



บทที่ ๔

การค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย

๑. การค้าภายในประเทศ

๑.๑ สภาพทั่วไปของการค้า สภาพทั่วไปของการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังภายในประเทศอาจกล่าวได้ว่ามีสภาพคล้ายคลึงกัน กล่าวคือโดยทั่ว ๆ ไป โรงงานแปรรูปมันสำปะหลังแห่งและโรงงานแปรรูปแป้งมันสำปะหลังส่วนมากมักจะตั้งกระจุกกระจายอยู่ในแหล่งเพาะปลูกมันสำปะหลังนั่นเอง สำหรับโรงงานอັคเม็ค ส่วนมากจะตั้งอยู่ในเมือง ทั้งนี้เพราะวัตถุดิบที่ใช้ไม่ใช่หัวมันสำปะหลัง แต่เป็นมันสำปะหลัง-แห้ง ซึ่งซื้อจากโรงงานแปรรูปอีกทอดหนึ่ง

ลักษณะการซื้อขายหัวมันสำปะหลังมักจะเป็นในรูปที่ว่า เกษตรกรจะต้องติดต่อขายหัวมันสำปะหลังของตนให้แก่พ่อค้าคนกลาง หรือโรงงานแปรรูปก่อนที่จะทำการเก็บเกี่ยวหรือซุกหัวมันสำปะหลัง สำหรับราคาซื้อขายกันจะถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลาง หรือโรงงานแปรรูป ๆ โรงงานแปรรูป ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงงานแปรรูปแป้งมันสำปะหลังส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมด จะปิดประกาศราคารับซื้อหัวมันสำปะหลังไว้ที่ประตูทางเข้าออกของโรงงาน เมื่อเกษตรกรเห็นว่าได้ราคาก็จะทำการติดต่อกับโรงงานเพื่อทำการตกลงเกี่ยวกับการซื้อขาย เมื่อตกลงราคาที่จะซื้อขายกันเรียบร้อยแล้ว เกษตรกรก็จะทำการเก็บเกี่ยวหรือซุกหัวมันสำปะหลังไปส่งมอบให้แก่โรงงานแปรรูป ๆ โดยการชั่งน้ำหนักที่โรงงานแปรรูปแป้งมันสำปะหลัง

การชั่งน้ำหนักมันสำปะหลัง โรงงานแปรรูปแป้งมันสำปะหลังขนาดใหญ่ ส่วนมากหรือเกือบทั้งหมดจะมีเครื่องชั่งเป็นของตนเอง ตรงกันข้ามกับโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังแห่งส่วนใหญ่ หรือเกือบทั้งหมดไม่มีเครื่องชั่งเป็นของตนเอง ต้องอาศัย

### เครื่องจักรของโรงงานแปรรูปแป้งมันสำปะหลัง

สำหรับจังหวัดชลบุรี มีการซื้อขายที่แตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ เล็กน้อย กล่าวคือมีแหล่งหรือสถานที่ซื้อขายหัวมันสำปะหลังโดยเฉพาะเรียกว่า " โรงซัง " โรงซังนี้ก็คือแหล่งหรือสถานที่ซังหัวมันสำปะหลังซึ่งรถบรรทุกนำมาจากแหล่งผลิต โรงซังนี้มีเครื่องจักรขนาดใหญ่สามารถซังน้ำหนักได้มากนับสิบล้านเมตริกตันขึ้นไป ตั้งอยู่ติดกับถนนใหญ่การคมนาคมสะดวกมีบริเวณกว้าง โรงซังดังกล่าวนี้เป็นของเอกชน ซึ่งโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังได้รวมทุนกันจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการการซังน้ำหนักหัวมันสำปะหลังให้แก่เกษตรกรโดยเฉพาะและคิดค่าบริการครั้งละ ๕ บาทไม่ว่าหัวมันสำปะหลังที่บรรทุกมากับรถบรรทุกจะมีน้ำหนักมากน้อยเพียงใดก็ตาม

โรงซังเป็นแหล่งหรือสถานที่พบปะระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ซื้อก็คือพ่อค้า หรือเจ้าของโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังซึ่งจะมาทำการติดต่อซื้อมันสำปะหลังด้วยตนเอง พ่อค้าส่งหรือตัวแทนหรือนายหน้ามีน้อยมาก สำหรับผู้ขายได้แก่เกษตรกรชาวไร่เป็นส่วนใหญ่ เว้นแต่เกษตรกรผู้ผลิตรายย่อย ๆ ซึ่งจะขายหัวมันสำปะหลังผ่านพ่อค้าส่งซึ่งไปรับซื้อถึงไร่ เมื่อเกษตรกรหรือพ่อค้าส่งนำหัวมันสำปะหลังซึ่งบรรทุกโดยรถบรรทุกมารับจ้างไปถึงบริเวณโรงซังดังกล่าวแล้ว ผู้ซื้อและผู้ขายก็จะทำการต่อรองซื้อขายกันทันที เมื่อตกลงราคาซื้อขายหัวมันสำปะหลังกันเรียบร้อยแล้ว จึงจะทำการซัง ซึ่งทางโรงซังก็จะออกไปสำคัญหรือตัวเจ้านำหนักหัวมันสำปะหลังให้กับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของเพื่อนำไปให้ผู้ซื้อซึ่งได้นัดหมายให้นำหัวมันสำปะหลังไปส่งให้ยังโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังต่อไป อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตอยู่อย่างหนึ่งว่า ณ แหล่งซื้อขายดังกล่าวนี้จะไม่มีการแย่งกันซื้อหรือขายเลย ส่วนใหญ่มักจะซื้อขายกับผู้ซึ่งเคยซื้อขายกันเป็นประจำ อนึ่งในเขตท้องที่จังหวัดชลบุรีมีโรงซังดังกล่าวข้างตนอยู่ ๒ แห่ง คือ ที่อำเภอมะนิ และ อำเภอบางละมุง

หน่วยน้ำหนักที่ใช้กันในการซื้อขายหัวมันสำปะหลังซึ่งยังนิยมใช้หน่วยน้ำหนักเป็น " หาบ " (หนึ่งหาบ = ๖๐ กิโลกรัม) แต่หนึ่งหาบของหัวมันสำปะหลังในเขตท้องที่จังหวัดชลบุรีจะหนัก ๘๐ กิโลกรัม และที่เขตท้องที่จังหวัดอื่น ๆ เช่น ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ นิยมใช้หนึ่งหาบเท่ากับ ๘๐ - ๑๐๐ กิโลกรัม และเป็นที่น่าสังเกตว่าธรรมเนียมการค้าเกี่ยวกับน้ำหนักดังกล่าวนี้เคยใช้กันมานานแล้วโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

หัวมันสำปะหลังที่ผลิตได้ในแต่ละปีจะถูกใช้ไปในการบริโภคโดยตรงภายในประเทศเพียงประมาณร้อยละ ๓ ของปริมาณผลิตผลทั้งหมด ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ ๘๐ จะถูกนำไปใช้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับเลี้ยงสัตว์ ไขมันสำปะหลังอัดเม็ด - ไขมันสำปะหลังแข็ง และมันสำปะหลังปั่นซึ่งผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศเกือบทั้งหมด มีเป็นส่วนน้อยที่นำไปใช้ผสมอาหารสัตว์ ทั้งนี้เพราะอุตสาหกรรมเลี้ยงสัตว์ของเรายังไม่ขยายตัวเพียงพอ ประกอบกับเทคนิคในการเลี้ยงสัตว์ยังล้าสมัยอยู่มากที่เหลืออีกประมาณร้อยละ ๒๗ ใช้แปรรูปเป็นแป้งมันสำปะหลังเพื่อใช้บริโภคและการอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมผลิตแอลกอฮอล์ ผงชูรส กาว กระดาษ และอาหารกระป๋อง เป็นต้น ในจำนวนนี้จะถูกนำไปใช้บริโภคภายในประเทศเพียงประมาณปี ละ ๒๐,๐๐๐ - ๓๐,๐๐๐ ตัน หรือประมาณร้อยละ ๑๐ ของปริมาณที่ผลิตได้เท่านั้น ที่เหลือจะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศทั้งหมด ประเทศลูกค้าที่สำคัญของแป้งมันสำปะหลังของไทยได้แก่ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เนื่องจากปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังทุกชนิดภายในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำมาก เพราะฉะนั้นภาวะการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทยจึงขึ้นอยู่กับตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ

๑.๒ ลักษณะการค้าของจังหวัดที่สำคัญ ลักษณะการค้าหัวมันสำปะหลังของแต่ละจังหวัดพอจะแยกกล่าวได้ดังนี้ คือ

๑.๒.๑. จังหวัดชลบุรี จังหวัดชลบุรีกล่าวได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีการปลูก

มันสำปะหลังมากที่สุดในประเทศไทย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ อาชีพหลักของ เกษตรกรไคแก่การปลูกมันสำปะหลัง ดังนั้นลักษณะการค้าจึงเป็นไปอย่างคึกคักในฤดูกาลค้าหรือฤดูกาลที่มีการซุกหัวมันสำปะหลังออกสู่ตลาด ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรผู้ชายและพ่อค้าผู้ซื้อต่างก็มีจำนวนมากรายด้วยกัน อย่างไรก็ตามก็ถือได้ว่ามาบางแล้วว่าการซื้อขายหัวมันสำปะหลังมีลักษณะแตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ ก็คือ มีแหล่งซื้อขายที่เรียกว่า " โรงซัง " โดยเฉพาะอยู่ ๒ แห่ง คือ ที่อำเภอเมือง และที่อำเภอบางละมุง ผู้ซื้อหัวมันสำปะหลังในเขตท้องที่อำเภอเมืองส่วนใหญ่ไคแก่พ่อค้าโรงงานมันสำปะหลังแห่งและโรงงานมันสำปะหลังอัครเม็ค ทั้งนี้เพราะโรงงานทั้งสองประเภทนี้อยู่ในเขตท้องที่อำเภอเมือง ส่วนผู้ซื้อหัวมันสำปะหลังในเขตท้องที่อำเภอบางละมุงส่วนมากไคแก่ พ่อค้าโรงงานแปงมันสำปะหลัง เนื่องจากโรงงานแปงมันสำปะหลังส่วนใหญ่อยู่ในเขตท้องที่อำเภอดังกล่าวนี้ อนึ่ง ลักษณะการค้าซื้อขายหัวมันสำปะหลัง ณ โรงซังนั้น เมื่อเกษตรกรผู้ชายนำหัวมันสำปะหลังบรรทุกยนต์มาถึงโรงซัง พ่อค้าผู้ซื้อซึ่งรอคอยอยู่แล้วก็จะต่อรองราคาซื้อขายกับเกษตรกรผู้ชายทันที เมื่อตกลงราคาซื้อขายกันแล้วจึงทำการซัง โดยทำการซังทั้งรถบรรทุกและหัวมันสำปะหลังไปพร้อมกัน จากนั้นทางโรงซังจะออกใบสำคัญหรือตั๋วแจงนำหนักสุทธิให้แก่เกษตรกร เพื่อที่จะนำไปเป็นหลักฐานขอรับเงินจากพ่อค้าผู้ซื้อต่อไป เกี่ยวกับค่าบริการซังผู้ซื้อ กับผู้ชายจะตกลงกันเองว่าใครเป็นผู้จ่าย ซึ่งส่วนมากแล้วเกษตรกรเป็นผู้จ่ายสำหรับวิธีการซื้อขายในเขตท้องที่อำเภออื่น ๆ ของจังหวัดนี้เป็นไปในรูปที่ว่า เกษตรกรไปติดตอขายให้แก่พ่อค้าโรงงานและต่อรองราคากันเรียบร้อยแล้วก่อนที่จะทำการซุกหรือเก็บเกี่ยวหัวมันสำปะหลังไปส่งให้ ทั้งนี้เพราะโรงงานแปงรูปส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดตั้งอยู่ในแหล่งผลิตนั่นเอง

