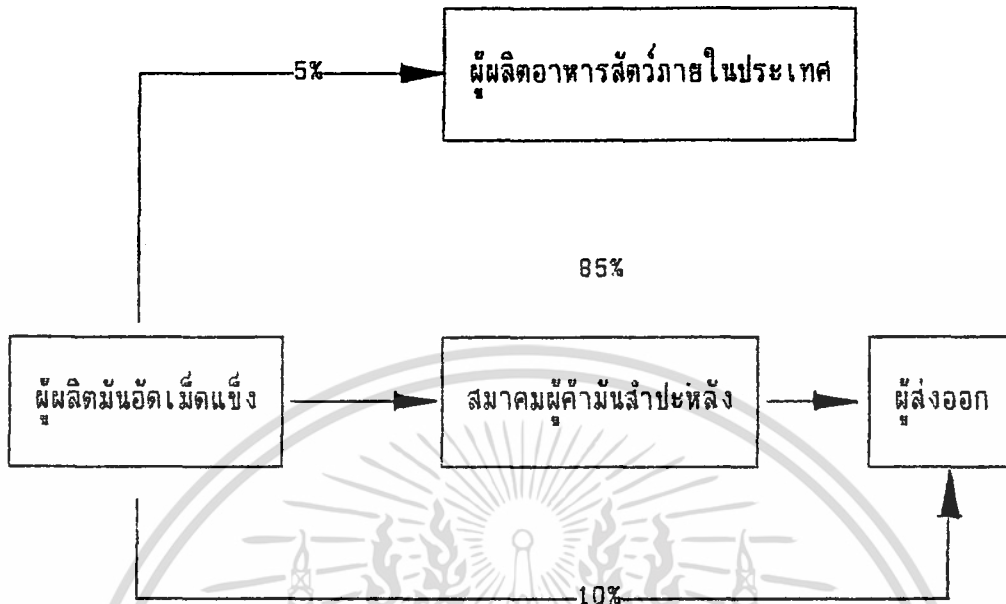
การจำหน่ายผลิตถั่วมันสำปะหลังที่ผลิตได้ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก การจำหน่ายขึ้นอยู่กับตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ วิธีการจำหน่ายสามารถแยกได้ดังนี้

1. มันเส้น ผู้ผลิตจำหน่ายให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็งร้อยละ 70 และจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางเพื่อการส่งออกร้อยละ 30
2. มันอัดเม็ดแข็ง ที่ผลิตได้ส่วนมากส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยทางโรงงานมันอัดเม็ดแข็งจำหน่ายมันอัดเม็ดแข็งให้ผู้ส่งออกร้อยละ 85 และผู้ส่งออกจะส่งมันอัดเม็ดแข็งให้กับบริษัทผู้แทนของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปอีกทอดหนึ่ง ส่วนที่เหลือร้อยละ 15 ทำการส่งออกเองร้อยละ 10 และที่เหลือร้อยละ 5 จำหน่ายให้กับโรงงานผลิตอาหารสัตว์ภายในประเทศ (ภาพที่ 2)

วิธีการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง

วิธีการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง หมายถึง ช่องทางหรือแนวทางที่ผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งจากผู้ผลิตคนแรกสุดคือเกษตรกรเคลื่อนย้ายไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งมีลักษณะดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 วิธีการจำหน่ายมันอัดเม็ดแข็ง
ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2536)

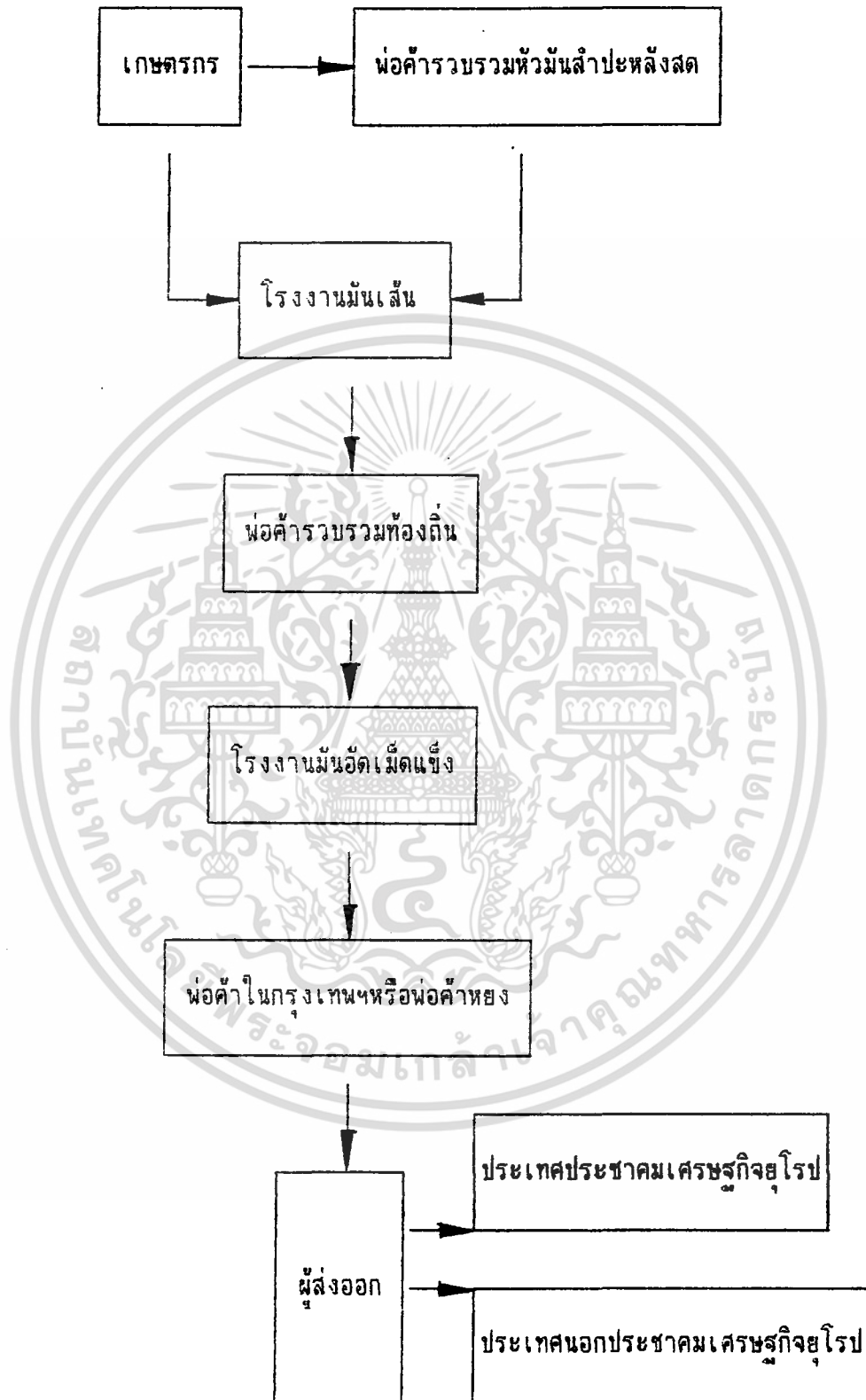
ผลผลิตหัวมันสำปะหลังสดเกษตรกรที่ผลิตได้ จะจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสด หรือขายให้กับโรงงานผลิตมันเส้นโดยตรง ทางโรงงานมันเส้นนำหัวมันสำปะหลังสดแปรรูปเป็นมันเส้นแล้วขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น หรือขายให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็งโดยตรง ทางโรงงานมันอัดเม็ดแข็งจะนำมันเส้นแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็ง จำหน่ายให้กับพ่อค้าในกรุงเทพฯหรือหอยง พ่อค้าหอยงจะจำหน่ายมันอัดเม็ดแข็งให้ผู้ส่งออก ผู้ส่งออกจะได้จำหน่ายมันอัดเม็ดแข็งไปต่างประเทศ (ภาพที่ 3)

ลักษณะการซื้อขาย

การซื้อขายในท้องถิ่น

1. การรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ 1.1 การรับซื้อ สามารถแยกได้คือ พ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสดจะเข้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง

ที่มา : (สถาบันวิจัยพืชไร่, 2536)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปรับซื้อจากเกษตรกรในบริเวณเพาะปลูกของเกษตรกรโดยตรง มีการตั้งจุดรับซื้อในแหล่งผลิต โดยทำการรับซื้อในจุดที่กำหนดไว้เป็นจุดรับซื้อเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อ หากเป็น โรงงานมันเส้นการรับซื้อเกษตรกรจะนำหัวมันสำปะหลังสดขายให้กับโรงงานมันเส้น โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เพราะปัจจุบันส่วนมากโรงงานมันเส้นตั้งอยู่ในแหล่งผลิตหัวมันสำปะหลังสด และเกษตรกรต้องขายหัวมันสำปะหลังสดทันทีหลังการเก็บเกี่ยว เพราะหัวมันสำปะหลังสดไม่สามารถเก็บไว้ได้นานจะเกิดการเน่าเสียง่าย

1.2 ลักษณะผลผลิตที่ซื้อ การซื้อหัวมันสำปะหลังสดจากเกษตรกร ส่วนใหญ่ทางพ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสดหรือทางโรงงานมันเส้นจะซื้อผลผลิตที่ได้จากการเก็บเกี่ยวหัวมันสำปะหลังที่ตัดต้องมีความชื้นน้อย หากมีมากจะทำให้เปอร์เซ็นต์แป้งในหัวมันสำปะหลังลดลง อายุหัวมันสำปะหลังที่ดีมีอายุประมาณ 1 ปี เพราะหัวมันสำปะหลังที่อายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไปจะมีเส้นใยสูง มีน้ำเป็นส่วนประกอบภายในหัวมาก ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด

1.3 การกำหนดราคาซื้อขาย การซื้อหัวมันสำปะหลังสดส่วนใหญ่พ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสดหรือโรงงานมันเส้นจะเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายเอง โดยประกาศหรือขึ้นป้ายไว้หน้าโรงงานและติดตามน้ำหนักและเปอร์เซ็นต์แป้งในหัวมันสำปะหลัง ทางโรงงานมันเส้นอาจทำการสุ่มตัวอย่างหัวมันสำปะหลังสดที่เกษตรกรนำมาขายประมาณ 2-3 หัวต่อ 1 คันรถ นำหัวมันสำปะหลังมาสับใส่ตะแกรงซึ่งน้ำหนักประมาณ 5 กิโลกรัม แล้วนำตะแกรงมันสำปะหลังซึ่งในน้ำอีกครั้งหนึ่ง น้ำหนักจะลดลงจาก 5 กิโลกรัม น้ำหนักที่ลดลงเทียบกับตารางจะทราบเกณฑ์เฉลี่ยเปอร์เซ็นต์แป้งในหัวมันสำปะหลังทั้งคันรถ แล้วคิดราคาสดหลังลงตามเปอร์เซ็นต์แป้งในหัวมันสำปะหลังสด (กรมวิชาการเกษตร , 2523 : 153)

1.4 การชำระเงิน การรับซื้อผลผลิตหัวมันสำปะหลังสด พ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสดหรือโรงงานมันเส้นจะจ่ายเงินเป็นเงินสดทันที เมื่อรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ปัญหาการไม่ชำระเงินไม่ค่อยมี เพราะต้องทำการซื้อขายกันอีกนาน แต่ถ้ามีจะพบในส่วนน้อย

2. พ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสดขายให้กับโรงงานมันเส้น โดยพ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสดจะรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรในแหล่งผลิตโดยตรง เพื่อจำหน่ายให้กับโรงงานมันเส้นในท้องที่ตามจุดนัดหมายที่กำหนดไว้เป็นจุดรับซื้อผลผลิต เพื่อความสะดวกในการตกลงซื้อขายผลผลิตกัน ผลผลิตที่ซื้อขายไม่มีการคัดคุณภาพ เมื่อนักรวบรวมหัวมันสำปะหลังสดทำการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรได้จำนวนเท่าใด จะขายให้กับโรงงานมันเส้นในระดับ

ท้องถิ่นทันที ตามราคาที่ยกข้อมซื้อขายกัน โดยจะบรรทุกหัวมันสำปะหลังสดใส่รถบรรทุก แล้วนำไปขายให้กับโรงงานมันเส้น

3. การขายมันเส้นของโรงงานมันเส้น เมื่อโรงงานมันเส้นรับซื้อหัวมันสำปะหลังสดจะทำการหันหัวมันสำปะหลังโดยไม่มีการทำความสะอาด แล้วนำมันเส้นไปตากแดดที่ลานตากมันกลางแจ้ง ซึ่งต้องอาศัยดินฟ้าอากาศเป็นสำคัญ ระยะเวลาการตากและคุณภาพของมันเส้นจึงแตกต่างกัน เมื่อโรงงานมันเส้นได้มันเส้นที่คุณภาพดีจะขายมันเส้นให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็งในท้องถิ่น หรือขายให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็งขนาดใหญ่ที่อยู่นอกเขตท้องถิ่น เช่น ที่บางไทร และบางปะกง เป็นต้น การขายทำได้โดยตรงหรือผ่านพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น (โดยมีค่าตอบแทนให้แก่พ่อค้าคนกลางประมาณ ร้อยละ 2 ของมูลค่า) (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย , 2536 : 73)

4. การขายผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งของโรงงานมันอัดเม็ดแข็ง มันอัดเม็ดแข็งที่ผลิตได้จะถูกส่งขายให้กับพ่อค้าส่งออกโดยตรงในกรุงเทพฯ บางปะอิน บางปะกง และหาดฉางแดง มันอัดเม็ดแข็งที่ส่งขายให้กับพ่อค้าขายส่งก่อนถึงพ่อค้าส่งออกมีจำนวนน้อย เนื่องจากผู้ส่งออกต้องแข่งขันกันทั้งด้านการสร้างสต็อก และการขายตลาดนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เนื่องจากในปัจจุบันรัฐบาลใช้มาตรการเช็คสต็อกควบคู่กับมาตรการจูงใจ