๑.๒.๒ จังหวัดระยอง จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีการปลูกมันสำปะหลังมากเป็นอันดับที่สองรองลงมาจากจังหวัดชลบุรี แต่ว่าลักษณะการค้าหัวมันสำปะหลัง-

ไม่คึกคักเท่าที่ควร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากจังหวัดนี้ไม่มีแหล่งการซื้อขาย " โรงซัง " โดยเฉพาะประการหนึ่ง อีกประการหนึ่งก็คือ พ่อค้าโรงงานแปรรูปตั้งอยู่กระจัดกระจายทั่วไปในแหล่งผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงงานมันสำปะหลังแห่ง ดังนั้นลักษณะการซื้อขายจึงเป็นไปในรูปที่เกษตรกรไปติดต่อขายให้แก่พ่อค้าโรงงาน และต่อรองราคาซื้อขายกันเรียบร้อยแล้ว เกษตรกรจึงจะทำการเก็บเกี่ยวหรือซุกหัวมันไปส่งมอบให้

๑.๒.๓. จังหวัดจันทบุรี เขตท้องที่จังหวัดนี้แต่เดิมเป็นจังหวัดที่ปลูกมันสำปะหลังมากจังหวัดหนึ่ง ปัจจุบันกลายเป็นจังหวัดที่ปลูกผลไม้มากในภาคตะวันออก - อย่างไม่รู้ก็ เกษตรกรในเขตท้องที่อำเภอท่าใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตำบลต่าง ๆ ที่มีเขตท้องที่ติดต่อกับจังหวัดระยองและชลบุรี ยังนิยมปลูกมันสำปะหลังเป็นอาชีพอยู่อีก มันสำปะหลังที่เกษตรกรผลิตได้ส่วนมากนำไปจำหน่ายให้โรงงานแปรรูปในเขตท้องที่อำเภอแกลง และอำเภอเมืองจังหวัดระยอง ลักษณะการซื้อขายหัวมันก็เป็นแบบที่เกษตรกรต้องไปติดต่อกับพ่อค้าโรงงาน เมื่อตกลงราคากันเรียบร้อยแล้ว เกษตรกรจึงจะเก็บเกี่ยวหรือทำการซุกหัวมันสำปะหลังไปส่งให้

๑.๒.๔. จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนี้นับเป็นจังหวัดที่มีการริเริ่มปลูกมันสำปะหลังกันอย่างจริงจังเมื่อไม่นานมานี้ในบางเขตท้องที่ เช่น อำเภอสีคิ้ว ปักธงชัย และพิมาย ดังนั้นการซื้อขายจึงเป็นลักษณะที่ว่าผู้ซื้อคือพ่อค้าโรงงานแปรรูปมีจำนวนน้อยราย จึงเป็นฝ่ายได้เปรียบในเรื่องการตั้งราคา และการซื้อขายเกษตรกรจำเป็นต้องติดต่อกับพ่อค้าโรงงานก่อน เมื่อตกลงราคาแล้วจึงจะทำการซุกหัวมันสำปะหลังเพื่อนำไปส่งให้ ทั้งนี้เพราะพ่อค้าโรงงานแปรรูปก็ตั้งอยู่ในแหล่งผลิตนั่นเอง

๑.๒.๕. จังหวัดปราจีนบุรี จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรที่ยึดอาชีพการปลูกมันสำปะหลังในบางท้องที่ของจังหวัดนี้ไปจากจังหวัดชลบุรี เนื่องจากผลผลิตในเขตท้องที่จังหวัดชลบุรีต่ำมาก การซื้อขายหัวมันสำปะหลังของจังหวัดปราจีนบุรีก็มี -

ลักษณะคล้ายกันกับการซื้อขายมันสำปะหลังในเขตจังหวัดนครราชสีมา กล่าวคือพ่อค้าโรงงานมีจำนวนน้อยรายและเกษตรกรจำเป็นต้องติดต่อจำหน่ายหัวมันสำปะหลัง ให้แก่พ่อค้าโรงงานก่อน เมื่อตกลงราคากันเป็นที่แน่นอนแล้ว เกษตรกรจึงจะทำการขุดหัวมันสำปะหลังไปส่งให้

๑.๒.๖. จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดนี้เกษตรกรนิยมปลูกมันสำปะหลังกันมากจังหวัดหนึ่ง ดังนั้นโรงงานแปรรูปโดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงงานมันสำปะหลังแห้งจึงตั้งกระจายกระจายทั่วไปในแหล่งผลิต ส่วนโรงงานแปรงมันสำปะหลังและโรงงานมันสำปะหลังอัดเม็ดซึ่งมีจำนวนน้อยรายตั้งอยู่ในเขตเทศบาล อย่างไรก็ตาม การซื้อขายโดยทั่วไปเป็นลักษณะที่เกษตรกรต้องติดต่อขายหัวมันสำปะหลังให้กับพ่อค้าโรงงานก่อน เมื่อตกลงราคากันเป็นที่แน่นอนแล้ว เกษตรกรจึงจะทำการขุดหรือเก็บเกี่ยวหัวมันสำปะหลังไปส่งให้

๑.๒.๗. จังหวัดราชบุรี เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่เกษตรกรบางท้องถิ่นนิยมการปลูกมันสำปะหลังเป็นอาชีพอย่างจริงจังเมื่อ ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมา ดังนั้นการซื้อขายจึงเป็นลักษณะที่ว่า ผู้ซื้อคือพ่อค้าโรงงานมีจำนวนน้อยราย จึงเป็นฝ่ายได้เปรียบในการตั้งราคารับซื้อหัวมันสำปะหลังจากเกษตรกร และราคายังอยู่ในระดับต่ำด้วย ส่วนลักษณะการซื้อขายโดยทั่วไปเกษตรกรจะต้องติดต่อจำหน่ายหัวมันสำปะหลังให้พ่อค้าโรงงานก่อน เมื่อตกลงราคากันเป็นที่แน่นอนแล้ว จึงจะทำการขุดหัวมันสำปะหลังแล้วนำไปส่งให้

นอกจากจังหวัดต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ก็ยังมีจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นจังหวัดที่เกษตรกรเริ่มปลูกมันสำปะหลังเป็นอาชีพอย่างจริงจังเมื่อ ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมา และมีลักษณะการซื้อขายคล้ายกับจังหวัดอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว

๑.๓ ประเภทของตลาด ตลาดหัวมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง อาจแบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภท คือ (๑)

๑.๓.๑. ตลาดท้องถิ่น ( Local Grower's Market ) เป็นตลาดที่ตั้งอยู่ในแหล่งผลิตหรือใกล้เคียงกับแหล่งผลิตหัวมันสำปะหลัง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในหมู่บ้านหรือตำบล หรืออำเภอเล็ก ๆ และพ่อค้าคนกลางส่วนมากจะติดต่อซื้อขายกับเกษตรกรชาวไร่โดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นที่ไร่ ที่ร้านค้าผู้ซื้อหรือพ่อค้าคนกลาง หรือที่บ้านเกษตรกรชาวไร่

๑.๓.๒. ตลาดรวมท้องถิ่น ( Assembly Wholesale Market ) เป็นตลาดรวมผลิตผลทั้งหัวมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากท้องถิ่น แล้วจำหน่ายจ่ายแจกไปยังแหล่งอื่น ๆ โดยทั่วไปตลาดประเภทนี้มักจะอยู่ในศูนย์รวมการค้ามาคม เช่น อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอเมืองระยอง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา อำเภอสีคิ้ว อำเภอเมืองนครราชสีมา เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามความแตกต่างระหว่างตลาดท้องถิ่นกับตลาดท้องถิ่นที่เห็นได้ชัดก็คือ ตลาดท้องถิ่นจะเป็นศูนย์รวมการค้ามาคม การบริการด้านตลาดมีมากกว่าตลาดท้องถิ่น

๑.๓.๓. ตลาดรวมปลายทาง ( Terminal Market ) ตลาดรวมปลายทางอาจมีความหมายได้หลายอย่าง คือ เป็นตลาดซึ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อการอุปโภคบริโภคโดยตรง เป็นตลาดที่จำหน่ายหัวมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังบางชนิดให้แก่ผู้แปรรูปหรือโรงงานแปรรูป หรืออีกความหมายหนึ่ง คือ หมายถึงตลาดซึ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปต่างประเทศหรือไปจำหน่ายต่าง -

---

(๑) กองเศรษฐกิจการเกษตร, การผลิต การตลาด และราคามันสำปะหลังของประเทศไทย, โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์ การขายและการซื้อแห่งประเทศไทย, ๒๕๑๕ หน้า ๗๔

ต่างจังหวัด ดังนั้นตลาดรวมปลายทางของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจึงได้แก่กรุงเทพมหานคร และตลาดขายปลีกทั่ว ๆ ไป

๑.๔ บทบาทของพ่อค้าคนกลาง บทบาทของพ่อค้าคนกลางในตลาดทั้งสามระดับดังกล่าวข้างต้น อาจแยกพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

๑.๔.๑. พ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น หมายถึงพ่อค้าที่ทำหน้าที่ซื้อหรือรวบรวมหัวมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังบางชนิดจากเกษตรกรโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อย ๆ แล้วทำการจำหน่ายต่อไปให้พ่อค้าคนอื่น ๆ ในตลาดรวมท้องถิ่น หรือโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องถิ่นต่อไป พ่อค้าในตลาดท้องถิ่นนี้จะทำหน้าที่เป็นพ่อค้าขายส่ง นอกจากหน้าที่ดังกล่าวข้างต้นแล้ว พ่อค้าในท้องถิ่นยังเป็นผู้ที่ให้ความสารการตลาดแก่เกษตรกรชาวไร่อีกด้วย การซื้อขายในระดับนี้จะทำการซื้อขายด้วยเงินสดเสมอ