การซื้อขายในตลาดกรุงเทพฯ

ปัจจุบันบทบาทของพ่อค้าในกรุงเทพฯ หรือหยงได้ลดลงมากตามลำดับ ขณะที่ทางโรงงานมันอัดเม็ดแข็งจำหน่ายผลผลิตให้ผู้ส่งออกโดยตรง เพื่อจำหน่ายไปต่างประเทศมากขึ้น ราคาที่ผู้ส่งออกรับซื้อสูงกว่าราคาซื้อจากพ่อค้าในกรุงเทพฯ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และค่าแรงงานในการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากแหล่งผลิตมายังตลาดกรุงเทพฯ แต่โรงงานมันอัดเม็ดแข็งบางแห่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งออกด้วย การรับซื้อมันอัดเม็ดแข็งพิจารณาตามมาตรฐานสินค้าประกอบทั้งสิ่งเจือปนและความชื้น โดยกำหนดความชื้นไม่เกินร้อยละ 14 และสิ่งเจือปน เช่น ทรายไม่เกินร้อยละ 3 หากเกินจากนี้จะใช้วิธีลดราคาซื้อตามสัดส่วนของความชื้นและสิ่งเจือปนนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเคลื่อนไหวของราคामลผลิต

โรงงานมันอัดเม็ดแข็งไม่มีบทบาทในการกำหนดราคาขายของมันอัดเม็ดแข็ง ต้องยอมรับราคารับซื้อที่ผู้ซื้อกำหนดให้ แต่มีบทบาทกำหนดราคารับซื้อหัวมันสำปะหลังสดและมันเส้น การเคลื่อนไหวของราคาหัวมันสำปะหลังสดและมันเส้นที่ทำการซื้อขายกันในท้องที่จังหวัดต่าง ๆ สะท้อนมาจากราคาส่งออก ในกรณีที่ผู้ส่งออกต้องเร่งสะสมสต็อกสินค้าราคาในท้องถื่นจะสูงขึ้น โดยปกติพ่อค้าคนกลางและพ่อค้าส่งออก จะเป็นผู้แจ้งข่าวสารไปยังพ่อค้าหรือโรงงานในระดับจังหวัดและอำเภอใหญ่ ๆ พ่อค้าเหล่านี้จะใช้ราคาตั้งกล่าวเป็นหลักแล้วประมาณราคารับซื้อตามประสบการณ์และการคาดการณ์ของพ่อค้าแต่ละราย โดยปกติราคาไม่ต่างกันมากเนื่องจากมีการแข่งขันกันมากโดยเฉพาะจังหวัดที่มีการซื้อขายกันมาก เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น กาฬสินธุ์ อุดรธานี แต่ราคาเริ่มต่างกันมากขึ้นตามระยะทางค้าขนส่ง (กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และการพลังงาน , 2536 : 17)

สำหรับราคาของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่พ่อค้าทำการซื้อขายราคาจะแตกต่างกันไปตามชนิดของมันสำปะหลังแต่ละประเภท ราคายปี 2538 หัวมันสำปะหลังสดราคาเฉลี่ย 1.51 บาทต่อกิโลกรัม มันเส้นราคาเฉลี่ย 2.49 บาทต่อกิโลกรัม มันอัดเม็ดแข็งราคาเฉลี่ย 2.64 บาทต่อกิโลกรัม (ตารางที่ 4) ราคาของมันอัดเม็ดแข็งมีการเคลื่อนไหวขึ้นลงตลอดเวลาขึ้นอยู่กับสภาวะการตลาดของมันสำปะหลังในขณะนั้น แต่เปลี่ยนแปลงจากราคาปกติไม่มากนัก ช่วงปี 2537-2538 ราคาของมันอัดเม็ดแข็งยังคงทรงตัวอยู่ แต่ผลผลิตลดลงร้อยละ 8 และมีผลผลิตเหลืออยู่ในดินร้อยละ 30 ปริมาณหัวมันสำปะหลังสดลดลงส่งผลให้รวมถึงมันอัดเม็ดแข็งมีปริมาณลดลงด้วย ทำให้ผู้ส่งออกและโรงงานมันอัดเม็ดแข็งต้องปรับราคารับซื้อสูงขึ้นหวังจะได้ปริมาณสินค้ามากขึ้น เห็นได้จากปี 2538 ราคาขายส่งมันอัดเม็ดแข็งเดือนมกราคมคือ 2.93 บาทต่อกิโลกรัม เดือนกุมภาพันธ์คือ 3.02 บาทต่อกิโลกรัม เป็นต้น (ตารางที่ 5)

ราคามันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย เปลี่ยนแปลงตามสภาวะการผลผลิตของโลก โดยเฉพาะราคาขายส่งมันอัดเม็ดแข็งในตลาดกรุงเทพฯ กับราคาส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กันมากคือ การเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในราคาเอกสาร์เป็นเอกสาร์ที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังปี พ.ศ. 2533-2538

(หน่วย : บาท/กิโลกรัม)

ปี พ.ศ.	ราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง		
	หัวมันสำปะหลังสด	มันเส้น	มันอัดเม็ดแข็ง
2533	0.97	2.15	2.37
2534	0.97	2.31	2.59
2535	0.92	2.28	2.57
2536	0.78	1.86	2.14
2537	0.98	2.17	2.45
2538	1.61	2.49	2.64
เฉลี่ย	1.04	2.21	2.46

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

ขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในราคาส่งออกขึ้นกับปริมาณความต้องการมันอัดเม็ดแข็งของโรงงานอาหารสัตว์ของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (จตุรรัตน์ , 2536 : 57) โรงงานเหล่านี้ต้องการมันอัดเม็ดแข็งผสมกับกากถั่วเหลืองผลิตเป็นอาหารสัตว์ผสม ราคากากถั่วเหลืองมีบทบาทกำหนดปริมาณความต้องการมันอัดเม็ดแข็งของโรงงานอาหารสัตว์ หากราคากากถั่วเหลืองต่ำลงความต้องการมันอัดเม็ดแข็งจะเพิ่มขึ้น ทำให้ราคาส่งออกมันอัดเม็ดแข็งสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ ให้สูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับราคาวัตถุดิบทดแทนอื่น ๆ เช่น กากข้าวโพด ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าวไรย์ หรือข้าวโอ๊ต โดยปกติวัตถุดิบเหล่านี้ราคาสูงกว่ามันอัดเม็ดแข็งแต่ปัจจุบันวัตถุดิบเหล่านี้มีราคาต่ำลง ทำให้ความต้องการใช้มันอัดเม็ดแข็งน้อยลงส่งผลให้ราคามันอัดเม็ดแข็งต่ำลง สรุปได้ว่าภาวะการเอกลำกรีนเป็นเอกลำกรีนที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ราคาขายส่งมันอัดเม็ดแข็งแยกเป็นรายเดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2538

(หน่วย : บาท/กิโลกรัม)

เดือน	ราคาขายส่งมันอัดเม็ดแข็ง
มกราคม	2.93
กุมภาพันธ์	3.02
มีนาคม	3.02
เมษายน	3.02
พฤษภาคม	3.10
มิถุนายน	3.08
กรกฎาคม	-
สิงหาคม	-
กันยายน	3.27
ตุลาคม	3.26
พฤศจิกายน	3.50
ธันวาคม	3.50
เฉลี่ย	2.64

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

เปลี่ยนแปลงทั้งด้านการตลาดและการผลิตของพืชทดแทนส่งผลกระทบต่อราคามันอัดเม็ดแข็งโดยตรง จากข้อตกลงระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปตั้งแต่ปี 2534 ทำให้สถานการณ์ส่งออกมีเสถียรภาพขึ้น แต่ไม่ทำให้ราคามันสำปะหลังของประเทศไทยมีเสถียรภาพด้วย เพราะราคามันสำปะหลังที่ผันแปรแต่ละช่วงเวลา รวมถึงปริมาณการผลิตในประเทศเป็นปัจจัยกระทบต่อราคามันอัดเม็ดแข็ง (อบล , 2527 : 166)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นทุนการตลาดมันอัดเม็ดแข็ง

จากการศึกษาต้นทุนการตลาดของพ่อค้าขายส่งมันอัดเม็ดแข็งต้นทุนส่วนมาก ได้แก่ ค่าดอกเบี้ยเงินทุน ค่าขนส่ง ค่าเช่าโกดัง ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างเก็บ ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษามันอัดเม็ดแข็ง (พลิกกองมันอัดเม็ดแข็ง) เป็นต้น (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ต้นทุนการตลาดมันอัดเม็ดแข็งปี 2537

(หน่วย : บาท/ตัน)

รายการ	บาท/ตัน
1. ค่าดอกเบี้ยเงินทุน (ร้อยละ 8.5 ราคาขายส่งกรุงเทพฯ 2,571 บาท)	18.21
2. ค่าขนส่ง (ร้อยละ 2 ของมูลค่า)	51.12
3. ค่าขนส่ง (จากโรงงานมันอัดเม็ดแข็งไปโกดังผู้ส่งออก)	130.00
4. ค่าเช่าโกดัง 1 เดือน	12.00
5. ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างเก็บ	25.71
6. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษามันอัดเม็ดแข็ง (พลิกกองมันอัดเม็ดแข็ง)	10.00
7. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	20.00
รวมค่าใช้จ่าย	257.34

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2537)

หน้าที่ทางการตลาดที่สำคัญ

การแบ่งชั้นคุณภาพ

หลังจากการเก็บเกี่ยวมันสำปะหลังสดแล้ว เกษตรกรจะขายหัวมันสำปะหลังสด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทันทีไม่มีการทำความสะอาด หรือคัดคุณภาพหัวมันสำปะหลัง เพียงป้องกันหัวมันสำปะหลังสดไม่ให้มีความชื้นสูงและมีสิ่งเจือปนมากเพราะจะขายมันสำปะหลังได้ราคาต่ำลง พ่อค้าที่รับซื้อหัวมันสำปะหลังสดไม่มีการทำความสะอาดหรือคัดคุณภาพของหัวมันสำปะหลังสด ทำการส่งขายต่อโรงงานมันเส้น โรงงานมันเส้นนำหัวมันสำปะหลังสดผลิตมันเส้นขายให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็ง โรงงานมันอัดเม็ดแข็งคุณภาพของมันเส้น โดยมันเส้นที่มีเปอร์เซ็นต์แป้งสูงจะได้ราคาดีกว่ามันเส้นที่มีเปอร์เซ็นต์แป้งต่ำ หรือมันเส้นที่ความชื้นสูงกว่าร้อยละ 16 ราคาจะต่ำลง 2 สตางค์ตามความชื้นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ไม่มีการแบ่งชั้นคุณภาพมันอัดเม็ดแข็งที่ผลิตได้

การเก็บรักษา

มันอัดเม็ดแข็งเป็นสินค้าที่ง่ายต่อการเก็บรักษา โรงงานมันอัดเม็ดแข็งหรือบริษัทส่งออกมันอัดเม็ดแข็งต้องระวังไม่ให้มันอัดเม็ดแข็งได้รับความชื้น เพราะจะเกิดการเน่าเสีย ทำให้ราคาขายของมันอัดเม็ดแข็งลดต่ำลง การเก็บรักษาหลังการแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็งแล้วเพียงนำไปเก็บไว้ในโกดังที่แห้งและไม่เปียกชื้น ในขณะที่เก็บรักษาต้องมีการพลิกกองมันอัดเม็ดแข็งเพื่อป้องกันไม่ให้มันอัดเม็ดแข็งทับถมกันนานจนเกิดความชื้นได้

การขนส่ง

ยานพาหนะที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น นิยมในการขนส่งมันอัดเม็ดแข็ง คือ รถอีแต๋น รถบิควัน รถบรรทุก รถรับจ้าง ขนส่งจากโกดังไปยังเรือโป๊ะบริเวณท่าเรือเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ บริษัทส่งออกนิยมใช้รถบรรทุกสิบล้อซึ่งบรรทุกได้ 13 ตัน เฉลี่ยเวลาในการรวบรวม 1-7 วัน แล้วแต่ปริมาณมันอัดเม็ดแข็งที่ผลิตได้ การขนส่งมันอัดเม็ดแข็งไปท่าเรือถึงวันส่งของลงเรือห่างกันประมาณ 1 เดือน หากผลผลิตมากอาจใช้เวลาานเข้าคิวตามลำดับก่อน-หลัง

การเงินและการเสี่ยงภัย

ด้านการเงินส่วนใหญ่ผู้รับซื้อจะชำระเป็นเงินสดแก่เกษตรกร หากผลผลิตได้รับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเสี่ยงหากระหว่างการขนส่งผู้รับซื้อจะต้องเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่าย ที่ผ่านมาเกษตรกรมักถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางในช่วงที่ผลผลิตออกมามาก แต่เกษตรกรก็จำเป็นต้องขายเพราะส่วนมากมีความต้องการใช้เงิน ด้านโรงงานที่รับซื้อมันอัดเม็ดแข็งจากพ่อค้าคนกลางมักชำระเงินตามข้อสัญญาที่ตกลงกันได้ โดยอาจชำระเป็นเช็คหรือเงินสดก็ได้

การขยายตลาดมันอัดเม็ดแข็ง

ในอนาคตประเทศไทยไม่ควรส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง ไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเพียงแห่งเดียว ควรหันไปเจรจากับประเทศที่มีความต้องการมันอัดเม็ดแข็งแต่กีดกันการนำเข้า เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น ให้เปิดตลาดแก่ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศไทยมากขึ้น ด้านผู้ส่งออกมีการจัดตั้งกลุ่มผู้ส่งออกเพื่อการเปิดตลาดนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปโดยเฉพาะ มีการรวมคณะผู้แทนการค้าภาครัฐบาลไปประเทศต่าง ๆ เพื่อเจรจาทางการค้า การแสวงหาตลาดในการส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง และแนะนำสินค้ามันสำปะหลังของประเทศไทย หรือมีการติดต่อให้ข่าวสารข้อมูลแก่ผู้สนใจในประเทศต่าง ๆ พร้อมทั้งมีการแจ้งให้ผู้ส่งออกมันสำปะหลังของสมาคมมันสำปะหลังไทยติดต่อผู้สนใจโดยตรงได้