๑.๔.๒. พ่อค้าคนกลางในตลาดรวมท้องถิ่น หมายถึงพ่อค้าที่ซื้อหรือรวบรวมหัวมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากพ่อค้าคนกลางในตลาดท้องถิ่น - เกษตรกรผู้ผลิตรายใหญ่ ๆ หรือซื้อผ่านตัวแทนหรือนายหน้าเพื่อนำไปขายต่อให้พ่อค้าขายส่ง หรือพ่อค้าส่งออกเพื่อทำการจำหน่ายต่อไป พ่อค้าประเภทนี้มีอิสระในการประกอบธุรกิจมีสถานที่ทำการค้าแน่นอนและมีทุนประกอบธุรกิจมาก พ่อค้าคนกลางในตลาดรวมท้องถิ่นนอกจากจะทำหน้าที่เป็นคนกลางเชื่อมโยงระหว่างตลาดท้องถิ่น และตลาดรวมปลายทางแล้ว ยังเป็นผู้ที่ให้ความสารการตลาดแก่พ่อค้าท้องถิ่นอีกด้วย พ่อค้าคนกลางประเภทนี้ได้แก่ โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังต่าง ๆ โดยสภาพทั่วไปพ่อค้าประเภทนี้มีอิทธิพลในการค้าหัวมันสำปะหลัง และการผลิตผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมาก พ่อค้าคนกลางในตลาดรวมท้องถิ่นอีกประเภทหนึ่งที่น่าจะมีบทบาทสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังคือพ่อค้าตัวแทน หมายถึงพ่อค้าซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของพ่อค้าในตลาดรวมปลายทาง ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่พ่อค้าส่งออก พ่อค้าตัวแทนเหล่านี้จะทำหน้าที่ -



รวบรวมผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากแหล่งผลิตต่าง ๆ แล้วจัดส่งให้พ่อค้าส่งออกโดยได้รับค่าตอบแทน

๑.๔.๓. พ่อค้าในตลาดรวมปลายทาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง - ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้นพ่อค้าที่มีบทบาทสำคัญในตลาดรวมปลายทางก็คือพ่อค้าส่งออกซึ่งหมายถึงพ่อค้าที่รับซื้อผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากแหล่งผลิตรายเล็ก ๆ แล้วจัดส่งไปจำหน่ายต่างประเทศต่อไป สำหรับผู้ผลิตรายใหญ่ ๆ มักจะส่งผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังออกไปจำหน่ายต่างประเทศโดยตรงโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง

สำหรับการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้ในการบริโภคภายในประเทศนั้น ส่วนมากโรงงานผลิตมักจะขายผ่านพ่อค้าส่ง และพ่อค้าส่งก็จะทำการขายต่อไปยังพ่อค้าปลีกเพื่อจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้ายต่อไป.

๑.๕ ลักษณะของการประกอบการ (ดูตาราง ๑๔) เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการประกอบการของผู้ประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ ในวงการค้ามันสำปะหลัง จะพบว่ามีลักษณะการดำเนินงานแบบกิจการค้าของเจ้าของคนเดียว ( **Single - Proprietorship** ) มากที่สุด คือ ๓๒๑ ราย หรือร้อยละ ๘๑.๔๕ เป็นประเภทห้างหุ้นส่วน ( **Partnership** ) จำนวน ๒๐ ราย หรือร้อยละ ๕.๗๐ และเป็นประเภทบริษัท จำนวน ๑๐ ราย หรือร้อยละ ๒.๘๕ เท่านั้น

๑.๖ ประเภทของธุรกิจรวม (ดูตาราง ๑๕) จากการสำรวจของกองเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พบว่า ในการประกอบการค้าหัวมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของพ่อค้าและโรงงานแปรรูป ปรากฏว่าส่วนใหญ่เป็นลักษณะการค้าประเภทที่ค้าสินค้า หรือผลิตผลหลายอย่างหลายชนิด มีจำนวนถึง ๒๘๒ ราย หรือร้อยละ ๘๓.๑๘ เป็นลักษณะการค้าประเภทที่ค้าสินค้า หรือ

ผลิตภัณฑ์ใดชนิดหนึ่งแต่เพียงอย่างเดียวมีจำนวนน้อยมาก คือ เพียง ๕๕ ราย  
หรือร้อยละ ๑๖.๘๑

ตาราง ๑๔

แสดงลักษณะของการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจ

(ระหว่างมิถุนายน ๒๕๑๓ - พฤษภาคม ๒๕๑๕)

ผู้ประกอบการ	ประเภทธุรกิจ			รวม (ราย)
	ส่วนตัว	ห้างหุ้นส่วน ฯ	บริษัท	
๑. โรงงานแปงมันสำปะหลัง	๔๒	๖	๒	๕๐
๒. โรงงานมันสำปะหลังแห้ง	๘๕	๔	๑	๙๐
๓. โรงงานมันสำปะหลังอัดเม็ด	๒๔	๓	๑	๒๘
๔. โรงงานทำสา쿠	๔	-	-	๔
๕. พอคายายส่ง (ผลิตภัณฑ์ + หัวมัน)	๕๗	๓	-	๖๐
๖. พอคายายออก (ผลิตภัณฑ์)	-	๔	๖	๑๐
๗. พอคายายปลีก	๑๐๘	-	-	๑๐๘
รวม	๓๒๑	๒๐	๑๐	๓๕๑
คิดเป็นร้อยละ	๘๑.๔๕	๕.๗๐	๒.๘๕	๑๐๐.๐๐

ที่มา : กองเศรษฐกิจการเกษตร

ตาราง ๑๕

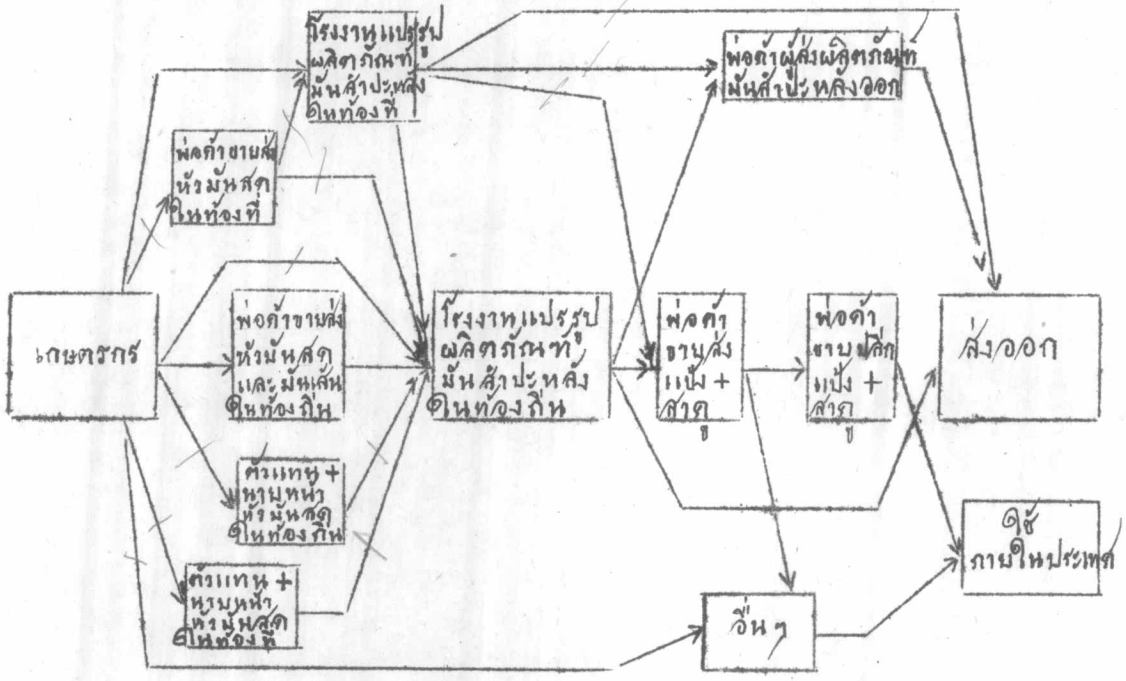
แสดงจำนวนพอคาคนกลางประกอบธุรกิจรวม  
แยกตามจำนวนธุรกิจและพอคาค  
(ระหว่าง มิถุนายน ๒๕๑๓ - พฤษภาคม ๒๕๑๔)

พอคาคนกลาง	จำนวนธุรกิจรวม (ราย)		รวม (ราย)
	ค้าอย่างเดี่ยว	ค้าหลายอย่าง	
๑. โรงงานแปงมันสำปะหลัง	๖	๔๔	๕๐
๒. โรงงานมันสำปะหลังแห้ง	๓๙	๕๑	๙๐
๓. โรงงานมันสำปะหลังอัดเม็ด	๗	๒๑	๒๘
๔. โรงงานสาบ	๒	๒	๔
๕. พอคาคขายส่ง (หัวมันและผลิตภัณฑ์)	-	๖๐	๖๐
๖. พอคาคส่งออก (ผลิตภัณฑ์)	๕	๕	๑๐
๗. พอคาคปลีก (ผลิตภัณฑ์)	-	๑๐๙	๑๐๙
รวม	๕๙	๒๙๒	๓๕๑
คิดเป็นร้อยละ	๑๖.๘๑	๘๓.๑๙	๑๐๐.๐๐

ที่มา : กองเศรษฐกิจการเกษตร

๑.๗ ช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ (กรุปที่ ๕)

รูปที่ ๕



สำหรับช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ กองเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ทำการสำรวจและเขียนรายงานไว้ดังนี้ (๒)

ในที่นี้คำว่าช่องทางการจำหน่ายโดยทั่วไปหมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของการตลาดที่เกิดขึ้นนับตั้งแต่หัวมันสำปะหลังได้ถูกขายต่อจากเกษตรกร ไปจนถึงผู้บริโภคชั้นสุดท้าย ดังนั้นการศึกษาของทางการจำหน่ายมันสำปะหลังจึงเป็นการศึกษาทางเดินของหัวมันสำปะหลังที่เคลื่อนย้ายจากเกษตรกรชาวไร่ไปยังผู้บริโภคชั้นสุดท้าย

เมื่อหัวมันสำปะหลังที่เกษตรกรผลิตได้ซึ่งกำหนดให้เป็น ๑๐๐ แล้ว

(๒) กองเศรษฐกิจการเกษตร, เรื่องเดิม, หน้า ๔๕ - ๔๗

ประมาณร้อยละ ๕๕.๕๓ จะขายผ่านโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่  
ร้อยละ ๔๒.๕๓ ขายผ่านโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่อื่น ร้อยละ  
๒.๕๐ ขายผ่านพ่อค้าขายส่งหัวมันสำปะหลังและมันสำปะหลังแห้งในท้องที่  
ร้อยละ ๐.๒๔ ขายผ่านพ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้าในท้องที่ ร้อยละ ๐.๑๕ ขาย  
ผ่านพ่อค้ามันสำปะหลังในท้องที่ ร้อยละ ๐.๑๒ ขายผ่านตัวแทนหรือนายหน้าใน  
ท้องที่ และประมาณร้อยละ ๐.๐๔ ขายผ่านพ่อค้าหรือผู้อื่นอื่น ๆ เช่น โรงงานทำ  
ขนม อาหารสัตว์ และอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ตัวแทนหรือนายหน้าในท้องที่ที่ได้รับร้อยละ ๐.๑๒ นั้น ปรากฏว่าขายให้  
โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่ร้อยละ ๐.๑๐ และขายให้โรงงาน  
แปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่ร้อยละ ๐.๐๒

พ่อค้าหัวมันสำปะหลังในท้องที่ที่ได้รับร้อยละ ๐.๑๕ นั้น พบว่าขายให้  
โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่ร้อยละ ๐.๐๔ และผ่านโรงงาน  
แปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่อื่นร้อยละ ๐.๐๗

พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้าในท้องที่ที่ได้รับร้อยละ ๐.๒๔ พบว่า ขายให้  
โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่ทั้งหมดร้อยละ ๐.๒๔

พ่อค้าขายส่งหัวมันสำปะหลังและมันสำปะหลังแห้งในท้องที่ที่ได้รับร้อยละ  
๒.๕๐ พบว่า ขายให้โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่ทั้งหมดร้อยละ  
๒.๕๐

โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่ซึ่งได้รับทั้งหมดร้อยละ  
๕๕.๕๕ พบว่า ขายให้พ่อค้าผู้ส่งผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังออกร้อยละ ๓๔.๓๔ ขายให้  
โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องที่ร้อยละ ๑๕.๕๕ ขายให้พ่อค้าขายส่ง  
ผลิตภัณฑ์แป้งมันสำปะหลัง และ สาขุ ร้อยละ ๓.๔๑ และทำการส่งออกเอง-



รอยละ ๐.๘๔ ตามลำดับ

โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในท้องถิ่นซึ่งได้รับทั้งหมดรอยละ ๖๑.๓๓ พบว่า ชายให้พอค้าผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรอยละ ๕๕.๔๔ ทำการส่งออกเองรอยละ ๕.๐๓ และชายให้พอค้าชายส่งผลิตภัณฑ์แป้งมันสำปะหลัง และสาकु รอยละ ๐.๘๖ ตามลำดับ

พอค้าชายส่งผลิตภัณฑ์แป้งและสาकुซึ่งได้รับรอยละ ๔.๒๗ พบว่า ชายให้โรงงานอื่น ๆ รอยละ ๒.๙๐ และชายฉานพอค้าปลีกรอยละ ๑.๓๗

พอค้าผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีทั้งสิ้นรอยละ ๘๙.๘๒ และส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศทั้งหมดรอยละ ๘๙.๘๒

โรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ จะมีทั้งสิ้นรอยละ ๒.๙๔ จะนำผลิตภัณฑ์มาใช้ในโรงงานทั้งหมด

พอค้าชายปลีกรผลิตภัณฑ์แป้งมันสำปะหลังและสาकुซึ่งมีทั้งสิ้นรอยละ ๑.๓๗ ก็จะจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศทั้งหมดรอยละ ๑.๓๗

ดังนั้นจากการศึกษาเรื่องของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังภายในประเทศ จึงพบความจริงว่ามันสำปะหลังที่ผลิตได้ทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่หรือประมาณรอยละ ๙๕.๖๘ จะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ และประมาณรอยละ ๔.๓๑ ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคภายในประเทศ

## ๑.๘ ความเคลื่อนไหวของราคามันสำปะหลังภายในประเทศ

๑.๘.๑. ราคาหัวมันสำปะหลัง เนื่องจากยังไม่มี การเก็บรวบรวมสถิติราคาหัวมันสำปะหลังที่แน่นอน ดังนั้นข้อมูลสถิติราคาที่จะนำมาวิเคราะห์หาแนวโน้มของราคาระยะยาวจึงมีไม่เพียงพอ แต่จากตัวเลขที่มีอยู่นับตั้งแต่ปี ๒๕๑๑ - ๒๕๑๕

แนวโน้มของราคาเฉลี่ยสูงขึ้นเรื่อย ๆ กล่าวคือ มีราคาเฉลี่ยหาบละ ๑๖.๕๐ บาท ๑๖.๕๗ บาท ๑๘.๔๘ บาท ๒๒.๕๔ บาท และ ๒๔.๑๓ บาท ในปี ๒๕๑๑ - ๒๕๑๕ ตามลำดับ<sup>(๓)</sup>

สำหรับความเคลื่อนไหวของราคาหัวมันสำปะหลังตลอดทั้งปีพบว่าจะขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด และปริมาณของผลผลิตที่มีจำหน่ายในตลาดในขณะนั้น เป็นสำคัญ กล่าวคือ ในฤดูแล้งประมาณระหว่างเดือนมกราคม ถึงมีนาคม ซึ่งเป็นระยะที่มีปริมาณหัวมันสำปะหลังจำหน่ายในตลาดมาก เนื่องจากเป็นระยะที่หัวมันสำปะหลังมีอายุเพียงพอที่จะเก็บเกี่ยวได้ และการคมนาคมขนส่งหัวมันสำปะหลังจากไร่ไปยังตลาดก็กระทำไคสะดวก ในทางตรงกันข้ามปริมาณการใช้หัวมันสำปะหลังในการแปรรูปเป็นมันสำปะหลังแห้ง และแป้งมันสำปะหลังในฤดูนี้ต่ำกว่า ฤดูฝน จึงทำให้ความต้องการหัวมันสำปะหลังของตลาดในระยะนี้น้อยลงไป ดังนั้นราคาหัวมันสำปะหลังที่จำหน่ายในระยะนี้จึงมีแนวโน้มลดต่ำลง หลังจากนั้นราคาจะเริ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในฤดูฝนซึ่งการแปรรูปหัวมันสำปะหลังให้เป็นมันสำปะหลังแห้ง และแป้งมันสำปะหลังนั้นต้องใช้หัวมันสำปะหลังในอัตราที่สูงกว่า ฤดูอื่น ๆ ประกอบกับในฤดูฝนเกษตรกรไม่นิยมซุกหัวมันสำปะหลังออกจำหน่ายจึงทำให้หัวมันสำปะหลังที่จำหน่ายในตลาดมีปริมาณน้อย ราคาจึงสูงและราคามีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงเดือนธันวาคม ราคาจึงเริ่มลดต่ำลงอีกครั้ง ความเคลื่อนไหวของราคาจะเป็นเช่นนี้ทุกปี

๑.๘.๒ ราคามันสำปะหลังแห้ง ความเคลื่อนไหวของราคามันสำปะหลังแห้ง ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดและฤดูกาลซึ่งมีอิทธิพลต่อการผลิต กล่าวคือ ในช่วงฤดูฝนประมาณระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนตุลาคม ราคาจำหน่ายมันสำปะหลังแห้งจะเพิ่มสูงขึ้นกว่าเดือนอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะดินฟ้าอากาศไม่อำนวยต่อการตาก

---

(๓) ที่มา : หางหุ้นสวนจำกัด ไทยบารุงไทย

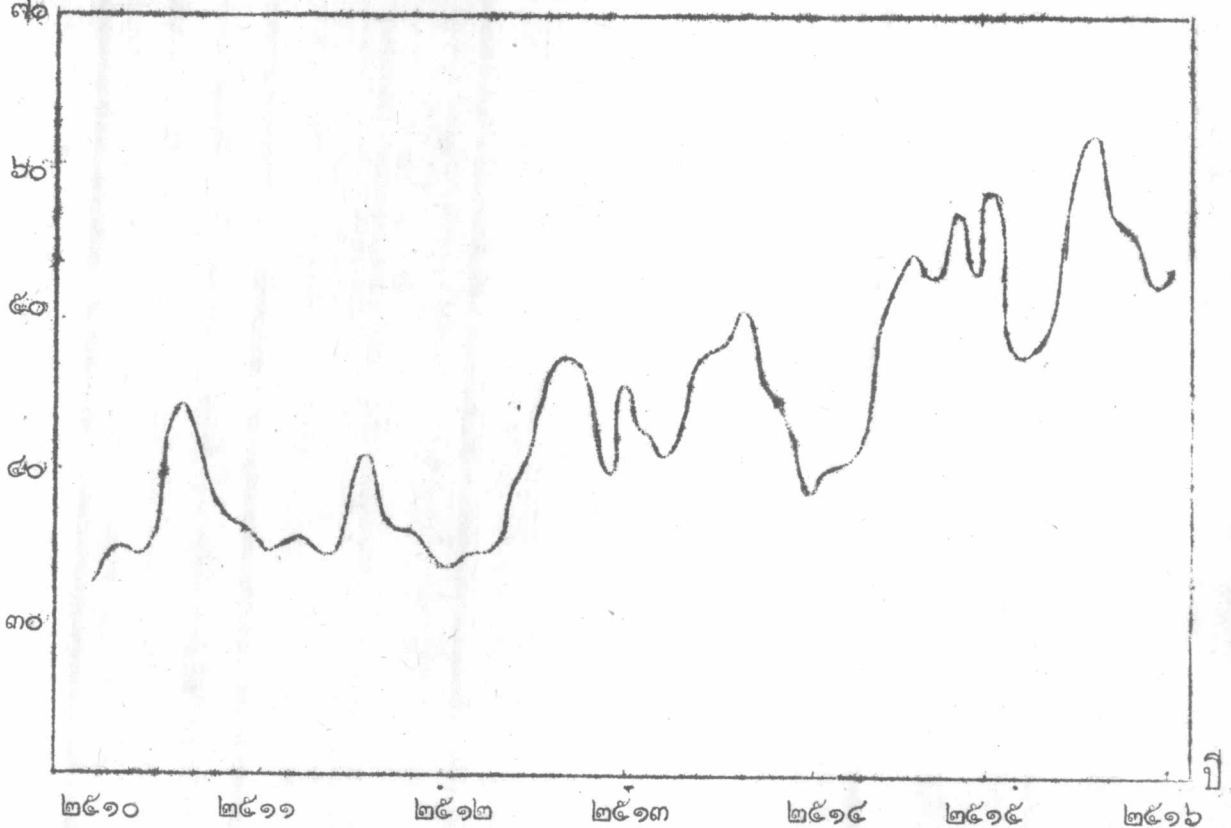
มันสำปะหลัง จึงทำให้ความชื้นในมันสำปะหลังลดลงช้า ต้นทุนการผลิตจึงสูงกว่าปกติ เป็นผลทำให้ราคาจำหน่ายในระยะนี้สูงตามไปด้วย

ราคามันสำปะหลังแห้งซึ่งซื้อขายกันในตลาดกรุงเทพฯ ปี ๒๕๑๑ ปรากฏว่า อยู่ในระดับเฉลี่ยหาบละ ๓๗.๕๐ บาท และราคาโคลดต่ำลงเหลือเพียงหาบละ ๓๖.๐๕ บาท ในปี ๒๕๑๒ นับตั้งแต่ปี ๒๕๑๒ เป็นต้นมา ราคาเฉลี่ยมีแนวโน้มสูงขึ้น กล่าวคือ มีราคาเฉลี่ยหาบละ ๕๑.๐๒ บาท ๕๔.๗๕ บาท ๕๕.๘๒ บาท และ ๕๕.๐๘ บาท ในปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๖ ตามลำดับ และคาดว่าราคาจะมีแนวโน้มสูงขึ้นอีก (คงรูปที่ ๖ ตารางที่ ๑๖)