นโยบายมันสำปะหลังภาครัฐบาลปี 2537-2541

นโยบายมันสำปะหลังภาครัฐบาลปี 2537-2541 ได้มีการกำหนดไว้หลายด้าน เช่น ด้านการผลิต และด้านการตลาด (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

ด้านการผลิต

มีแผนงานการดำเนินการหลัก 2 วิธีดังนี้

1. แผนงานปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการเพาะปลูกด้วยวิธีการกระจายพันธุ์ดี เพราะมันสำปะหลังพันธุ์ดีให้ผลผลิตประมาณ 3 ตันต่อไร่ มีเปอร์เซ็นต์แป้งสูงกว่าพันธุ์พื้นเมือง แผนงานเริ่มดำเนินการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายใต้โครงการพัฒนาการผลิตมันสำปะหลัง เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตและการตลาดในปี
งบประมาณ 2536 สิ้นสุดโครงการในปี 2540 จะมีพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังพันธุ์ดี 2.28 ล้านไร่

2. แผนการลดพื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลัง เป้าหมายดำเนินการลดพื้นที่เพาะปลูก
มันสำปะหลัง 1 ล้านไร่ ภายใน 5 ปีคือในปี 2537-2541 มีโครงการต่าง ๆ สนับสนุนดังนี้

- โครงการนำร่องเพื่อลดพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังในเขตแห้งแล้ง ดำเนินการ
ลดพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังได้ 42,000 ไร่

- โครงการปรับระบบการผลิตในพื้นที่ปลูกมันสำปะหลัง มีการดำเนินการในปี
2537-2541 ส่งเสริมการปลูกไม้ยืนต้นเศรษฐกิจ ไร่นาสวนผสมในเขตและนอกเขตเศรษฐกิจ
มันสำปะหลัง คาดว่าสามารถลดพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังได้ 200,000 ไร่

- โครงการปลูกไม้เศรษฐกิจเพื่อผลิตเอือกระดาษ ดำเนินการในปี 2537-
2539 ในจังหวัดอุบลราชธานี บุรีรัมย์ สุรินทร์ และนครราชสีมา คาดว่าสามารถลดพื้นที่
ปลูกมันสำปะหลังได้ 100,000 ไร่

- โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคนม เพื่อลดพื้นที่มันสำปะหลัง ดำเนินการปี
2537-2541 คาดว่าสามารถลดพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังได้ 100,000 ไร่ เพื่อจัดทำแปลงหญ้า
และส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงโคจำนวน 25,000 ตัว

3. มาตรการส่งเสริม เพื่อเป็นการช่วยให้สามารถลดพื้นที่เพาะปลูก และควบคุม
ปริมาณการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และถาวรดังนี้

- กำหนดเขตเกษตรกรเศรษฐกิจสำหรับมันสำปะหลัง เพื่อช่วยให้การจัดการ
และการพัฒนาการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น

- จัดทะเบียนผู้ปลูกมันสำปะหลัง เพื่อทราบพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตในแต่ละ
ปีได้แน่นอนและแม่นยำ ช่วยให้สามารถวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับปริมาณผลผลิต

- กำหนดมาตรการจูงใจ เพื่อให้เกษตรกรในโครงการให้ความร่วมมือใน
โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและลดพื้นที่ปลูกมันสำปะหลัง

- กำหนดหลักเกณฑ์ไม่อนุญาตให้มีการตั้งลานมัน หรือโรงงานมันอัดเม็ดแข็ง
นอกพื้นที่เขตเกษตรกรเศรษฐกิจมันสำปะหลัง

ด้านการตลาด

1. สนับสนุนให้ผู้ส่งออกขยายการส่งออกนอกตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป
2. ศึกษากำหนดเวลาตรวจเช็คสต็อกในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก
3. ศึกษาราคาหรือยกเลิกภาษีการค้าที่เก็บจากผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เพื่อลดต้นทุนการส่งออกให้แข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ
4. ศึกษาราคาหรือยกเลิกภาษีได้หัก ณ ที่จ่ายกับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง
5. กระทรวงการคลังควรลดอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อให้ผู้ประกอบการค้ามันสำปะหลัง
6. สนับสนุนการใช้มันสำปะหลังภายในประเทศ
 - 6.1 ในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมผงชูรส อุตสาหกรรมฟรักโทส อุตสาหกรรมกระดาษ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมฟรักโทสคาดว่าจะขยายตัวมากในปี 2539
 - 6.2 ในส่วนผสมอาหารสัตว์ สนับสนุนให้มีการใช้มันสำปะหลังเป็นส่วนผสมอาหารสัตว์มากขึ้น
 - 6.3 เป็นวัตถุดิบในการผลิตเอทานอล รัฐบาลควรสนับสนุนให้ใช้มันสำปะหลังผลิตเอทานอลทดแทนน้ำมันเบนซิน โดยการลดภาษีสรรพสามิต และภาษีเทศบาล

แนวนโยบายมันสำปะหลังภาคเอกชน

สมาคมมันสำปะหลังทั้ง 4 สมาคม ประกอบด้วย สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย สมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และสมาคมการค้าอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังไทย โดยมีสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทยเป็นแกนนำ ดำเนินการจัดตั้งมูลนิธิสถาบันพัฒนามันสำปะหลังแห่งประเทศไทยขึ้น มีนโยบายการดำเนินงานของมูลนิธิดังนี้ (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2535)

1. เพื่อส่งเสริมการพัฒนาน้ำมันมันสำปะหลังที่มีคุณภาพ และให้ผลผลิตต่อไร่สูง ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นโดยไม่ต้องเพิ่มเนื้อที่เพาะปลูก

2. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการผลิตมันอัดเม็ดแข็ง และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องอื่น ๆ ที่ใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบ ซึ่งอาจมีผู้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมมันสำปะหลังมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เพื่อส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย ด้านการปรับโครงสร้างการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง การแปรรูป และการตลาดของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เพื่อนำผลที่ได้ไปเสนอเป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาล เอกชน และเกษตรกร

4. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจการค้ามันสำปะหลัง ทั้งด้านภาษีอากร การกีดกันทางการค้า หรืออุปสรรคอื่นใดที่มีต่อธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขปรับปรุง

5. แสวงหาช่องทางในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปยังตลาดใหม่ ๆ ซึ่งเป็นทั้งโครงการระยะสั้นและระยะยาว

6. เพื่อศึกษาวิเคราะห์และประเมินถึงประสิทธิภาพของประเทศคู่แข่งในในตลาดโลก โดยเฉพาะด้านการผลิต การส่งออก และนโยบายทางการค้า

7. เสนอแนะมาตรการ การปรับปรุงโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังให้ทันสมัยเพื่อลดปัญหามลภาวะ

8. ดำเนินการเพื่อสาธิตและประโยชน์ หรือร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่น ๆ ในด้านการสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมไทย

9. ไม่ดำเนินการใด ๆ อันเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในทางการเมื่อ

10. เพื่อให้สถาบันเป็นศูนย์กลางการเผยแพร่ความรู้และข้อมูลด้านการผลิต การตลาด ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีไปยังเกษตรกร ผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก ฯลฯ

แนวทางการตลาดในอนาคต

1. ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งมากอันดับหนึ่งของโลก ควรปรับปรุงคุณภาพมันอัดเม็ดแข็งให้ได้มาตรฐาน เพื่อความเชื่อถือจากตลาดต่างประเทศ

2. ควรพัฒนาด้านเทคนิคการผลิตและการตลาดของมันอัดเม็ดแข็งให้ทันสมัย เพื่อมันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยได้รับการยอมรับจากตลาดต่างประเทศ

3. ผู้รับซื้อชาวต่างประเทศหันไปใช้ถัณฐิษทดแทนในการผสมอาหารเลี้ยงสัตว์มากขึ้น หากลดต้นทุนของมันอัดเม็ดแข็งลงได้มากกว่านี้จะสามารถแข่งขันกับราคาของถัณฐิษได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย

การศึกษาในบทนี้ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นการศึกษาถึงการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างการตลาดส่งออก วิธีการตลาดส่งออก การเตรียมการก่อนการส่งออก และกระบวนการส่งออกตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ส่วนที่สองเป็นการส่งออกไปประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป และประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ส่วนที่สามเป็นการศึกษาถึงปัญหาการส่งออก และแนวทางการแก้ไข

โครงสร้างทางการตลาดส่งออก

ตลาดรวบรวมผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งเพื่อการส่งออก กระทำโดยห้องหรือโรงงานมันอัดเม็ดแข็งที่ตั้งโรงงานในท้องถิ่นผลิตหัวมันสำปะหลังสดและมันเส้น จะรับซื้อมันเส้นแล้วแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็ง โรงงานมันอัดเม็ดแข็งส่วนมากเป็นของบริษัทส่งออก บริษัทส่งออกจะรวบรวมมันอัดเม็ดแข็งทั้งของโรงงานตัวเองและรับซื้อจากโรงงานอื่น โดยทำการรวบรวมให้ได้จำนวนมาก เพื่อจะได้โควตาเช็คสต็อกขายให้ลูกค้าต่างประเทศที่สั่งซื้อมันอัดเม็ดแข็งจากบริษัทสินค้ามันอัดเม็ดแข็งส่วนใหญ่ส่งออกกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมีสมาชิก 12 ประเทศคือ เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม ลักเซมเบิร์ก ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน เดนมาร์ก โปรตุเกส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ไอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และส่วนใหญ่นำเข้าเพื่อใช้ในโรงงานผลสมอาหารสัตว์ เนื่องจากราคาถูกกว่าอาหารสัตว์ผสมชนิดอื่น ๆ ประเทศนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งที่สำคัญ ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน สเปน และโปรตุเกส เป็นต้น

วิธีการตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง

วิธีการตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง หมายถึง ช่องทางหรือแนวทางที่ผลผลิตมันสำปะหลังอัดเม็ดแข็งจากผู้ผลิตคนแรกสุดคือเกษตรกร เคลื่อนย้ายไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้ายในตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีลักษณะดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลผลิตห้วมันสำปะหลังสดที่เกษตรกรผลิตได้จะจำหน่ายให้กับโรงงานมันเส้น ทางโรงงานมันเส้นนำห้วมันสำปะหลังสดแปรรูปเป็นมันเส้นส่งขายให้กับโรงงานมันอัดเม็ดแข็ง ทางโรงงานมันอัดเม็ดแข็งนำมันเส้นแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็งแล้วจำหน่ายให้กับหรง หรืออาจขายให้กับบริษัทส่งออกโดยตรง ทางบริษัทส่งออกจะมีตัวแทนในประเทศ เป็นผู้ดำเนินการติดต่อกับสำนักงานในต่างประเทศที่นำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทย ทางสำนักงานต่างประเทศเป็นผู้จำหน่ายมันอัดเม็ดแข็งที่นำเข้าไปให้กับพ่อค้าคนกลางในตลาด พ่อค้าคนกลางเป็นผู้จำหน่ายให้กับผู้ใช้มันอัดเม็ดแข็งในตลาดต่างประเทศ หรือสำนักงานต่างประเทศจำหน่ายให้ผู้ใช้มันอัดเม็ดแข็งโดยตรง (ภาพที่ 4)