รูปที่ ๖

ความเคลื่อนไหวของราคามันสำปะหลังแห้ง

หาบ : บาท





ตาราง ๑๖

ราคามันสำปะหลังแห้งในตลาดกรุงเทพฯ ฯ

หาบ : ๖๐ ก.ก. : บาท

เดือน	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	๒๕๑๕	๒๕๑๖
ม.ค.	๓๒.๘๑	๓๕.๐๐	๓๓.๘๔	๔๒.๖๒	๔๐.๑๒	๕๕.๔๑
ก.พ.	๓๔.๖๐	๓๕.๕๐	๓๔.๕๐	๔๒.๔๐	๔๐.๑๓	๕๗.๔๐
มี.ค.	๓๕.๒๐	๓๕.๕๐	๓๔.๕๖	๔๐.๘๓	๔๐.๘๐	๕๘.๕๐
เม.ย.	๓๔.๕๐	๓๔.๕๐	๓๕.๘๖	๔๓.๗๕	๔๓.๐๐	๕๘.๘๓
พ.ค.	๓๖.๕๖	๓๔.๕๐	๓๘.๗๒	๔๗.๓๔	๕๐.๑๕	๕๕.๖๑
มิ.ย.	๔๒.๗๐	๓๘.๑๔	๔๑.๗๒	๔๘.๐๐	๕๒.๖๘	๖๘.๖๔
ก.ค.	๔๔.๕๐	๔๑.๒๘	๔๖.๗๒	๔๘.๔๐	๕๔.๕๐	๖๒.๑๖
ส.ค.	๔๑.๓๔	๓๗.๓๕	๔๗.๕๐	๕๐.๖๔	๕๒.๕๐	๕๗.๐๘
ก.ย.	๓๘.๓๐	๓๖.๐๕	๔๗.๕๐	๔๖.๕๐	๕๓.๐๐	๕๕.๘๓
ต.ค.	๓๖.๖๓	๓๖.๑๕	๔๔.๘๕	๔๔.๕๐	๕๗.๐๐	๕๔.๘๔
พ.ย.	๓๖.๔๕	๓๔.๕๐	๓๘.๕๐	๔๓.๖๔	๕๓.๐๐	๕๒.๐๕
ธ.ค.	๓๕.๑๗	๓๓.๕๐	๔๕.๗๓	๓๘.๒๒	๕๘.๕๐	๕๓.๕๐
ราคาเฉลี่ยรายเดือน	๓๗.๔๐	๓๖.๐๕	๔๑.๐๒	๔๔.๗๕	๔๘.๘๒	๕๕.๐๘

ที่มา : สภาหอการค้าไทย

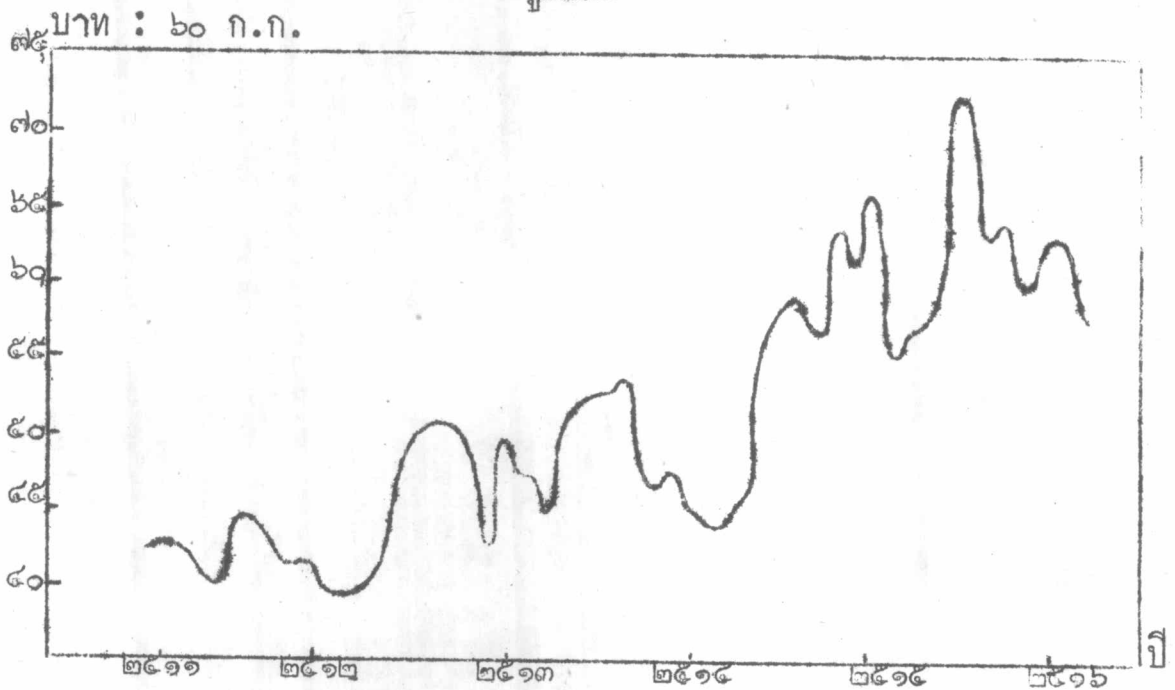
หมายเหตุ ราคายาวรวมค่าขนส่งจากโรงงานถึงโกดังผู้ซื้อในกรุงเทพฯ ฯ

๑.๘.๓. ราคามันสำปะหลังอัดเม็ด มันสำปะหลังอัดเม็ดที่ซื้อขายกัน

ภายในประเทศจะคิดเป็นราคาต่อหาบ (๑ หาบ : ๖๐ กิโลกรัม) ราคาซื้อขายมักจะรวมค่าขนส่งจากโรงงานผู้ผลิตถึงโกดังผู้ซื้อในตลาดกรุงเทพฯ ฯ ด้วย จากการศึกษาค่าความเคลื่อนไหวของราคามันสำปะหลังอัดเม็ดรายเดือนตลอดทั้งปีพบว่า ฤดูกาลมีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของราคาจำหน่าย กล่าวคือ ในช่วงฤดูฝนประมาณเดือนมิถุนายน ถึง ตุลาคม ราคาจำหน่ายจะสูงขึ้น เพราะกินฟ้าอากาศไม่อำนวยต่อการผลิตมันสำปะหลังแห้ง ซึ่งนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตมันสำปะหลังอัดเม็ด แต่ในระยะต้นปีและปลายปีก่อนและหลังฤดูฝน ราคามันสำปะหลังอัดเม็ดจะลดต่ำลง เพราะสภาพกินฟ้าอากาศอำนวยต่อการผลิตมันสำปะหลังแห้งมากกว่าในฤดูฝน - อย่างไรก็ตาม ราคามันสำปะหลังอัดเม็ดก็ยังขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดต่างประเทศด้วย

ความเคลื่อนไหวของราคามันสำปะหลังอัดเม็ด (ดูรูปที่ ๗ ตารางที่ ๑๗)

รูปที่ ๗





ตาราง ๑๗

ราคาขายส่งมันสำปะหลังอัดเม็ดในตลาดกรุงเทพ ฯ

บาท : ๖๐ ก.ก.

เดือน	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	๒๕๑๕	๒๕๑๖	๒๕๑๗
มกราคม	๔๒.๕๐	๓๙.๕๐	๔๗.๒๑	๔๔.๕๐	๖๑.๔๓	๖๒.๐๐
กุมภาพันธ์	๔๒.๕๐	๓๙.๕๐	๔๗.๒๖	๔๓.๙๐	๕๕.๑๑	๕๗.๙๗
มีนาคม	๔๒.๕๐	๓๙.๕๐	๔๔.๙๒	๔๕.๐๐	๕๗.๑๖	๖๒.๙๕
เมษายน	๕๐.๖๘	๔๑.๗๗	๕๐.๓๘	๕๖.๐๕	๕๗.๒๘	๖๑.๖๐
พฤษภาคม	๕๐.๒๖	๔๗.๕๐	๕๒.๕๐	๕๕.๘๕	๖๒.๘๓	
มิถุนายน	๕๓.๕๐	๔๙.๔๕	๕๒.๕๐	๕๗.๗๓	๓๒.๔๘	
กรกฎาคม	๔๔.๒๐	๕๐.๕๐	๕๒.๗๗	๕๙.๓๔	๖๘.๙๐	
สิงหาคม	๕๓.๕๐	๕๐.๕๐	๕๓.๓๒	๕๗.๗๑	๖๒.๘๔	
กันยายน	๕๒.๒๓	๕๐.๕๐	๔๘.๐๐	๕๖.๗๑	๖๓.๙๗	
ตุลาคม	๔๑.๒๔	๔๘.๙๓	๔๖.๕๐	๖๓.๓๖	๕๙.๖๑	
พฤศจิกายน	๔๑.๕๕	๔๒.๕๐	๔๗.๕๐	๖๑.๐๐	๕๙.๗๗	
ธันวาคม	๓๙.๘๕	๔๙.๖๔	๔๕.๙๘	๖๕.๙๕	๖๒.๙๗	
ราคาเฉลี่ยต่อเดือน	๔๒.๐๓	๔๕.๘๕	๔๘.๙๙	๕๔.๗๖	๖๑.๗๑	

ที่มา : ราคาขายส่งมันสำปะหลังอัดเม็ดระหว่างปี ๒๕๑๒ - ๒๕๑๔ และ ปี ๒๕๑๗ ได้จากสภาหอการค้าไทย ราคาขายส่งในระหว่าง ปี ๒๕๑๕ - ๒๕๑๖ ได้จาก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

หมายเหตุ ราคาตามตารางเป็นราคาซื้อขายที่รวมค่าขนส่งจากโรงงานผู้ผลิต ถึงโกดังผู้ซื้อในตลาดกรุงเทพ ฯ

นับตั้งแต่ปี ๒๕๑๒ เป็นต้นมา ปรากฏว่ามีแนวโน้มของราคาเฉลี่ยสูงขึ้นเรื่อย ๆ กล่าวคือ ในปี ๒๕๑๒ มีราคาเฉลี่ยหาบละ ๔๒.๐๓ บาท และเพิ่มสูงขึ้นเป็นหาบละ ๔๕.๘๕ บาท ๔๘.๘๘ บาท ๕๔.๗๖ บาท และ ๖๑.๗๑ บาท ในปี ๒๕๑๓ - ๒๕๑๖ ตามลำดับ สาเหตุที่ราคาจำหน่ายมันสำปะหลังอัดเม็ดสูงขึ้นทุก ๆ ปีเพราะราคาวัตถุดิบคือมันสำปะหลังแห้ง และค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่น ๆ สูงขึ้น จึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขนส่งในระยะหลัง ๆ ก็สูงขึ้นด้วย เนื่องมาจากวิกฤติการณ์น้ำมันในปี ๒๕๑๖ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อราคามันสำปะหลังอัดเม็ดทั้งสิ้น จึงเป็นที่คาดคะเนได้ว่าราคาจำหน่ายมันสำปะหลังอัดเม็ดจะมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ

๑.๘.๔. ราคาแบ่งมันสำปะหลัง แบ่งมันสำปะหลังที่จำหน่ายกันในตลาดกรุงเทพฯ แบ่งออกได้เป็น ๒ ชนิด คือ แบ่งมันสำปะหลังละเอียดชนิดดี และแบ่งมันสำปะหลังหยาบชนิดดี (ตารางที่ ๑๘)

(๑) ราคาแบ่งมันสำปะหลังละเอียดชนิดดี ราคาแบ่งมันสำปะหลังละเอียดชนิดดี นับตั้งแต่ปี ๒๕๐๘ เป็นต้นมา จนถึงปี ๒๕๑๒ มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย หลังจากปี ๒๕๑๓ มีแนวโน้มสูงขึ้นโดยตลอดมาจนถึงปัจจุบัน ในปี ๒๕๑๗ ระหว่างเดือนมกราคม - กันยายน พบว่า ราคาเฉลี่ยรายเดือนเพิ่มสูงกว่าปีก่อนทุกเดือน ทั้งนี้เนื่องมาจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

(๒) ราคาแบ่งมันสำปะหลังหยาบชนิดดี ราคาแบ่งมันสำปะหลังหยาบชนิดดีปรากฏว่า แนวโน้มของราคามีลักษณะคล้ายกับแนวโน้มของราคาแบ่งชนิดละเอียด กล่าวคือ ราคามีแนวโน้มลดต่ำลงเล็กน้อยในระหว่างปี ๒๕๐๘ - ๒๕๑๒ และเพิ่มสูงขึ้นหลังจากปี ๒๕๑๓ เป็นต้นมา และคาดว่าราคามีแนวโน้มจะสูงขึ้นไปอีก

ตารางที่ ๑๘

ราคาแป้งมันสำปะหลังในตลาดกรุงเทพฯ

( บาท : หาบ )

ชนิดแป้งมันสำปะหลัง	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	๒๕๑๕	๒๖๑๖
แป้งมันสำปะหลัง ละเอียดชนิดดี	๑๑๘.๓๐	๑๑๗.๗๘	๑๐๗.๓๘	๑๐๕.๐๙	๑๐๘.๗๓	๑๒๗.๘๙	๑๓๔.๑๕	๑๖๒.๙๖
แป้งมันสำปะหลัง หยาบชนิดดี	๙๔.๖๔	๙๕.๑๒	๘๗.๒๗	๘๐.๔๙	๘๕.๔๔	๑๑๑.๐๒	๑๑๔.๗๕	๑๔๗.๖๙

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

## ๒. การค้ากับต่างประเทศ

๒๑. ความเป็นมาของการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทยกับต่างประเทศ  
ก่อนปี พ.ศ. ๒๔๘๗ ประเทศไทยส่งเฉพาะแป้งมันสำปะหลังไปจำหน่ายที่สหรัฐอเมริกาเท่านั้น จนกระทั่งถึงปี ๒๔๘๘ นายเอริค ฟุงค์ ( Messrs Erich Funke ) - นายอาร์ ชัลเลอร์ ( R. Schaller ) และโอเวอร์บาร์ต ( Overseas Barter ) ได้แนะนำผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้ในการผสมอาหารสัตว์และส่งออกตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ในระยะแรกส่งออกในรูปของกากมันสำปะหลัง ( Tapioca Waste ) ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมผลิตแป้งมันสำปะหลัง จนกระทั่งถึงปี ๒๕๐๑ จึงเริ่มมีการแปรรูปหัวมันสำปะหลังให้เป็นมันสำปะหลังแห้งและมันสำปะหลังป่นออกจำหน่าย

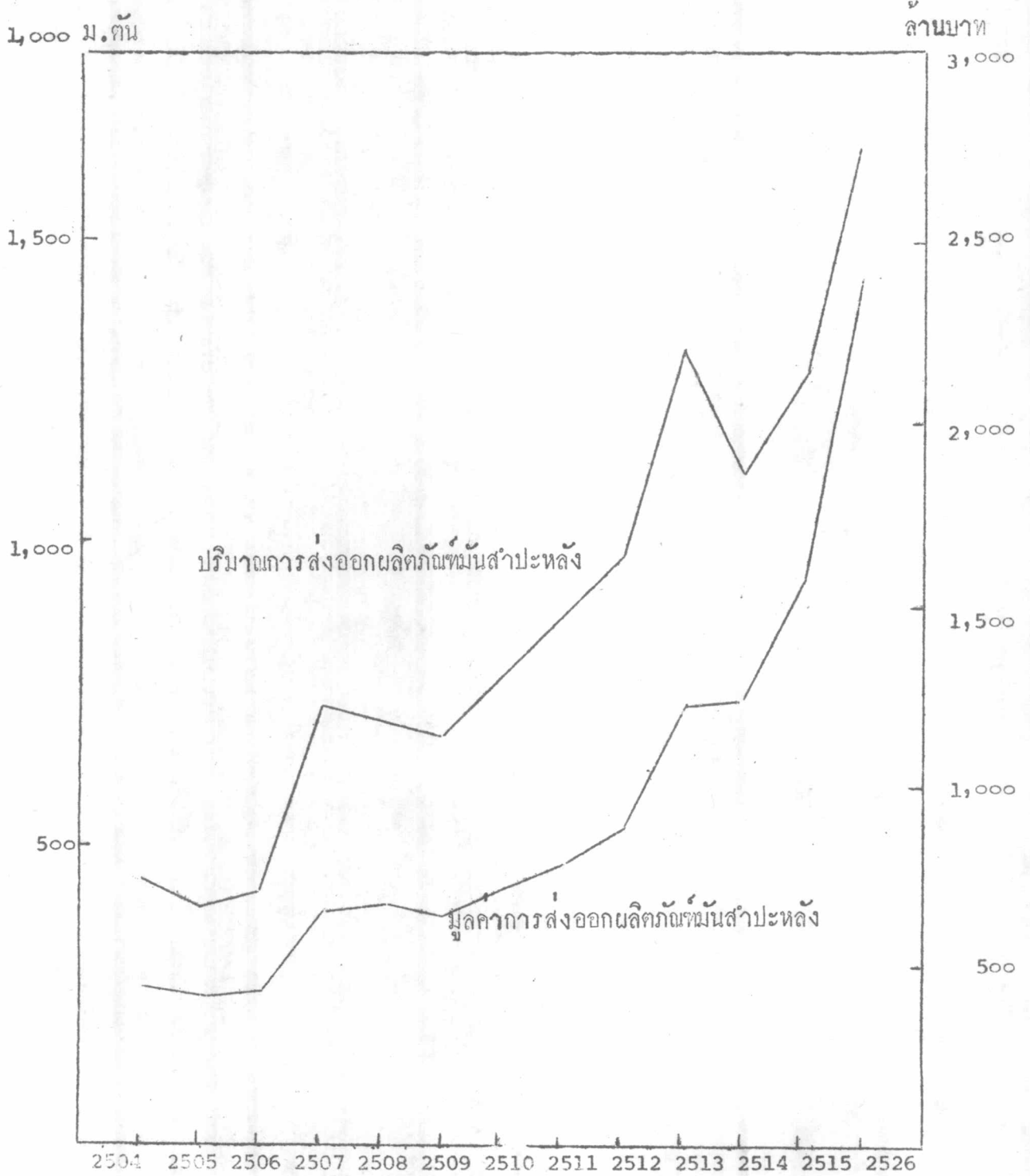
ผู้ผลิตอาหารสัตว์ในเยอรมันตะวันตกเป็นผู้เริ่มนำเข้าไปใช้ เนื่องจากมันสำปะหลังแห้งและมันสำปะหลังป่นมีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่ากากมันสำปะหลัง ผู้ผลิตอาหารสัตว์จึงหันมานิยมใช้มันสำปะหลังแห้งและมันสำปะหลังป่นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งถึงปี ๒๕๐๔ ปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังเริ่มลดลง แต่ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์กลับเพิ่มขึ้น ปี ๒๕๐๖ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกทั้งหมดจะประกอบด้วยมันสำปะหลังแห้งเป็นส่วนใหญ่ ในระยะต่อมาระหว่างปี ๒๕๐๘ - ๒๕๑๑ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่อย่างไรก็ดี ปี ๒๕๑๒ ไทยเริ่มส่งผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังอัดเม็ดออกเป็นปีแรก ปรากฏว่าได้รับความนิยมจากผู้ผลิตอาหารสัตว์มาก เนื่องจากมีคุณภาพดีกว่า จึงทำให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อเลี้ยงสัตว์กลับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอีกครั้งหนึ่ง ปริมาณและมูลค่าส่งออกได้เพิ่มสูงขึ้น -  
(๔)

(๔) Truman P. Phillips, Cassava Utilization and Potential Markets, International Development Trade Centre, Canada 1974.

๒.๒ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย (ดูรูปที่ ๘) ตารางที่ ๑๔) ปัจจุบันไทยเป็นประเทศที่ส่งผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังออกมากที่สุดในโลกตั้งแต่ปี ๒๕๐๔ เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ปริมาณและมูลค่าส่งออกรวมมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าปริมาณส่งออกแป้งมันสำปะหลังไทยเริ่มมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เพราะสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเป็นตลาดแป้งมันสำปะหลังที่สำคัญของไทย เริ่มลดปริมาณนำเข้าลง กล่าวคือปริมาณส่งออกเฉพาะแป้งมันสำปะหลังในปี ๒๕๐๔ ลดลงเหลือเพียง ๑๑๐,๕๘๒ เมตริกตัน หรือลดลงจากปี ๒๕๐๔ ประมาณร้อยละ ๕๑.๔๑ และมีผลทำให้ปริมาณและมูลค่าส่งออกรวมลดลงด้วย กล่าวคือ ปริมาณและมูลค่าส่งออกรวมลดลงจากปี ๒๕๐๔ ร้อยละ ๘.๖ และ ๕.๒ ตามลำดับ แต่ในปี ๒๕๐๖ ปริมาณและมูลค่าส่งออกกลับเพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๐๕ ร้อยละ ๖.๖ และ ๓.๘ ตามลำดับ สาเหตุที่ปริมาณและมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากการประกาศนโยบายการเกษตรรวมกันของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปในปี ๒๕๐๕ ซึ่งมีผลทำให้ราคาเมล็ดพืชทุกชนิดซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบในการผสมอาหารสัตว์มีราคาสูงขึ้น ผู้ผลิตอาหารสัตว์ในประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป จึงหันมาสนใจใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังซึ่งมีราคาต่ำกว่าแทน จึงทำให้ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์มีแนวโน้มสูงขึ้น และมีบทบาทสำคัญต่อการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทยนับตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา ดังนั้นปริมาณและมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังระหว่างปี ๒๕๐๗ - ๒๕๑๑ จึงมีแนวโน้มสูงขึ้น แม้ว่าจะมีบางปีที่ปริมาณและมูลค่าส่งออกลดต่ำลงเล็กน้อย ปี ๒๕๑๒ ไทยเริ่มส่งมันสำปะหลังอัดเม็ดออกจำหน่ายอย่างจริงจังจึงเป็นปีแรก ปรากฏว่าได้รับความสนใจจากผู้ผลิตอาหารสัตว์เป็นอย่างดี เนื่องจากมันสำปะหลังอัดเม็ดมีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่า คุณภาพสม่ำเสมอและเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่ำกว่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ใช้เลี้ยงสัตว์ชนิดอื่น ๆ จึงทำให้ปริมาณส่งออกรวมเพิ่มขึ้นอีกครั้ง กล่าวคือ ปริมาณและมูลค่าส่งออกในปี ๒๕๑๒ เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๑๑ ร้อยละ ๘.๗ และ ๑๓.๕ ตามลำดับ