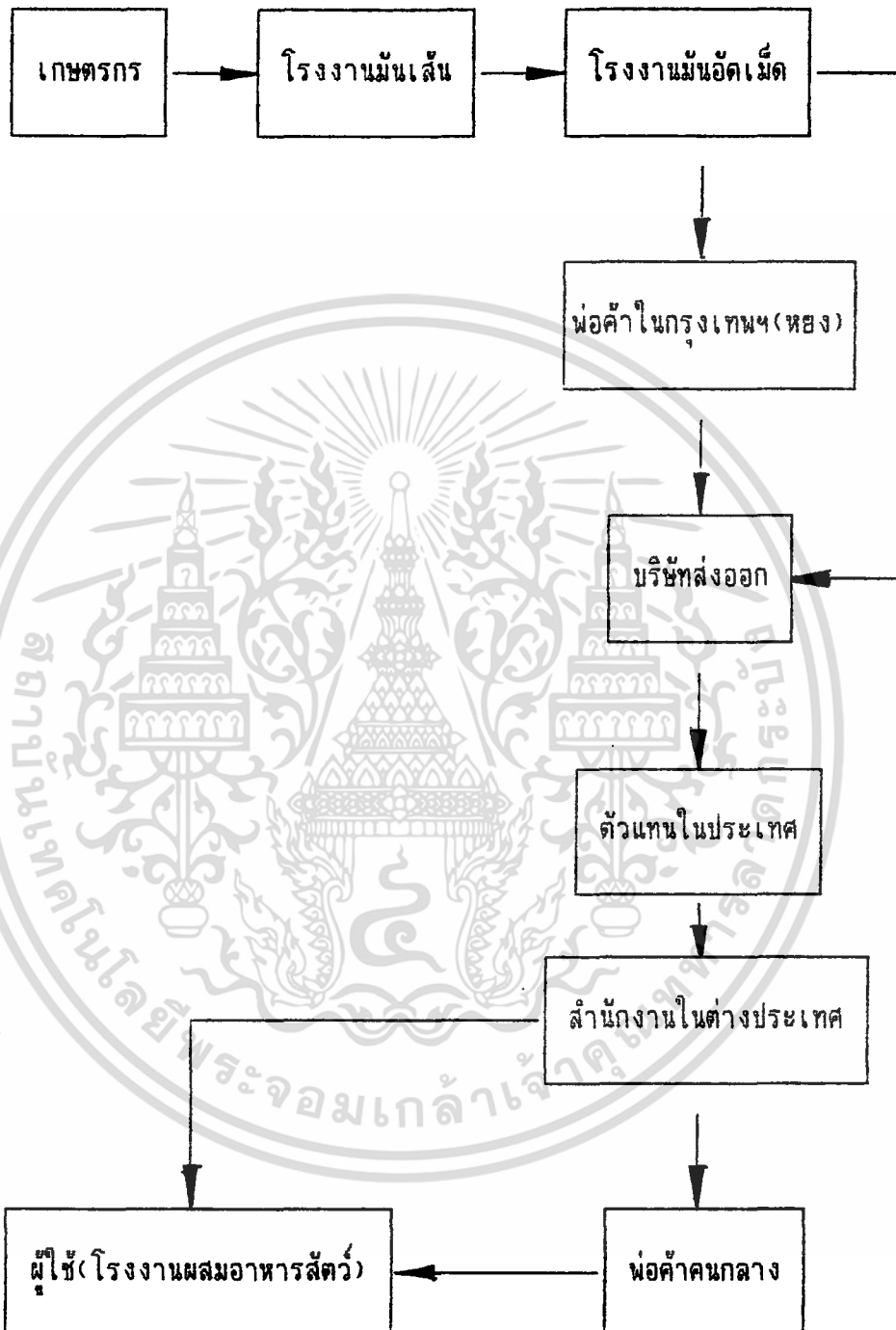
ราคาผลผลิตที่ส่งออก

ราคาผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ในแต่ละประเทศ มีราคาแตกต่างกันในการส่งออกแต่ละครั้ง ตามสัญญาข้อตกลงการซื้อขาย โดยปกติราคาส่งออกมันอัดเม็ดแข็งที่ตลาดส่งออกในประเทศคือ ราคา F.O.B. (ย่อมาจาก Free on board คือ ราคาซื้อขายของมันอัดเม็ดแข็งที่คิดเฉพาะค่าสินค้า และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จนนำสินค้าขึ้นบรรทุกเรือสมุทร หลังจากนั้นแล้วผู้ขายไม่ต้องรับผิดชอบใด ๆ อีก) ส่วนราคาส่งออกที่ตลาดรอตเตอร์ดัม คือ ราคาที่บวกค่าใช้จ่าย ค่าเสียหายต่าง ๆ จนสินค้าถึงท่าเรือรอตเตอร์ดัม ปี 2538 (เดือนมกราคม-มิถุนายน) ราคาส่งออก F.O.B. เฉลี่ยเท่ากับ 334.65 บาทต่อ 100 กิโลกรัม ราคาส่งออกตลาดรอตเตอร์ดัมเฉลี่ยเท่ากับ 432.27 บาทต่อ 100 กิโลกรัม (ตารางที่ 7) ปัจจุบันในการตั้งราคาเหมือนกับผลผลิตชนิดอื่น ๆ ผู้ส่งออกต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวโน้มราคामผลผลิต พิจารณาในช่วงที่ผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งออกสู่ตลาดในประเทศ เช่น ในช่วงห้วมันสำปะหลังสดออกสู่ตลาดมากนำไปแปรรูปเป็นมันอัดเม็ดแข็งออกสู่ตลาดราคาส่งออกจะต่ำ เมื่อผลผลิตเริ่มลดน้อยลงจะทำให้ราคาส่งออกมันอัดเม็ดแข็งสูงขึ้น
2. เพอร์เซ็นต์แป้ง ในช่วงฤดูฝนห้วมันสำปะหลังมีเปอร์เซ็นต์แป้งน้อย ราคาห้วมันสำปะหลังสดต่ำมีผลทำให้ราคามันอัดเม็ดแข็งต่ำลงด้วย แต่ช่วงหน้าฤดูฝนห้วมันสำปะหลังสดมีเปอร์เซ็นต์แป้งสูงส่งผลให้ราคามันอัดเม็ดแข็งเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในประเทศ



ต่างประเทศ

ภาพที่ 4 วิธีการตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2536)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ราคาส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง ปี พ.ศ. 2533-2538

(หน่วย : บาท/100 กิโลกรัม)

ปี พ.ศ.	ราคาส่งออก F.O.B.	ราคาตลาดรอตเตอร์ดัม
2533	372.90	472.91
2534	388.00	485.96
2535	387.92	470.73
2536	275.58	350.99
2537	286.89	368.52
2538(ม.ค.-มิ.ย.)	334.65	432.27

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

3. ค่าขนส่ง อัตราค่าขนส่งมีผลต่อการตั้งราคาส่งออก การขนส่งไปตลาดต่างประเทศที่ระยะทางไกล ค่าขนส่งมีราคาสูงตามระยะทาง ทำให้ราคาส่งออกสูงขึ้นด้วย

4. ผลจากนโยบายปฏิรูปการเกษตร ส่งผลต่อราคาสินค้าเกษตรนวกัญพืชทดแทนอื่น ๆ เช่น กากข้าวโพด ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าวไรย์ หรือข้าวโอ๊ต หากดัชนีเหล่านี้มีราคาต่ำลง ความต้องการใช้มันอัดเม็ดแข็งจะลดน้อยลง ส่งผลกระทบต่อราคาของมันอัดเม็ดแข็งต้องลดราคาส่งออกลง เพื่อแข่งกับราคาดัชนีพืชที่ลดต่ำลง

5. สภาพการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ผู้ส่งออกต้องพิจารณาว่าตลาดต่างประเทศที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญ เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม มีการกำหนดราคาส่งออกผลผลิตชนิดเดียวกันกับผู้ส่งออกไทยอย่างไรบ้าง

6. การกำหนดราคาซื้อขายมันอัดเม็ดแข็ง ขึ้นอยู่กับราคา C.I.F. (ย่อมาจาก Cost, insurance and freight คือ ราคาที่ตกลงกันที่ผู้ขายต้องรับผิดชอบในความเสียหายของสินค้าจนถึงมือผู้ซื้อในต่างประเทศ เช่น ค่าประกันภัย ค่าระวางเรือ เป็นต้น) ทางบริษัท

ส่งออกจะบวกเข้ากับราคามันอัดเม็ดแข็งที่ส่งออก ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลกส่งผลถึงกำลังการซื้อของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ความผันแปรของอัตราแลกเปลี่ยนเงิน ภาษีนำเข้า และกฎหมายการนำเข้าของประเทศลูกค้า

การเตรียมการก่อนการส่งออก

มันอัดเม็ดแข็งเป็นสินค้าที่ไม่ชอบขี้้ง่ายขณะทำการขนส่ง การเตรียมการก่อนการส่งออกไม่มีวิธีการมาก เพียงแต่ควรป้องกันความชื้นระหว่างการขนส่ง หากมันอัดเม็ดแข็งได้รับความชื้น อาจทำให้ราคาขายของมันอัดเม็ดแข็งต่ำลง และไม่ผ่านกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าของต่างประเทศ

การขนส่ง

การขนส่งมันอัดเม็ดแข็งส่วนใหญ่นิยมขนส่งทางเรือ ผู้ส่งออกไม่สามารถส่งมันอัดเม็ดแข็งจำหน่ายให้ผู้ซื้อโดยตรงได้ เนื่องจากไม่สามารถหาระวางเรือบรรทุกชนิดขนส่งแบบเทกองขนาดใหญ่ (Bulk Carriers) ได้ แต่บริษัทส่งออกเป็นผู้ซื้อมันอัดเม็ดแข็งจากโรงงานมันอัดเม็ดแข็งและขายให้กับบริษัทส่งออกทางเรือ บริษัทส่งออกทางเรือที่สำคัญในปัจจุบันมี 4 บริษัท คือ บริษัทโครห์น จำกัด [Krohn & Co. (Bangkok) Ltd.] บริษัทอัลเฟรด ซี ทอฟเฟอร์ จำกัด (Alfred C. Toepfer Bangkok Ltd.) บริษัทปีเตอร์ เครมเมอร์ จำกัด (Peter Cremer) บริษัทคาร์กิลล์ จำกัด (Cargill) บริษัททั้ง 4 ทำการซื้อมันอัดเม็ดแข็งแล้วทำการขนถ่ายลงเรือใหญ่ 2 แห่ง คือ ที่บริษัทมาบุญครองอบนิชและไซโล กับบริษัททีบีเอส (TBS ย่อมาจาก Thai Bulk Service) บริเวณเกาะสีชัง โดยบริษัทปีเตอร์ จำกัด และบริษัทคาร์กิลล์ ทำการขนถ่ายสินค้าบริเวณท่าของบริษัทมาบุญครองอบนิชและไซโล เนื่องจากมีการทำสัญญาระยะยาวต่อกัน ส่วนบริษัทโครห์น จำกัด และบริษัทอัลเฟรด ซี ทอฟเฟอร์ จะทำการขนถ่ายสินค้าที่ท่าของบริษัททีบีเอส ที่เกาะสีชัง เนื่องจากบริษัททั้ง 2 ร่วมถือหุ้นของบริษัท TBS อยู่ด้วย มันอัดเม็ดแข็งที่บริษัททีบีเอสขนถ่าย ส่วนใหญ่มาจากโกดังของผู้ส่งออกแถบบางปะกง บางไทร นครหลวง ฯลฯ (ภาพที่ 5) แต่ในปัจจุบันมีการรวมกลุ่มของผู้ส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

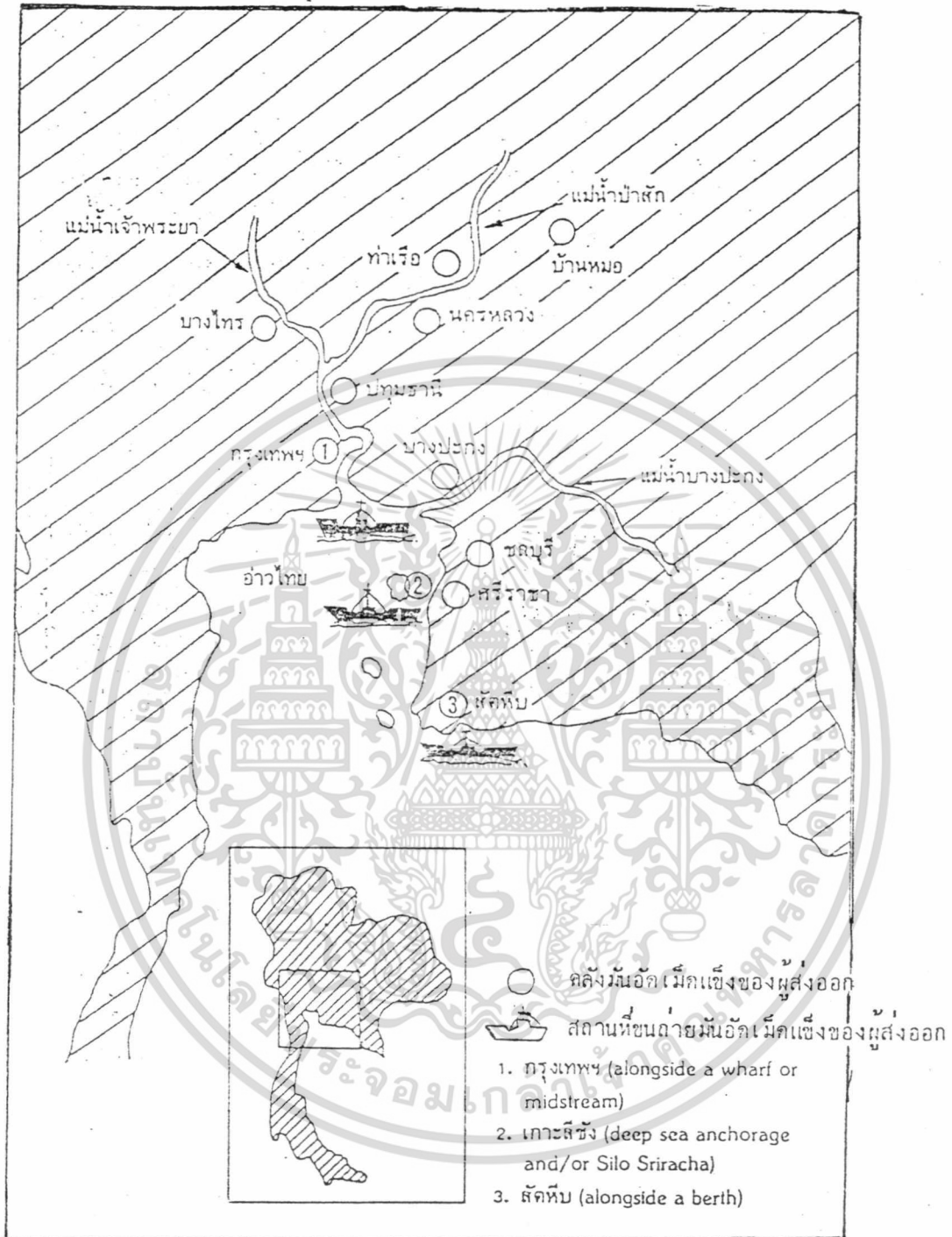
ประเทศไทย 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มบริษัทมหาชนการพัฒนา และกลุ่มแสงไทย-ตระกูลคำ โดสมิ บริษัทตัวแทนที่ตลาดร่วมยุโรป ทำหน้าที่ติดต่อซื้อขายมันอัดเม็ดแข่งกับผู้ใช้ในตลาดร่วมยุโรป โดยตรง (จตุรรัตน์ , 2536 : 53-54) ปี 2538 มีผู้ส่งออกมันอัดเม็ดแข่งจำนวน 25 ราย บริษัทที่ส่งออกมันอัดเม็ดแข่งไปตลาดต่างประเทศมากที่สุด คือ บริษัทเกษตรรุ่งเรืองพืชผลส่งออก จำนวน 562,990.70 ตัน รองลงมาคือบริษัทที.เอช.นครหลวงส่งออกจำนวน 281,175.00 ตัน (ตารางที่ 8)

ค่าใช้จ่ายการส่งออกมันอัดเม็ดแข่ง

จากการสัมภาษณ์บริษัทส่งออกพบว่า ในกรณีปกติระยะเวลาจากวันที่ผู้ส่งออกมันอัดเม็ดแข่งจากโรงงานมันอัดเม็ดแข่งถึงวันที่ส่งสินค้าลงเรือลำเลียงถ่ายสินค้า (Lifter) ห่างกันเฉลี่ยประมาณ 1 เดือน หากเป็นประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรปตั้งแต่มีการใช้มาตรการจัดสรรโควต้าไปตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมีการแบ่งจำนวนงวดในการเช็คสต็อกสินค้า ส่งผลให้ผู้ส่งออกต้องเก็บมันอัดเม็ดแข่งนานขึ้นประมาณ 2-2.5 เดือน ก่อนการส่งออกไปตลาดต่างประเทศ การเก็บมันอัดเม็ดแข่งนานทำให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น เช่น ค่าเช่าโกดัง ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างเก็บ และค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษามันอัดเม็ดแข่ง (พลิกกองมันอัดเม็ดแข่ง) เป็นต้น (ตารางที่ 9) รายการ 1.1-1.10 คือ ภาระที่ผู้ส่งออกต้องเสียในการส่งออกมันอัดเม็ดแข่งคือ 153.03 บาทต่อตัน ส่วนการส่งออกไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจำเป็นต้องมีมาตรการจัดสรรโควต้าส่งออกไปตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ทำให้ผู้ส่งออกต้องแบกภาระเพิ่มขึ้นตันละ 227.68 บาท ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการส่งออกมันอัดเม็ดแข่งไปตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปคือ 382.79 บาทต่อตัน

กระบวนการส่งออก

ขั้นตอนและพิธีการส่งออกมันอัดเม็ดแข่งของประเทศไทยไปตลาดต่างประเทศมีขั้นตอนและกฎเกณฑ์ เช่นเดียวกับการส่งออกพืชไร่ประเภทอื่น ๆ แต่มาตรฐานการนำเข้าบางอย่างของแต่ละประเทศอาจแตกต่างกัน สำหรับสินค้าน้ำมันอัดเม็ดแข่งที่ส่งออก ผู้ส่งออกต้องดำเนินการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 คลังและสถานที่ขนถ่ายน้ำมันอีก 1 เม็ดแข็งของผู้ส่งออกในเขตส่งออกในประเทศไทย
ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2527)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ปริมาณการส่งออกของบริษัทผู้ส่งออกมันอัดเม็ดตั้งแต่ปี 2538 จำนวน 10 อันดับ

(หน่วย : ตัน)

ชื่อบริษัทส่งออก	ปริมาณการส่งออกมันอัดเม็ดตั้งแต่ปี
1. บริษัทเกษตรรุ่งเรืองพืชผล	662,990.70
2. บริษัทที.เอช.นครหลวง	281,175.00
3. บริษัทไทยสุโรปเปิด	258,144.73
4. บริษัทเซ็นทรัลเกรน	172,843.74
5. บริษัทโชคชัยพืชผล	159,992.98
6. บริษัทแสงไทยบางปะกง	157,671.85
7. บริษัทแคชชาวาอินดัสเตรียล	144,905.00
8. บริษัททรัพย์สถาพร	122,040.00
9. บริษัทเฮนเนอรัสมิลล์ คอร์ปอเรชั่น	104,554.00
10. บริษัทชัยเจริญพืชผล	97,745.00

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

ขอผ่านการตรวจสอบจากกระทรวงพาณิชย์ ส่วนการส่งออกมันอัดเม็ดซึ่งไปประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ต้องผ่านระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ขึ้นตอนอื่นดำเนินการดังนี้ (พรรณา , 2537 : 46-49)

1. การจดทะเบียน เมื่อผู้ส่งออกเริ่มดำเนินการในลักษณะบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลแล้ว ผู้ส่งออกต้องไปจดทะเบียนการก่อตั้งธุรกิจ สำหรับประเทศไทยการก่อตั้งธุรกิจเป็นนิติบุคคลต้องไปจดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ต่อกรมทะเบียนการค้า หลังจากนั้นจึงทำการขอจดทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนพาณิชย์ที่ผู้ส่งออกมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เขตท้องที่แห่งนั้น เพื่อสำนักงานพาณิชย์จะได้มีหลักฐานการประกอบการพาณิชย์ที่ถูกต้องเชื่อถือได้ ทำการจดทะเบียนการค้ากับกรมสรรพากร พร้อมระบุวัตถุประสงค์เพื่อการส่งออก โดยการยื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ค่าใช้จ่ายในการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งปี 2537/2538

(หน่วย : บาท/ตัน)

รายการ	บาท/ตัน
1. ค่าใช้จ่ายส่งออกที่ไม่เกี่ยวกับมาตรการจัดสรรโควตา	
1.1 ค่าเช่าโกดัง 1 เดือน	12.00
1.2 ค่าดอกเบี้ยเงินทุน(ดอกเบี้ยร้อยละ 8.5 ราคาขาย ส่งกรุงเทพฯ 2,571 บาท)	19.21
1.3 ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างเก็บร้อยละ 1	25.71
1.4 ค่าสูญเสียน้ำหนักระหว่างเดินทางร้อยละ 1	25.71
1.5 ค่าขนส่งเรือเดินทะเลขนาดใหญ่ (BARGE)	33.00
1.6 ค่าพิธีการศุลกากร	8.00
1.7 ค่าตรวจสอบคุณภาพ, น้ำหนัก	12.00
1.8 ค่าบำรุงสมาคมมันสำปะหลังไทย	0.40
1.9 ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	10.00
1.10 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	10.00
รวมค่าใช้จ่าย(1)	153.03
2. ค่าใช้จ่ายอันเกิดจากมาตรการตรวจสอบ	227.68
รวมค่าใช้จ่ายส่งออกมันอัดเม็ดแข็งในโควตาจัดสรร ไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป(รวม 1,2)	382.79

จดทะเบียนการค้าต่ออธิบดีกรมสรรพากร ณ กรมสรรพากร หรือ ณ ที่ว่าการอำเภอท้องที่
ที่บริษัทส่งออกนั้นตั้งอยู่ ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันเริ่มประกอบการค้า

2. การติดต่อกับลูกค้าต่างประเทศ มี 2 แบบ ดังนี้

2.1 บริษัทส่งออกขายนมันอัดเม็ดแข็งให้บริษัทส่งออกทางเรือที่สำคัญ 4 บริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็นาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตั้งที่กล่าวมาแล้ว บริษัทส่งออกทางเรือจึงติดต่อกับลูกค้าในต่างประเทศโดยตรง

2.2 ผู้ส่งออกสามารถติดต่อกับลูกค้าในต่างประเทศได้โดยตรง โดยบริษัทส่งออกวางแผนเดินทางไปตลาดต่างประเทศ หรือส่งตัวแทนติดต่อกับบริษัทในต่างประเทศเตรียมตัวอย่างสินค้า ใบเสนอขาย ใบแสดงรายการสินค้า หนังสือรับรองคุณภาพมาตรฐานของสินค้า แบบฟอร์มสัญญาซื้อขายและอุปกรณ์ช่วยในการขาย นอกจากนี้ผู้ส่งออกสามารถติดต่อกับตัวแทนของบริษัทในต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทในต่างประเทศที่ต้องการติดต่อกับขายด้วย ทำการเจรจาตกลงราคาและปริมาณการซื้อขายกัน ทางบริษัทส่งออกจะส่งสินค้าไปให้บริษัทในต่างประเทศ ตามที่ตกลงกันไว้กับบริษัทตัวแทนในกรุงเทพฯ

3. การทำสัญญาซื้อขาย ก่อนการทำสัญญาซื้อขายผู้ส่งออกและผู้นำเข้าต้องเจรจาต่อรองเงื่อนไขต่าง ๆ เช่น ราคาของสินค้าที่ผู้ส่งออกได้รับตามข้อตกลง มีทั้งราคา F.O.B หรือราคา C.I.F มีการต่อรองราคากันเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้า การชำระเงิน การตรวจสอบ การวิเคราะห์สินค้า การประกันภัย และอื่น ๆ เมื่อกำหนดเงื่อนไขในการซื้อขายเรียบร้อยแล้ว จึงทำสัญญาซื้อขายกันเป็นลายลักษณ์อักษร ถือว่าผู้ส่งออกได้รับคำสั่งซื้อ (ORDER) จากผู้นำเข้าในต่างประเทศแล้ว จึงตกลงในเรื่องวิธีการซื้อขายและการชำระเงิน ซึ่งมี 2 วิธี

3.1 การขอเปิด L/C (ย่อมาจาก LETTER OF CREDIT) เป็นตราสารชนิดหนึ่งที่ผู้ซื้อหรือผู้ส่งเข้า ขอให้ธนาคารในประเทศของตนออกให้แก่ผู้ขายหรือผู้ส่งออก โดยผ่านธนาคารตัวแทนของธนาคารผู้เปิดสาขาเครดิต (ผู้ขาย) เป็นการยืนยันพันธผูกพันว่าเมื่อผู้ส่งออกได้ทำการส่งสินค้าและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดใน L/C ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ผู้ส่งออกจะได้รับการชำระเงิน เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมาก

3.2 วิธีการฝากขาย เป็นวิธีการซื้อขายที่ผู้ส่งออกต้องส่งสินค้าให้แก่ผู้นำเข้าก่อนแล้วจึงได้รับเงินภายหลังตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน

4. การจัดหาสินค้าตามคำสั่งซื้อ ในการจัดหาสินค้าเพื่อเตรียมการส่งออกได้แก่ การรวบรวมผลผลิต การจัดทำมาตรฐานคุณภาพ และการขนส่ง เมื่อตกลงทำสัญญาซื้อขายกันแล้วมีคำสั่งซื้อสินค้ามา (ในกรณีที่มีการติดต่อซื้อขายกันมาก่อน) ผู้ส่งออกจะมีฝ่ายจัดหาสินค้า และฝ่ายดำเนินการส่งออกดำเนินการพร้อม ๆ กัน เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินงาน และทันต่อเวลาตามผู้ส่งเข้าต้องการ

5. การดำเนินการด้านพิธีการส่งออก หลังจากมีการตกลงตามเงื่อนไขและทำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวันเวลาสำหรับการส่งออกสินค้าเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้จริงเห็นว่าเป็นการดำเนินการไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัญญาซื้อขายกันเรียบร้อย ผู้ส่งออกต้องดำเนินการด้านพิธีการส่งออกเพื่อเตรียมใบเอกสารต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่ของผู้รับหน้าที่การจัดส่งสินค้า ดำเนินการขอใบเอกสารต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแต่ละหน่วยงาน เช่น การติดต่อในการขนส่งต้องทำใบบัญชีราคาสินค้า (INVOICE) รายการน้ำหนักสินค้า (WEIGHT LIST) และต้องขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า เป็นต้น

6. การผ่านพิธีศุลกากร บริษัทส่งออกทางเรือ เป็นผู้ดำเนินการด้านการจองระวางเรือที่ขนส่งสินค้าไปต่างประเทศเพื่อความสะดวกรวดเร็วขึ้น สำหรับสินค้าที่จัดเตรียมเพื่อส่งออกจะถูกบรรทุกเคลื่อนย้ายไปยังท่าเรือที่จัดเตรียมไว้เพื่อการส่งออกต่อไป

7. การส่งสินค้าทางเรือ เมื่อผ่านพิธีการศุลกากร และเจ้าหน้าที่ได้ทำการตรวจสอบสินค้าแล้วนำสินค้าลงเรือเรียบร้อยแล้ว ผู้ส่งออกจะได้รับใบตราส่งสินค้า (B/C ย่อมาจาก BILL OF LADING) จากบริษัทเดินเรือส่งออก กรณีที่บริษัทตกลงราคาสินค้าเป็นแบบ C.I.F ผู้ส่งออกต้องชำระค่าสินค้ารวมค่าประกันภัยและค่าระวางเรือ (FREIGHT) ก่อนที่จะได้รับใบตราส่งสินค้าจากบริษัทเดินเรือส่งออก ถ้าตกลงราคาแบบ F.O.B ผู้ส่งออกไม่ต้องชำระค่าประกันภัยและค่าระวางเรือ ก่อนที่จะได้รับใบตราส่งสินค้า (B/C)

8. การนำเอกสารไปขึ้นเงินกับทางธนาคาร การขอชำระเงินค่าสินค้าของทางบริษัท กรณีที่มีการขอเปิด L/C เมื่อจัดส่งสินค้าเรียบร้อยแล้ว ผู้ส่งออกจะนำตัวแลกเงินและเอกสารในการส่งสินค้า เช่น L/C ใบตราส่งสินค้า (B/C) ไปยื่นต่อธนาคารเพื่อขอให้ชำระเงิน หรือให้ธนาคารช่วยรับรองตัวให้

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

การส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ในปี 2537 กระทรวงพาณิชย์ กำหนดระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการจัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ประจำปี 2538 (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2537 (ภาคผนวก)

ในอดีตประเทศไทยประสบปัญหาคือ ผลผลิตผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมากเกินไปเกินความต้องการของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น มิใช่เพื่อเผยแพร่ไปยังหน่วยงานราชการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้ทางกระทรวงพาณิชย์ต้องมีการจัดระบบการค้าที่เรียกว่า "ระบบโควต้า" สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป แบ่งจัดสรรโควต้าจำนวน 5.25 ล้านตัน ไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปตามมาตรการต่าง ๆ ดังนี้

- มาตรการจูงใจ 250,000 ตัน
- มาตรการสต็อก 3,500,000 ตัน
- มาตรการที่มีใช้มาตรการสต็อก 1,500,000 ตัน