รูปที่ 8

ปริมาณและมูลค่าการผลิตมันสำปะหลังส่งออกของไทย





ตารางที่ ๑๙

ปริมาณและมูลค่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกของไทย

ปริมาณ : เมตริกตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

ระยะเวลา	มันสำปะหลังอัดเม็ด		แป้งมันสำปะหลัง		อื่น ๆ		รวม					
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	%	±	มูลค่า	%	±
๒๕๐๔	๑๘๓,๔๑๕	.๑๕๐	๒๒๓๗,๖๐๖	.๒๓๘	.๓๒,๓๕๕	๑๘	๕๔๓,๓๗๖			๕๕๖		
๒๕๐๕	๒๖๗,๖๕๘	๒๔๕	๑๑๐,๕๘๒	๑๕๙	๒๒,๕๔๘	๑๙	๕๐๐,๗๘๘	-๙.๖		๕๒๓	-๕.๒	
๒๕๐๖	๑๘๙,๗๔๘	๑๔๓	๑๒๑,๕๒๐	๒๐๔	๑๑๖,๑๓๙	๙๒	๕๒๗,๕๔๓	๖.๖		๕๓๙	๓.๘	
๒๕๐๗	๒๐๑,๓๒๘	๑๔๑	๑๕๒,๕๓๒	๒๒๙	๓๘๕,๐๙๙	๒๘๓	๗๓๘,๘๕๙	๓๒.๙		๖๕๓	๔๘.๗	
๒๕๐๘	๓๙,๐๐๕	๖๑	๑๔๑,๙๑๘	๒๒๓	๕๙๘,๕๑๙	๓๙๒	๗๑๙,๕๕๒	-๒๖.๖		๖๗๖	๓.๕	
๒๕๐๙	๖๕,๘๐๙	๕๓	๑๕๔,๙๕๖	๒๓๑	๖๖๗,๘๓๘	๓๖๐	๖๘๘,๖๐๓	-๕.๓		๖๕๕	-๕.๗	
๒๕๑๐	๑๗๕,๘๕๖	๑๔๑	๑๙๘,๖๗๐	๓๐๕	๕๐๗,๘๕๑	๒๘๑	๗๘๑,๓๕๗	๑๓.๕		๗๒๖	๑๒.๗	

ต่อ

ปริมาณ : เมตริกตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

ระยะเวลา	มันสำปะหลังอีดเม็ด		แป้งมันสำปะหลัง		อื่น ๆ		รวม			
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	% ±	มูลค่า	% ±
๒๕๑๑	๓๔๘,๘๑๑	๓๐๖	๑๔๓,๖๐๕	๒๒๔	๓๕๖,๔๓๘	๒๔๒	๘๘๘,๘๕๔	๑๓.๘	๓๗๒	๖.๓
๒๕๑๒	๓๕๒,๓๐๒	๖๑๓	๑๒๑,๑๙๕	๑๘๓	๑๐๑,๑๙๔	๓๖	๙๓๕,๐๙๑	๙.๓	๘๓๖	๑๓.๕
๒๕๑๓	๑,๑๖๓,๙๘๕	๙๙๙	๑๔๔,๓๐๓	๒๐๘	๑๘,๑๓๓	๑๖	๑,๓๒๖,๘๖๕	๒๖.๑	๑,๒๒๓	๓๙.๖
๒๕๑๔	๙๕๒,๖๑๓	๙๖๔	๑๔๙,๘๑๐	๒๕๓	๑๐,๐๓๙	๑๒	๑,๑๑๒,๔๖๖	-๑๖.๒	๑,๒๒๙	๐.๕
๒๕๑๕	๑,๑๔๔,๑๓๙	๑,๓๒๕	๑๓๐,๑๔๔	๒๒๙	๕,๓๖๕	๓	๑,๒๓๙,๖๔๘	๑๕.๐	๑,๕๖๐	๒๖.๙
๒๕๑๖	๑,๕๕๐,๓๑๙	๒,๐๓๓	๑๖๑,๘๓๐	๓๙๔	๓,๐๒๔	๒	๑,๓๑๓,๓๐๖	๓๓.๙๒	๒,๔๖๓	๕๘.๑๔

ที่มา : กรมศุลกากร

โดยเฉพาะมันสำปะหลังอ้อมที่ส่งออกทั้งหมดในปี ๒๕๑๒ คิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ ๗๐.๔๓ ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด ในปีต่อ ๆ มา ความต้องการมันสำปะหลังอ้อมเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นสินค้าที่ทำรายได้เป็นอันดับที่ ๕ ของมูลค่าสินค้าส่งออกทั้งหมดของไทย ในปี ๒๕๑๖ มีปริมาณส่งออกรวมทั้งสิ้น ๑,๗๑๓,๗๐๖ - เมตริกตัน มูลค่า ๒,๔๖๗ ล้านบาท และทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับที่ ๔ รองจากยางพารา ข้าว ข้าวโพดเม็กซิโก ซึ่งปริมาณและมูลค่าส่งออกสูงกว่าปี ๒๕๑๕ ร้อยละ ๓๓.๘ และ ๕๘.๑ ตามลำดับ

จากการพิจารณาปริมาณและมูลค่าส่งออกตั้งแต่ปี ๒๕๐๔ - ๒๕๑๖ ปรากฏว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว สำหรับแบ่งมันสำปะหลังปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มลดลง ปัจจุบันปริมาณการส่งออกมันสำปะหลังอ้อมและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังอื่น ๆ เพื่อใช้เลี้ยงสัตว์ส่งออกประมาณร้อยละ ๘๐ ของปริมาณ - ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกทั้งหมด ส่วนแบ่งมันสำปะหลังส่งออกเพียงร้อยละ ๑๐ - ของปริมาณส่งออกทั้งหมดเท่านั้น

### ๒.๓ ตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญของไทย

ตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญของไทย ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน ตะวันตก สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ในปี ๒๕๑๖ ทั้งสี่ประเทศดังกล่าวข้างต้นได้นำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรวมกันเป็นปริมาณถึงร้อยละ ๘๗.๖ ของปริมาณที่ไทยส่งออกทั้งหมด เพราะฉะนั้นรายได้ส่วนใหญ่จากการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจึงขึ้นอยู่กับความต้องการของทั้งสี่ประเทศนี้เป็นหลัก

ประเทศต่าง ๆ ในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เช่น เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก ฝรั่งเศส และเบลเยียม เป็นตลาดที่สำคัญของผลิตภัณฑ์มันสำปะ-

ตารางที่ ๒๐

ปริมาณและมูลค่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกของไทย

(แยกประเทศปลายทาง)

ปริมาณ : เมตริกตัน  
มูลค่า : ดานบาท

ปี	สหรัฐอเมริกา		ญี่ปุ่น		เยอรมันตะวันตก		เนเธอร์แลนด์		อื่น ๆ		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
๒๕๐๖	๑,๕๖,๕๑๘	๑๖๓	๑๕,๕๕๐	๒๕	๑๓๘,๓๘๐	๑๓๓	๘๐,๓๘๓	๖๓	๕๖,๓๘๓	๕๒	๕๒๓,๕๓๓	๕๓๓
๒๕๐๗	๑๑๓,๓๑๒	๑๓๓	๖๓,๕๐๓	๖๕	๓๐๘,๕๘๕	๒๒๒	๑๕๖,๐๖๒	๑๐๓	๑๐๒,๕๕๒	๘๕	๓๓๘,๘๕๓	๖๕๓
๒๕๐๘	๑๒๑,๓๕๒	๑๓๑	๑๕,๐๘๕	๒๓	๓๑๒,๕๑๒	๒๕๕	๒๒๘,๐๘๓	๑๓๖	๓๘,๓๕๓	๓๕	๓๑๕,๕๕๒	๖๓๖
๒๕๐๙	๑๒๕,๓๑๕	๑๓๒	๒๓,๓๕๓	๓๒	๓๑๓,๕๕๕	๒๕๕	๑๘๓,๐๕๕	๑๕๑	๓๕,๖๘๓	๓๕	๖๘๘,๖๐๓	๖๕๕
๒๕๑๐	๑๑๕,๐๐๘	๑๓๕	๓๓,๕๓๐	๑๑๐	๒๘๕,๕๖๘	๒๐๕	๒๕๓,๓๘๘	๑๘๘	๕๕,๕๖๓	๕๕	๓๕๑,๓๕๓	๓๒๖
๒๕๑๑	๓๒,๐๕๒	๑๒๑	๕๖,๕๕๐	๘๑	๒๘๕,๓๖๖	๑๕๓	๓๕๒,๕๕๒	๓๐๕	๓๓,๕๖๕	๓๓	๘๘๘,๕๕๕	๓๓๒
๒๕๑๒	๖๕,๕๐๒	๑๐๑	๕๖,๑๘๐	๖๖	๑๓๕,๓๖๑	๑๕๕	๕๕๑,๕๓๕	๕๓๕	๑๐๑,๖๖๕	๕๖	๕๓๕,๐๕๑	๕๓๖
๒๕๑๓	๓๖,๖๕๖	๑๑๓	๕๖,๖๕๖	๓๘	๓๐๘,๕๓๐	๒๖๓	๕๕๕,๕๕๑	๓๒๓	๓๘,๓๕๒	๕๒	๑,๓๒๖,๕๖๕	๑,๒๒๓
๒๕๑๔	๖๘,๕๖๘	๑๑๕	๕๘,๕๖๕	๕๓	๑๒๕,๕๐๓	๑๒๖	๕๑๕,๕๕๕	๕๒๓	๕๓,๕๕๕	๘๐	๑,๑๒๓,๐๘๓	๑,๒๕๐
๒๕๑๕	๕๕,๑๕๒	๘๕	๕๒,๕๕๕	๓๕	๓๕,๓๕๘	๘๑	๑,๐๖๘,๕๕๕	๑,๑๕๐	๓๑,๓๕๖	๑๐๕	๑,๓๐๓,๓๕๖	๑,๕๕๕
๒๕๑๖	๕๓,๕๕๓	๑๐๑	๖๓,๕๓๖	๑๓๕	๕๕,๑๑๓	๑๓๕	๑,๒๓๕,๕๕๑	๑,๖๒๕	๒๑๐,๕๖๒	๓๕๓	๑,๖๕๕,๓๓๕	๒,๕๓๐

ที่มา : กรมศุลกากร

ปี ๒๕๑๕ : ตัวเลขเบื้องต้น

หลังไทยเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์ ส่วนตลาดแปงมันสำปะหลังไทยนั้น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และแคนาดา

จากการวิเคราะห์ปริมาณและมูลค่าส่งออกไปประเทศต่าง ๆ ในปี ๒๕๐๖ (ตามตารางที่ ๒๐) ปรากฏว่า สหรัฐอเมริกานำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากไทย มีมูลค่ามากที่สุด คือร้อยละ ๓๗.๑ ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดของไทย รองลงมาได้แก่ เยอรมันตะวันตก เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น ซึ่งนำเข้าคิดเป็นมูลค่าร้อยละ ๓๑.๒ ๑๔.๔ และ ๕.๕ ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดของไทย ตามลำดับ แต่ในปีต่อ ๆ มา สหรัฐอเมริกา และเยอรมันตะวันตก ได้ลดปริมาณและมูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังลงเรื่อย ๆ จนกระทั่งถึงปี ๒๕๑๖ ปรากฏว่าประเทศเนเธอร์แลนด์ได้กลายเป็นตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญที่สุดของไทยแทนที่สหรัฐอเมริกา กล่าวคือนำเข้าคิดเป็นมูลค่าร้อยละ ๖๖.๘ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ไทยส่งออกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ เยอรมันตะวันตก ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