ในปี 2537 ประเทศไทยได้รับการต่ออายุ สัญญาความตกลงว่าด้วยการค้ามันสำปะหลังระหว่างประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ในฉบับปัจจุบันสิ้นสุดอายุความปละสมัยปี 2537 เป็นระยะเวลา 4 ปี (พ.ศ. 2538-2541) จำนวนโควต้า 21 ล้านตัน เฉลี่ยปีละ 5.25 ล้านตัน และการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป จัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราโควต้าร้อยละ 6 สำหรับส่วนที่เกินโควต้าจะถูกเก็บอัตราภาษีผลต่างระหว่างราคาในตลาดโลกและราคาในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (LEVY) นโยบายการนำเข้าของประเทศไทยไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเป็นตามระเบียบการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เพื่อให้สอดคล้องกับข้อตกลงที่ประเทศไทยทำกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ประเทศไทยประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจัดเป็นตลาดส่งออกมันอัดเม็ดเนื้อซึ่งที่สำคัญของประเทศไทย ปัจจุบันราคาธัญพืชในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปลดลง ความต้องการใช้ธัญพืชทดแทนในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เพิ่มขึ้น ทำให้มีการนำเข้ามันอัดเม็ดเนื้อซึ่งจากประเทศไทยลดลง (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย, 2537)

เนเธอร์แลนด์

เนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศผู้ใช้น้ำมันอัดเม็ดเนื้อซึ่งรายใหญ่ที่สุด มีความต้องการใช้มันอัดเม็ดเนื้อซึ่งในการผลิตอาหารสัตว์เฉลี่ยปีละ 2.5 ล้านตัน การพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม การเลี้ยงสัตว์ในประเทศมีความก้าวหน้ามาก มีการใช้อาหารสัตว์ผสมต่อหัวของปศุสัตว์ในอัตราสูงสุดในยุโรป โดยปกติผู้ประกอบการอาหารสัตว์ผสมในเนเธอร์แลนด์คำนึงถึงราคาและส่วนประกอบของอาหารสัตว์มาก มันอัดเม็ดเนื้อซึ่งที่นำเข้ามามากกว่าร้อยละ 50 นำไปใช้ประกอบเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณิดังๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารสุกร ซึ่งใช้มันอัดเม็ดแข็งเป็นส่วนประกอบในสัดส่วนร้อยละ 15-35 ของน้ำหนัก ส่วนที่เหลือนำไปใช้ประกอบเป็นอาหารโค เป็นส่วนประกอบร้อยละ 15-25 ของน้ำหนัก ส่วนอาหารไก่ใช้เป็นส่วนประกอบในสัดส่วนร้อยละ 10-12 ของน้ำหนัก เดิมมันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยมีราคาต่ำกว่าอัตราอาหารสัตว์ชนิดอื่น จึงมีการใช้มันอัดเม็ดแข็งเป็นส่วนประกอบอาหารสัตว์ในเกณฑ์สูงกว่าประเทศอื่น (จุฑารัตน์ , 2536 : 50)

ในปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจำนวน 4,800,427 ตัน มูลค่า 17,282 ล้านบาท ส่งออกไปเนเธอร์แลนด์จำนวน 3,959,297 ตัน มูลค่า 14,253 ล้านบาท (ตารางที่ 10) คิดเป็นร้อยละ 82.5 ของปริมาณการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งทั้งหมดจากประเทศไทยไปสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ปัจจุบันราคามันอัดเม็ดแข็งที่ใช้ผสมอาหารเลี้ยงสัตว์มีราคาสูง เมื่อเทียบกับราคาอัตราทดแทนเลี้ยงสัตว์ชนิดอื่น ดังนั้นประเทศไทยในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เริ่มหันไปใช้อัตราทดแทนเพื่อผสมอาหารเลี้ยงสัตว์มากขึ้น ทำให้การส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปเนเธอร์แลนด์ลดลงเล็กน้อย ในปี 2538 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจำนวน 3,075,822 ตัน โดยส่งออกไปเนเธอร์แลนด์ตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม จำนวน 2,472,020 ตัน มูลค่า 7,849 ล้านบาท เทียบกับปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปเนเธอร์แลนด์จำนวน 3,959,287 ตัน มูลค่า 14,253 ล้านบาท (ตารางที่ 11) แสดงว่าส่งออกลดลงจากปี 2533 จำนวน 1,487,267 ตัน มูลค่าลดลง 6,404 ล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 38 และ 45 ตามลำดับ เนื่องจากประเทศไทยต้องลดราคามันอัดเม็ดแข็งลง เพื่อแข่งขันกับราคาอัตราทดแทนในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

สเปน

ในอดีตประเทศก็นำเข้ามันอัดเม็ดแข็งมากเป็นอันดับที่ 2 คือ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และเบลเยียม แต่เมื่อสเปนและโปรตุเกสเข้าร่วมกับตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ตั้งแต่ปี 2529-2538 ปริมาณการนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.93 ปัจจุบันประเทศสเปนจัดว่านำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยมากที่สุดรองจากเนเธอร์แลนด์ ปี 2533

เอกรังเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อวัตถุประสงค์อื่น เมื่อผู้เช่าเห็นใบใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปสเปนจำนวน 463,215 ตัน มูลค่า 1,668 ล้านบาท (ตารางที่ 12) ในปี 2538 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปสเปนจำนวน 467,856 ตัน มูลค่า 1,509 ล้านบาทแสดงว่าส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี 2533 จำนวน 4,641 ตัน แต่มูลค่าลดลง 159 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แต่มูลค่าลดลงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศ เนเธอร์แลนด์ ปี พ.ศ. 2533-2538

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก (ตัน)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
2533	3,959,387	14,253
2534	3,827,774	14,450
2535	4,420,430	16,798
2536	4,271,088	11,532
2537	3,738,592	10,748
2538	2,472,020	7,849

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

โปรตุเกส

ประเทศโปรตุเกสเป็นประเทศหนึ่งในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ที่มีการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยจำนวนมากทุกปี ในปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปโปรตุเกสจำนวน 238,872 ตัน มูลค่า 860 ล้านบาท (ตารางที่ 13) ปี 2538 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปโปรตุเกสจำนวน 135,946 ตัน มูลค่า 411 ล้านบาท แสดงว่า

เอกลาเป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งออกลดลงจากปี 2533 จำนวน 102,926 ตัน มูลค่าลดลง 449 ล้านบาท คิดเป็นลดลง ร้อยละ 43 และ 52 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ปริมาณการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยแยกเป็นรายประเทศเดือน

มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2538

(ปริมาณ : ตัน)

เดือน	เนเธอร์แลนด์	สเปน	โปรตุเกส	ญี่ปุ่น
มกราคม	334,579.6	9,250.0	15,955.0	2,000.0
กุมภาพันธ์	110,912.6	24,774.9	22,506.5	-
มีนาคม	158,945.7	19,850.0	-	3,500.0
เมษายน	238,828.0	89,322.6	39,994.0	-
พฤษภาคม	350,674.0	40,750.0	-	-
มิถุนายน	167,535.0	20,730.0	-	1,800.0
กรกฎาคม	245,284.5	97,328.0	31,711.0	2,200.0
สิงหาคม	98,448.0	-	-	-
กันยายน	120,603.0	54,500.0	-	1,300.0
ตุลาคม	80,471.0	-	-	1,575.0
พฤศจิกายน	234,662.9	46,617.6	25,780.0	2,300.0
ธันวาคม	286,075.4	64,233.1	-	54.0
รวม	2,472,019.7	467,856.2	135,946.5	14,729.0

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศสเปน

ปี พ.ศ. 2533-2538

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก (ตัน)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
2533	463,215	1,668
2534	624,331	2,357
2535	396,841	1,508
2536	718,890	1,941
2537	558,682	1,606
2538	467,856	1,509

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

ปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันร้อยละ 4 ของการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งทั้งหมด การนำเข้าใช้เป็นส่วประกอบของอาหารสุกรส่วนใหญ่ แต่ยังใช้อยู่ในเกณฑ์ต่ำคือประมาณร้อยละ 10-15 ของน้ำหนัก การนำเข้าส่วนใหญ่ส่งผ่านเมืองท่ารอตเตอร์ดัมในเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากโรงงานผลิตอาหารสัตว์ผสมอยู่ใกล้เนเธอร์แลนด์ เมื่อราคาวัตถุดิบซบเท้านในยุโรปลดต่ำลง สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันลดการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยจำนวนมาก ปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันจำนวน 139,053 ตัน มูลค่า 501 ล้านบาท (ตารางที่ 14) ปี 2537 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันจำนวน 34,142 ตัน มูลค่า 98 ล้านบาท แสดงว่าส่งออกลดลงจากปี 2533 จำนวน 104,911 ตัน มูลค่าลดลง 403 ล้านบาท คิดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดลงร้อยละ 75 และ 80 ตามลำดับ ปี 2538 ไม่มีการส่งออกปาล์มพันธุ์สาธารณรัฐเยอรมัน เพราะราคาอัญหิษในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปลดลงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารสัตว์มาก สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันลดการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจำนวนมาก ถ้าหากมันอัดเม็ดแข็งไม่สามารถแข่งขันกับราคาอัญหิษในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันลดการนำเข้าต่อไปอย่างแน่นอนในระยะยาว

ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศโปรตุเกส
ปี พ.ศ. 2533-2538

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก (ตัน)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
2533	238,872	860
2534	194,789	753
2535	226,482	861
2536	150,271	406
2537	229,988	661
2538	135,946	411

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

ประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเป็นไปแบบเสรี การนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งแต่ละประเทศมีอัตราภาษีแตกต่างกัน ตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็งที่สำคัญคือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศ
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ปี พ.ศ. 2533-2537

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก (ตัน)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
2533	139,053	501
2534	155,411	587
2535	111,069	422
2536	86,298	283
2537	34,142	98

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2537)

ผู้ป่วน

ผู้ป่วนจัดเป็นประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ที่มีนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยมาครองจากเกาหลีใต้ ผู้ป่วนเริ่มมีการนำมันอัดเม็ดแข็งไปผลิตอาหารผสมเลี้ยงสัตว์ โดยเฉพาะสุกรมากขึ้น และผู้ส่งออกคาดว่าในอนาคตผู้ป่วนจะใช้มันอัดเม็ดแข็งมากขึ้น หากราคามันอัดเม็ดแข็งยังคงถูก ใน 6 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2533-2538) ผู้ป่วนนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง ปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปผู้ป่วนจำนวน 215,743 ตัน มูลค่า 777 ล้านบาท (ตารางที่ 15) ในปี 2538 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งจำนวน 14,727 ตัน มูลค่า 53 ล้านบาท แสดงว่าส่งออกลดลงจากปี 2533 จำนวน 201,016 ตัน มูลค่าลดลง 724 ล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 93 และ 93 ตามลำดับ

ด้านนโยบายการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย ผู้ป่วน ได้รับการยกเว้นไม่ต้อง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรแข่งขันเพื่อการรักษาเท่านั้น เป็นข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น ไม่สามารถ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชำระภาษีการนำเข้า เนื่องจากได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร การนำเข้าสินค้าดังกล่าว ต้องกระทำให้ถูกต้องตามกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น ที่มีชื่อว่า "Plant Quarantine Law & Food Sanitation Law" มันอัดเม็ดแข็งต้องมีความชื้นตามกำหนด ไม่มีสิ่งเจือปน โดยภาษีการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งของญี่ปุ่นกำหนดไว้ดังนี้ (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

ภาษีการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งปี 2538 คือ

- มันอัดเม็ดแข็งใช้ในการเลี้ยงสัตว์ ไม่เก็บภาษี
- มันอัดเม็ดแข็งใช้ในกิจการอื่น ๆ เก็บภาษีร้อยละ 25

ภาษีการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งปี 2543 ญี่ปุ่นจะลดอัตราภาษีลง คือ

- มันอัดเม็ดแข็งใช้ในการเลี้ยงสัตว์ ไม่เก็บภาษี
- มันอัดเม็ดแข็งใช้ในกิจการอื่น ๆ เก็บภาษีร้อยละ 15

ตารางที่ 15 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2533-2538

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก (ตัน)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
2533	215,743	777
2534	168,438	636
2535	168,955	642
2536	165,033	445
2537	73,530	211
2538	14,729	53

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกาหลีใต้

เกาหลีใต้เป็นตลาดมันอัดเม็ดแข็งที่สำคัญที่สุดของประเทศไทยในกลุ่มประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปเกาหลีใต้เฉลี่ยร้อยละ 8.4 ของการส่งออกทั้งหมด เติมการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปเกาหลีใต้ประสบปัญหาเงื่อนไขทางการค้า คือ การตรวจขังสินค้าที่เมืองท่าปลายทางหลังจากสินค้าถึงเกาหลีใต้แล้วนานพอสมควรไม่ขังน้ำหนักรันท์ทำให้เกิดปัญหาสินค้าขาดน้ำหนักเกิดการโต้แย้งกัน ปัจจุบันปัญหาดังกล่าวลดน้อยลงหรือไม่มีแล้ว ประเทศไทยสามารถครองตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในเกาหลีใต้เกือบทั้งหมด ในปี 2537 เกาหลีใต้กำหนดปริมาณนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งไว้ 700,000 ตัน แต่ปัจจุบันเกาหลีใต้ไม่จำกัดปริมาณการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็ง เก็บอัตราภาษีร้อยละ 3 (ปกติเก็บอัตราร้อยละ 7) เป็นไปตามคำร้องขอของสมาคมผู้นำเข้าเกาหลีใต้ เพราะโรงงานอาหารสัตว์ในเกาหลีใต้มีการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งไปใช้ ซึ่งสามารถใช้ได้ดีและมีราคาถูกด้วย จึงมีการนำเข้ามากขึ้น ปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปเกาหลีใต้จำนวน 667,533 ตัน มูลค่า 2,403 ล้านบาท (ตารางที่ 16) ปี 2537 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปเกาหลีใต้จำนวน 57,710 ตัน มูลค่า 166 ล้านบาท แสดงว่าส่งออกลดลงจากปี 2533 จำนวน 609,823 ตัน มูลค่าลดลง 2,237 ล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 91 และ 93 ตามลำดับ ปี 2538 ไม่มีการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปเกาหลีใต้ ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ไม่ส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เพราะปริมาณผลิตมันอัดเม็ดแข็งลดลงและต้นทุนการผลิตมันอัดเม็ดแข็งสูงขึ้น

ไต้หวัน

ปี 2533-2537 ไต้หวันเป็นประเทศที่มีการนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ในปี 2533 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปไต้หวันจำนวน 137,853 ตัน มูลค่า 496 ล้านบาท (ตารางที่ 17) และในปี 2536 ประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปไต้หวันปริมาณ 46,400 ตัน มูลค่า 125 ล้านบาท แสดงว่าส่งออกลดลงจากปี 2533 จำนวน 91,453 ตัน มูลค่าลดลง 371 ล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 66 และ 75 ตามลำดับ สาเหตุจากประเทศไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่จะยึดตามเงื่อนไขการคัดลอก
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปลดลงเป็นจำนวนมากรวมถึงการส่งออกไปได้วันด้วย เนื่องจากปริมาณสินค้ามีไม่เพียงพอต่อการส่งออก

ตารางที่ 16 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศเกาหลีใต้
ปี พ.ศ. 2533-2537

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก (ตัน)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
2533	667,553	2,403
2534	407,723	1,539
2535	942,577	3,582
2536	509,239	1,375
2537	57,710	166

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2537)

ปัญหาการส่งออก

1. ปริมาณการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายในการส่งออกที่เพิ่มขึ้น และมาตรการที่รัฐใช้จัดสรรโควตาไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปคือ มาตรการสต็อก ทำให้ผู้ส่งออกมันอัดเม็ดแข็งต้องรับซื้อมันอัดเม็ดแข็งในราคาสูง ขณะที่มันอัดเม็ดแข็งในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมีราคาลดลง ผู้ส่งออกจึงต้องเผชิญกับปัญหาการซื้อของแพงแต่ต้องขายถูก เพราะเกรงว่าราคาดัชนีขาลดลง ผู้ใช้จะหันไปใช้ดัชนีแทนมันอัดเม็ดแข็ง ก่อนหน้าที่มีการใช้มันอัดเม็ดแข็งผสมอาหารเลี้ยงสัตว์กันมาก เนื่องจากดัชนีมีราคาสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้โรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยไปประเทศไต้หวัน
ปี พ.ศ. 2533-2536

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก (ตัน)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)
2533	137,835	496
2534	186,380	704
2535	135,528	515
2536	46,400	125

ที่มา : (สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย , 2537)

2. คุณภาพของมันอัดเม็ดแข็งที่ประเทศไทยส่งออก ยังพบปัญหาด้านสิ่งเจือปนและมีความชื้นสูง สาเหตุจากปริมาณมันอัดเม็ดแข็งที่ผลิตได้มีน้อยกว่าโควตาที่ได้รับจากประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ทำให้ผู้ส่งออกไม่เข้มงวดกับคุณภาพของมันอัดเม็ดแข็งที่รับซื้อเพื่อส่งออก

3. ระเบียบของกระทรวงพาณิชย์เปลี่ยนแปลงกระทันหัน เช่น กำหนดไว้ว่าปีนี้จัดสรรให้มาตรการสต็อกเท่ากับ 3,500,000 ตัน แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงกระทันหันเป็น 3,900,000 ตัน ผู้ส่งออกต้องหามันอัดเม็ดแข็งเก็บในโกดังเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ส่งออกเลิกกิจการไปจำนวนมาก อดีตมีผู้ส่งออกมันอัดเม็ดแข็ง 50-60 ราย ปัจจุบันเหลือ 20-25 รายเท่านั้น

4. การเข้าออกของเรือมีผลกระทบต่อราคามันอัดเม็ดแข็งมาก เนื่องจากผู้ส่งออกบางรายไม่มีเรือส่งออกเป็นของตนเองต้องอาศัยบริษัทเดินเรือส่งออก อาจเกิดการผิดพลาดเรื่องเวลา เพราะหลังจากซื้อมันอัดเม็ดแข็งเก็บไว้ในโกดังแล้วจึงติดต่อให้บริษัทเดินเรือมารับสินค้า โดยการกำหนดเวลาทางบริษัทเดินเรือเป็นแรงจูงใจให้ผู้ส่งออกทราบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

มันสำปะหลังจัดว่าเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากพืชหนึ่ง ประเทศไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมากที่สุดในโลก โดยเฉพาะมันอัดเม็ดแข็งจัดเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากไม่ต่ำกว่าปีละ 3 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 80-85 ของการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังทั้งหมด การดำเนินงานของผู้เกี่ยวข้องการตลาดมันอัดเม็ดแข็งภายในประเทศมี 7 ประเภท ได้แก่ เกษตรกร พ่อค้ารวบรวมหัวมันสำปะหลังสด โรงงานมันเส้น พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โรงงานมันอัดเม็ดแข็ง พ่อค้าในกรุงเทพหรือพ่อค้าหอง และผู้ส่งออก ทำหน้าที่ทางการตลาดโดยผ่านตลาดภายในประเทศและตลาดในต่างประเทศ และทำหน้าที่ดำเนินงานด้านการตลาดที่สำคัญ คือ การแบ่งชั้นคุณภาพ การเก็บรักษา การขนส่ง ตลอดจนด้านการเงินและการเสี่ยงภัย เพื่อให้ผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย โครงสร้างทางการตลาดมันอัดเม็ดแข็งเริ่มจากตลาดรวบรวมผลผลิตในแหล่งผลิตโดยตรง และตลาดรวบรวมผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งที่กรุงเทพฯ เพื่อไม่ให้มันอัดเม็ดแข็งผ่านมือหลายขั้นตอน สามารถลดต้นทุนทางการผลิตมันอัดเม็ดแข็งได้

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาถึงการส่งออกผลิตภัณฑ์มันอัดเม็ดแข็ง ตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็งที่สำคัญของประเทศไทยคือ ประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สเปน โปรตุเกส และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ตลาดส่งออกมันอัดเม็ดแข็งที่สำคัญของประเทศไทยนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน กระบวนการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งมีลักษณะการส่งออกเหมือนกับพืชชนิดอื่น ๆ แต่กฎเกณฑ์การนำเข้าของแต่ละประเทศต่างกัน คือ ประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป การส่งออกมันอัดเม็ดแข็งต้องตามระเบียบกระทรวงพาณิชย์ เช่น เนเธอร์แลนด์ สเปน โปรตุเกส และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน การนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจัดเก็บภาษีในโควตาร้อยละ 6 ที่เกินโควตาจัดเก็บ

เอกภาษีผลต่างระหว่างราคาในตลาดโลกและราคาในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ส่วนประเทศนอกการคำนวณว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เช่น ญี่ปุ่น การนำเข้ามันอัดเม็ดแข็งได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษี การนำเข้า เนื่องจากได้รับสิทธิพิเศษทางการภาษีศุลกากร เกาหลีใต้ไม่จำกัดปริมาณนำเข้า มันอัดเม็ดแข็ง จัดเก็บภาษีร้อยละ 3 (ปกติร้อยละ 7) ส่วนได้หวั่นในปี 2533-2537 ประเทศ ไทยส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปได้หวั่นมากเป็นอันดับ 3 ของการส่งออกไปประเทศนอกประชาคม เศรษฐกิจยุโรป

มันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทยพบปัญหาด้านการตลาด คือปริมาณการส่งออกไปยังตลาดหลักลดลง เนื่องจากผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งมีปริมาณลดลงมาก ทำให้ผู้ส่งออกต้องหาลินค้าเข้าสต็อกจำนวนมาก เพื่อได้รับการจัดสรรโควตาจากกระทรวงพาณิชย์ตามสัดส่วน ทำให้ผู้ขายบางรายปลอมปนสินค้า ผลิตมันอัดเม็ดแข็งไม่ได้มาตรฐาน ไม่นิถีถิ่นในการตรวจสอบ ปัจจุบันพ่อค้าส่งออกต้องรับซื้อมันอัดเม็ดแข็งในราคาสูงแต่ต้องขายในราคาต่ำ เพราะต้องการมันอัดเม็ดแข็งในสต็อกให้มาก เพื่อได้รับการจัดสรรโควตาจากกระทรวงพาณิชย์ ผลผลิตมันอัดเม็ดแข็งมีปัญหามากทั้งภายในประเทศและการส่งออกทำให้ผู้ส่งออกบางรายเลิกกิจการไปทำให้มีจำนวนผู้ซื้อผลผลิตน้อยราย การใช้มันอัดเม็ดแข็งในประเทศมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณที่ผลิตได้ ผู้ขายไม่สามารถกำหนดราคาขายต้องให้ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคา ปัญหาส่งออกคือ ปริมาณการส่งออกมันอัดเม็ดแข็งไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการส่งออกเพิ่มขึ้น และรัฐบาลใช้มาตรการจัดสรรโควตาไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ผู้ส่งออกต้องซื้อมันอัดเม็ดแข็งในราคาสูง ขณะที่ราคาในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปลดลง ผู้ส่งออกต้องเผชิญปัญหาการซื้อของแพงแต่ขายถูก เพราะหากสัญญาซื้อขายต่ำกว่าผู้ซื้อจะหันไปใช้สัญญาแทนมันอัดเม็ดแข็ง มันอัดเม็ดแข็งที่ประเทศไทยส่งออกมีสิ่งเจือปนมากและมีความชื้นสูง เกินมาตรฐานสินค้า นโยบายของกระทรวงพาณิชย์มีการเปลี่ยนแปลงกระชั้นหัน

ปัจจุบันการผลิตของเกษตรกร ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐบาลเพื่อพัฒนา ด้านเทคโนโลยีวิทยาการต่าง ๆ ในการเพาะปลูก การดูแลรักษา การปรับปรุงพันธุ์ของ มันสำปะหลังให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการเพาะปลูก ได้รับความร่วมมือจากบริษัทผู้ส่งออก และโรงงานแปรรูปมันอัดเม็ดแข็ง ทำให้มันอัดเม็ดแข็งที่ส่งออกมีคุณภาพดีได้รับการยอมรับและเป็นที่เชื่อถือของต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

1. รัฐบาลควรใช้ระบบการส่งออกแบบเสรีเพื่อลดต้นทุนการเก็บค่าศีกของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 60 ของต้นทุนการส่งออก ทำให้ราคาส่งออกของมันอัดเม็ดแข็งลดลง สามารถสู้กับราคาอิตาลีในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้

2. รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการศึกษาค้นคว้าวิจัย การศึกษาควรพิจารณาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ส่งออก เป็นปัจจัยสำคัญ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้กับปัญหาการส่งออก และควรมีการตรวจสอบคุณภาพมันอัดเม็ดแข็งก่อนส่งออกอย่างเข้มงวด

3. รัฐบาลควรให้กระทรวงพาณิชย์ กำหนดระเบียบการจัดสรรปริมาณการส่งออกให้แน่นอน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนมันอัดเม็ดแข็งส่งออกอย่างกะทันหัน ที่ผ่านมาระเบียบการส่งออกของรัฐบาลจำนวนการจัดสรรปริมาณตามมาตรการไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้ส่งออกหลายรายเลิกกิจการไป

4. เกษตรกรควรนำผลการวิจัยที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดทำขึ้น มาใช้ในการปฏิบัติ เพื่อเกิดประสิทธิภาพในการผลิต หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้คำแนะนำ และช่วยเหลือเกษตรกรอย่างเต็มที่ จัดการฝึกอบรมเทคโนโลยีด้านการผลิตให้เกษตรกร จัดนิมนต์เอกสารคู่มือประกอบคำแนะนำ เพื่อเผยแพร่ความรู้และวิทยากรต่าง ๆ ในการผลิต

5. ผู้ส่งออกควรปรับปรุงคุณภาพของสินค้าเสมอพัฒนาด้านการเก็บรักษา และการขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งออกมันอัดเม็ดแข็งคุณภาพดี เพื่อให้ต่างประเทศเชื่อถือและมีการสั่งซื้อมันอัดเม็ดแข็งจากประเทศไทยมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร . 2523 . มันสำปะหลัง . กรุงเทพมหานคร :
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ .

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2538 . โอกาสของสินค้าเกษตรที่สำคัญบางรายการของไทยหลัง
การเปิดตลาด . กรุงเทพมหานคร : กระทรวงพาณิชย์ .

จุฑารัตน์ ภมรานนท์ . 2536 . การวิเคราะห์ผลกระทบของมาตรการควบคุมการส่งออก
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อการเลี้ยงสัตว์ . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

ชาคริต จุกะเสวี . 2527 . "มันสำปะหลัง : นิชสารพัดประโยชน์" . วารสารไทย .
4(15) : น. 79-83 .

ชาญ ธีรพร . 2534 . อุตสาหกรรมการแปรรูปมันสำปะหลังและการใช้ประโยชน์ .
กรุงเทพมหานคร : (อัสสัมชัญ)

นิรนาม . 2523 . "โครงการเปลี่ยนมันสำปะหลังให้เป็นแอลกอฮอล์" . คณะกรรมการ
วิจัยแห่งชาติ . 21(220) : น. 20-21 .

_____ . 2537 . "อีซี : ปฏิรูปนโยบายการเกษตร บีบราคามันสำปะหลังไทยจมน้ำ" .
วิจัยการตลาด . 4(168) : น. 97-105 .

_____ . 2538 . "การค้ำมันสำปะหลังปี 2538" . ฐานเศรษฐกิจ . (31 ธันวาคม
2537-3 มกราคม 2538) : น. 11 .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปราโมทย์ ทองย่น . 2539 . กรรมการผู้จัดการ . สัมภาษณ์ . 23 กุมภาพันธ์ 2539 .

พรรณา วิวัฒน์ . 2537 . การส่งออกของประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร :
ปัญหาพิเศษ . สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

รายงานกิจกรรมกรมวิทยาศาสตร์บริการ . 2534 . รายงานเรื่องมันสำปะหลังอัดเม็ดแข็ง .
กรุงเทพมหานคร : กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการพลังงาน .

วิเชียร ผู้ยิ่งธรรมคุณ . 2539 . ผู้จัดการฝ่ายการค้า . สัมภาษณ์ . 14 กุมภาพันธ์ 2539 .

ศักรินทร์ ภูมิรัตน์ . 2527 . "ประโยชน์ของของเหลือจากโรงงาน" . วิศวกรรมสาร .
37(1) : น. 108 .

ศูนย์วิจัยพืชไร่ระยอง สถาบันวิจัยพืชไร่ กรมวิชาการเกษตร . 2538 . พันธุ์มันสำปะหลัง
พันธุ์ดีและการเก็บรักษาท่อนพันธุ์ ครั้งที่ 2 วันที่ 21-24 กุมภาพันธ์ 2538 .
กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ .

ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2537 . ระบบข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์
มันสำปะหลัง พ.ศ. 2533-2537 . กรุงเทพมหานคร : กระทรวงพาณิชย์ .

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร . 2537 . นโยบายมันสำปะหลัง พ.ศ. 2537-2541 .
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์ .

_____ . 2538 . สถิติการเพาะปลูก พ.ศ. 2533-2538 .
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์ .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันวิจัยพืชไร่ กรมวิชาการเกษตร . 2536ก . การแปรรูปมันสำปะหลัง .

กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ .

_____ . 2536ข . ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง .

กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ .

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย . 2536 . รายงานความเหมาะสมในการต่ออายุ

ความว่าด้วยมันสำปะหลัง ไทย-ประชาคมยุโรป . กรุงเทพมหานคร :

(อัคราเนชา)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย . 2529 . การใช้ประโยชน์

มันสำปะหลัง ด้านอาหารมนุษย์ . กรุงเทพมหานคร : กระทรวงวิทยาศาสตร์

เทคโนโลยีและการพลังงาน .

สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย . 2527 . รายงานประจำปี 2527 . กรุงเทพมหานคร :

สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย .

_____ . 2533 . รายงานประจำปี 2533 . กรุงเทพมหานคร :

สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย .

_____ . 2534 . รายงานประจำปี 2534 . กรุงเทพมหานคร :

สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย .

_____ . 2535 . รายงานประจำปี 2535 . กรุงเทพมหานคร :

สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย . 2536 . รายงานประจำปี 2536 . กรุงเทพมหานคร :
สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย .

_____ . 2537 . รายงานประจำปี 2537 . กรุงเทพมหานคร :
สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย .

_____ . 2538ก . รายงานประจำปี 2538 . กรุงเทพมหานคร :
สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย .

_____ . 2538ข . ปัญหาการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง .
กรุงเทพมหานคร : (ออตสำเนา)

_____ . 2538ค . ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกไปนอกประเทศ
ปี 2509-2538 . กรุงเทพมหานคร : (ออตสำเนา)

สุรศักดิ์ พิเชษฐพงศ์ . 2537 . รายงานภาวะการค้ามันสำปะหลัง . กรุงเทพมหานคร :
(ออตสำเนา)

อัมพร ยิ่งโหมต . 2536 . มันสำปะหลัง . กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยพืชไร่
กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ .

อุบล ศิริภานุมาศ . 2527 . การศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจคลังสินค้าผลิตภัณฑ์
มันสำปะหลังในประเทศไทย 2526 . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้ ใช้ในการสัมภาษณ์บริษัทส่งออกมันอัดเม็ดแข็งของประเทศไทย และสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย ซึ่งเป็นคำถามเปิด มีคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านการตลาด

1. โครงสร้างทางการตลาดมันอัดเม็ดแข็งประกอบด้วยอะไรบ้าง
2. วิธีการตลาดมันอัดเม็ดแข็งเป็นอย่างไร
3. บริษัทได้ติดต่อทำการซื้อขายอย่างไร
4. ราคาของมันอัดเม็ดแข็งที่ทำการรับซื้อในปัจจุบันเป็นเท่าไร
5. หน้าที่ทางการตลาดมีอะไรบ้างและทำหน้าที่อย่างไรบ้าง
6. ปัญหาด้านการตลาดมีอะไรบ้าง
7. แนวทางการแก้ไขปัญหาคือควรทำอย่างไร
8. แนวทางทางการตลาดในอนาคตคาดว่าจะเป็นอย่างไ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านการส่งออก

1. โครงสร้างของตลาดส่งออกเป็นอย่างไรบ้าง
2. วิธีการตลาดส่งออกเป็นอย่างไรบ้าง
3. ราคาผลผลิตที่ทำการส่งออกในปัจจุบัน เป็นเท่าไร
4. การเตรียมการก่อนการส่งออกต้องทำอะไรบ้าง
5. กระบวนการส่งออก มีขั้นตอนอย่างไร
6. ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ประเทศใดบ้าง
7. ปัญหาในการส่งออกมีอะไรบ้าง
8. ข้อเสนอแนะในการส่งออกมีอะไรบ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระเบียบกระทรวงพาณิชย์
ว่าด้วยการจัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
ไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปประจำปี 2539
(ฉบับที่ 1)
พ.ศ. 2538

เพื่อให้การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังตามนิกัตศุลกากร H.S.0714 ออกไปประเทศ
 ในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ตามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศไทยกับประชาคม
 เศรษฐกิจยุโรปเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรและแก่ประเทศ
 โดยส่วนรวม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์อาศัยอำนาจตามความในพระราชบัญญัติการ
 ส่งออกไปนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรสินค้า พ.ศ.2522 กฎกระทรวง ฉบับที่ 2
 (พ.ศ.2523) ออกตามพระราชบัญญัติการส่งออกป็นอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักร
 ซึ่งสินค้า พ.ศ.2522 กำหนดระเบียบการจัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังตาม
 นิกัตศุลกากร H.S.0714 ออกไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ดังนี้

ข้อ 1. ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการจัดสรรปริมาณ
 การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปประจำปี 2538 (ฉบับที่ 1) พ.ศ.
 2538"

ข้อ 2. ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป

ข้อ 3. ให้ยกเลิกระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการจัดสรรปริมาณการส่งออก
 ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปประจำปี 2537 (ฉบับที่ 1) พ.ศ.2536 ลง
 วันที่ 24 กันยายน 2536 ประกาศกรมการค้าต่างประเทศที่ออกตามความในระเบียบกระทรวง
 พาณิชย์ฉบับดังกล่าวที่ใช้อยู่ก่อนหน้านี้นี้ที่มีข้อความขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ เลิกตั้งสิ้น

ข้อ 4. คุณสมบัติของผู้มีสิทธิขอรับการจัดสรร

ผู้มีสิทธิขอรับการจัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไปประชาคม

เศรษฐกิจยุโรป ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 เป็นผู้จดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออก ซึ่งสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์
มันสำปะหลังตามกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานสินค้าขาออก

4.2 เป็นผู้ไม่เคยมีเหตุการณ์ที่ไม่สุจริตในการตรวจสอบสต็อก หรือเคย
กระทำการใด ๆ ให้เป็นที่เสียหายต่อธุรกิจการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง หรือที่มีผลกระทบเทือน
ต่อเศรษฐกิจความมั่นคงของประเทศ

4.3 เป็นผู้ไม่เคยถูกเนิกถอนการจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้า
มาตรฐานตามกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานสินค้าขาออก

ข้อ 5. การเป็นผู้มีสิทธิรับการจัดสรร

5.1 ให้ผู้ที่สมัครสมบัติตามข้อ 4. ที่ประสงค์จะขอรับสิทธิการจัดสรรปริมาณ
การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ยื่นขออนุญาตเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มัน-
สำปะหลังรับอนุญาต ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการที่กรมการค้าต่างประเทศประกาศ
กำหนด

5.2 ให้กรมการค้าต่างประเทศรวบรวม และพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นขอ
แล้วเสนอชื่อผู้ที่สมควรจะ ได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรับอนุญาต ซึ่งจะมี
สิทธิได้รับการจัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ต่อ
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

5.3 เมื่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์พิจารณา และอนุญาตให้ผู้ชอราย
ใดเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรับอนุญาตแล้ว ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรับอนุญาต
รายนั้นจะต้องทำคำรับรองในการที่จะปฏิบัติให้เป็นไปตามระเบียบหรือหลักเกณฑ์ เงื่อนไขและ
วิธีการที่กระทรวงพาณิชย์หรือกรมการค้าต่างประเทศจะประกาศกำหนดตามระเบียบนี้ ตามแบบ
ที่กรมการค้าต่างประเทศกำหนด

ข้อ 6. การจัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจ
ยุโรป

เพื่อประโยชน์ในการรักษาระดับราคาขายผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ในประชาคม
เศรษฐกิจยุโรปให้อยู่ในระดับสูง เพื่อรักษาระดับราคาหัวมันสดและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและ
รายได้ของเกษตรกร ให้จัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังอัตโนมัติซึ่งไปประชาคม
เศรษฐกิจยุโรป ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1 จัดสรรโควตา จำนวน 5.25 ล้านตัน ไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยแบ่งการจัดสรรตามมาตรการต่าง ๆ ดังนี้

- มาตรการจูงใจ	250,000	ตัน
- มาตรการสต็อก	3,500,000	ตัน
- มาตรการที่มีใช้มาตรการสต็อก	1,500,000	ตัน

6.2 มาตรการจูงใจ ให้กรมการค้าต่างประเทศมีการจัดสรรโควตาตาม มาตรการจูงใจในอัตรา 1:0.8 กล่าวคือ เมื่อส่งออกไปนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป 1 ส่วน ให้รับโควตาจูงใจได้ 0.8 ส่วน โดยจัดสรรให้แก่ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ส่งออกไปนอกระบบเศรษฐกิจยุโรปในส่วนที่ยังไม่ได้รับการชดเชย เมื่อประกาศอัตราส่วนครั้งสุดท้ายตั้งแต่วันที่ 9 พฤศจิกายน 2536 จนครบปริมาณโควตาทั้งสิ้น 250,000 ตัน ทั้งนี้ใช้ส่งออกไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปภายใน 270 วัน นับแต่วันที่กรมการค้าต่างประเทศออกประกาศอนุมัติจัดสรรโควตาตามมาตรการจูงใจให้แก่ผู้ส่งออกที่ยื่นหลักฐานการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และมันขึ้นออกไปประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจยุโรปตามที่กำหนด และกรมการค้าต่างประเทศได้ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว แต่ทั้งนี้การประกาศอนุมัติการจัดสรรจะไม่ประกาศก่อนวันอนุญาตให้ส่งออกมันสำปะหลังงวดแรกตามมาตรการสต็อกของปี 2538

6.3 มาตรการสต็อก ให้กรมการค้าต่างประเทศจัดสรรปริมาณผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่จะส่งออกไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ให้แก่ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรับอนุญาตตามมาตรการตรวจสอบสต็อก โดยให้กรมการค้าต่างประเทศจัดให้มีการตรวจสอบสต็อกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรับอนุญาตมีอยู่ในครอบครอง 4 งวด ตามกำหนดแนบท้ายระเบียบนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการที่กรมการค้าต่างประเทศกำหนด แล้วนำผลการตรวจสอบสต็อกมาเป็นเกณฑ์พิจารณา กำหนดปริมาณผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่จัดสรรให้แก่ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรับอนุญาตทุกราย

6.4 มาตรการที่มีใช้มาตรการสต็อก ให้กรมการค้าต่างประเทศจัดสรรโควตาจำนวน 1,500,000 ตัน ตามประวัติการส่งออกมันสำปะหลังของผู้ส่งออกแต่ละราย ที่ส่งไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรปในปีโควตา 2537 โดยแบ่งการจัดสรรเป็น 4 งวดเท่า ๆ กัน และให้กำหนดส่งมอบเป็นระยะเวลาเดียวกันกับมาตรการสต็อก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 7. การกำหนดงวดการส่งออก และปริมาณการจัดสรร

ให้กรมการค้าต่างประเทศ เสนอปริมาณการจัดสรรการส่งออกผลิตภัณฑ์
มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ในแต่ละงวดตามมาตรการที่ 2 และ 3 ข้างต้น ให้
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์พิจารณากำหนด

เมื่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดแล้ว ให้กรมการค้าต่าง
ประเทศดำเนินการอนุญาตส่งออกให้เป็นไปตามระเบียบ หลักเกณฑ์ เงื่อนไขและวิธีการที่ได้
กำหนดไว้

ข้อ 8. การขออนุญาตส่งออก การโอนส่วนจัดสรร การออกใบรับรอง
การส่งออก และการเรียกคืนส่วนจัดสรร

การขออนุญาตส่งออก การโอนส่วนจัดสรร การออกใบรับรองการส่งออก
และการเรียกคืนส่วนจัดสรรปริมาณการส่งออก ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการที่
กรมการค้าต่างประเทศกำหนด

ข้อ 9. บทเฉพาะกาล

ให้ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการจัดสรรปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์
มันสำปะหลังไปประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ประจำปี 2537 (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2536 ลงวันที่ 4
กันยายน 2536 ยังมีผลใช้บังคับสำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์มันอัดเม็ดแข็ง ตามพิกัดศุลกากร
H.S.0714 ได้รับการจัดสรรตามระเบียบดังกล่าวได้ต่อไปจนการส่งออกเสร็จสิ้นครบถ้วนตามที่
กำหนดไว้

ข้อ 10. ให้อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้

ประกาศ ณ วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2538

นายชูนัน หาญสวัสดิ์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้