๒.๓.๑. เนเธอร์แลนด์ ในระยะสิบกว่าปีที่แล้วมา เนเธอร์แลนด์ได้นำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากไทยน้อยมาก กล่าวคือในปี พ.ศ. ๒๕๐๖ นำเข้า - ประมาณร้อยละ ๑๔.๔ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออกของไทย แต่ปริมาณ - และมูลค่านำเข้าจากไทยได้เพิ่มขึ้นทุกปีจนกลายเป็นลูกค้าที่สำคัญที่สุดของไทยใน - ปัจจุบัน

ตั้งแต่ปี ๒๕๐๕ เป็นต้นมา ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อการเลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าทุกประเทศในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (ตามตารางที่ ๒๑) ปริมาณนำเข้าในปี ๒๕๑๖ สูงกว่าปี ๒๕๐๕ ถึงประมาณ ๗๐๐ เท่าซึ่งนับว่าเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นที่สูงมาก ปัจจุบันเนเธอร์แลนด์เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรายใหญ่ที่สุดในยุโรป สาเหตุที่ปริมาณการซื้อขยายตัวอย่างรวดเร็วนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

ตารางที่ ๒๑

การนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๐๕ - ๒๕๑๖

ประเทศ	๒๕๐๕	๒๕๐๖	๒๕๐๗	๒๕๐๘	๒๕๐๙	๒๕๑๐	๒๕๑๑	๒๕๑๒	๒๕๑๓	๒๕๑๔	๒๕๑๕	๒๕๑๖
เยอรมันตะวันตก	๓๖๖	๓๘๗	๔๖๒	๕๒๐	๗๐๒	๕๓๓	๔๘๑	๕๔๘	๕๙๑	๔๗๙	๓๘๗	๕๒๐
ฝรั่งเศส	๒๓	๒๐	๑๘	๑๗	๑๖	n.a.	n.a.	n.a.	๓๕	๗๙	n.a.	n.a.
อิตาลี	-	-	-	๑	-	n.a.	n.a.	n.a.	๑๔	n.a.	n.a.	n.a.
เนเธอร์แลนด์	๑	๕	๑๗	๗๖	๙๖	๑๕๙	๒๓๗	๔๔๔	๕๐๒	๕๙๙	๖๕๐	๗๐๐
เบลเยียม	๒๓	๗๒	๑๐๕	๑๐๐	๗๐	๑๑๓	๑๒๗	๒๑๒	๒๖๘	๒๗๘	n.a.	n.a.
รวม	๔๑๓	๔๘๔	๖๐๒	๗๑๔	๘๘๔	๘๐๕	๘๔๕	๑,๒๐๔	๑,๔๑๐	๑,๗๕๐	๑,๘๕๐	๑,๙๐๐

ที่มา : ปี ๒๕๐๕ - ๒๕๐๘, The Markets for Manioc as a Raw Material For Compound Animal - Feedingstuffs, International Trade Centre, UNCTAD / GATT, Geneva, 1968.

ปี ๒๕๑๐ - ๒๕๑๓, The EEC Tapioca Market - Possibilities and Limits. F.A.O. 1972 (Unpublished manuscript)

ปี ๒๕๑๔ - ๒๕๑๖, Unpublished country and EEC estimates.

(๑) การขยายตัวของการผลิตสัตว์ซึ่งเป็นผลทำให้ความต้องการอาหารสัตว์เพิ่มขึ้นไปด้วย

(๒) การได้เปรียบในเรื่องค่าขนส่งต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ ระบบการขนส่งทางน้ำในเนเธอร์แลนด์มีประสิทธิภาพสูงและเสียค่าใช้จ่ายต่ำ ทำให้สะดวกต่อการลำเลียงอาหารสัตว์ไปขายได้ทั่วโลก

(๓) การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตอาหารสัตว์ขนาดใหญ่โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการคำนวณสัดส่วนของวัตถุดิบในการผสมอาหารสัตว์ซึ่งทำให้สามารถคิดสูตรอาหารสัตว์ที่ใช้วัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำในการผสมได้รวดเร็ว

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจะขึ้นอยู่กับอัตราการขยายตัวของการผลิตสัตว์มากที่สุด การผลิตอาหารเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์ส่วนใหญ่เป็นอาหารสำหรับหมู และสัตว์ปีก ซึ่งได้แก่ ไก่ เป็ด ห่าน

(๕) เอสเซลมานน์ ( Esselmann ) คาดคะเนเกี่ยวกับความต้องการเนื้อหมูของเนเธอร์แลนด์ในปี ๒๕๒๓ ไว้ว่า จะเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ ๒๐ และในเวลาเดียวกันนั้น การผลิตเนื้อหมูของเนเธอร์แลนด์คาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๒๙ - จึงคาดว่าความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเนเธอร์แลนด์คงจะสูงขึ้นด้วย - แต่อย่างไรก็ดีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจะสูงขึ้นในอัตราเดียวกัน หรือต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของจำนวนปศุสัตว์ก็ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง จากราย

---

(๕) Esselmann, W.1972 Development of future mixed consumption in the Common Market paper presented at the Eighth European Mixed . - Feed Congress 19 may 1972, Rotterdam

งานการวิจัยของฟิลลิปส์<sup>(๖)</sup> พบว่า ถ้ามีการลดการจำกัดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ใช้ผสมอาหารสัตว์ (ซึ่งกำหนดโดยสหกรณ์ผู้ผลิตอาหารสัตว์) ลงได้ ก็จะมีผลทำให้การใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตอาหารสัตว์ลงได้ประมาณร้อยละ ๐.๖๓ - ๕.๑๘ นอกจากนี้ฟิลลิปส์ยังได้ทำการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand) ของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในระยะสั้นพบว่า ถ้ามีการขึ้นราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังร้อยละ ๑ จะมีผลทำให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ใช้ผสมอาหารวัว ลดลงร้อยละ ๑.๕ อาหารสัตว์ปีกลดลงร้อยละ ๐.๕ ส่วนอาหารหมูไม่ลดลงเลย ในทางตรงกันข้ามถ้ามีการลดราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังลงร้อยละ ๑ จะทำให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังผสมอาหารวัวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๐.๐๗ อาหารหมูเพิ่มขึ้นร้อยละ ๐.๗๘ และอาหารสัตว์ปีกเพิ่มขึ้นร้อยละ ๐.๘๘ เพราะฉะนั้นจึงพอสรุปได้ว่าความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ใช้ผสมอาหารสัตว์ปีกจะมีความยืดหยุ่นต่อราคามากกว่าอาหารวัวและหมู ฟิลลิปส์คาดว่าความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเนเธอร์แลนด์ในปี ๒๕๒๓ จะเพิ่มขึ้นถึงประมาณ ๑ ถึง ๒.๔ ล้านเมตริกตัน หรือประมาณ ๒ - ๔ เท่า ของปี ๒๕๑๓ (ดูตารางที่ ๒๒)

---

(๖) Truman P. Phillips, Cassava Utilization and Potential Markets. International Development Trade, Canada 1974



ตารางที่ ๒๒

การคาดคะเนความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเนเธอร์แลนด์ในปี ๒๕๒๓

หน่วย : ๑,๐๐๐ เมตริกตัน

	ต่ำสุด	สูงสุด
วัว	๒๕๕	๒๕๕
สัตว์ปีก	๒๑๘	๓๘๒
หมู	๕๔๗	๑,๗๓๓
รวม	๑,๐๒๐	๒,๓๗๐
เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๑๓	๒๐๓ %	๔๗๕ %

ที่มา : Phillips. Cassava Utilization and Potential Markets.  
International Development Trade Centre, Canada 1974

๒.๓.๒. เยอรมันตะวันตก (ดูตารางที่ ๒๐) เยอรมันตะวันตกเป็นผู้ริเริ่มนำผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมาใช้ผสมอาหารสัตว์และเป็นตลาดที่สำคัญของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในยุโรป ตั้งแต่ปี ๒๕๐๖ เป็นต้นมา จนถึงปี ๒๕๐๙ ปริมาณนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเยอรมันตะวันตกสูงขึ้นโดยตลอด ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวนี้ - เยอรมันตะวันตกนับว่าเป็นประเทศลูกค้าที่สำคัญที่สุดของไทย กล่าวคือ มูลค่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่เยอรมันตะวันตกนำเข้าจากไทยนับว่าสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่านำเข้าของประเทศอื่น ๆ ภายหลังจากปี ๒๕๑๐ เป็นต้นมา ปริมาณนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังทั้งหมดของเยอรมันตะวันตกเริ่มลดลง เพราะฉะนั้นจึงนำเข้าจาก

ไทยลดลงตามไปด้วย ในขณะที่เนเธอร์แลนด์เพิ่มปริมาณการนำเข้าจากไทยอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญที่สุดของไทยในปัจจุบัน มูลค่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทยส่งออกไปขายเยอรมันตะวันตกในปี ๒๕๑๖ ประมาณร้อยละ ๗.๒ ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด นับว่าเป็นประเทศที่ซื้อผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากไทยมาเป็นอันดับที่ ๒ รองจากเนเธอร์แลนด์

อย่างไรก็ดีถึงแม้ว่าปริมาณนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเยอรมันตะวันตกจะมีแนวโน้มลดลงก็ตาม แต่ก็ยังนับว่าเป็นตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญของไทยอยู่ สาเหตุที่ปริมาณนำเข้าในระยะหลัง คือตั้งแต่ปี ๒๕๑๐ เป็นต้นมา มีแนวโน้มลดลงเนื่องจากการผลิตเมล็ดพืชในบางปีได้ผลดี และมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพียงเล็กน้อย ผู้ผลิตอาหารสัตว์จึงเปลี่ยนไปใช้เมล็ดพืชมากกว่าโดยเฉพาะผู้ผลิตอาหารสัตว์ทางตอนใต้ของเยอรมันตะวันตกไม่ใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังผสมอาหารสัตว์เลย แต่ใช้ข้าวสาลีแปรรูป ( Denatures wheat ) แทน และในการแปรรูปนี้ได้รับเงินช่วยเหลือจากองค์การ CAP ( Common Agricultural Policy ) นอกจากนี้ค่าขนส่งผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปทางตอนใต้ของเยอรมันตะวันตกยังสูงขึ้น จึงทำให้ผู้ผลิตอาหารสัตว์เปลี่ยนไปใช้เมล็ดพืชกันมากขึ้น ฟิลลิปส์คาดคะเนความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเยอรมันตะวันตกในปี ๒๕๒๓ (๗) ว่า จะเพิ่มขึ้นประมาณ ๑ - ๒ เท่า ของปี ๒๕๑๓ (๗) (ดูตารางที่ ๒๓)

---

(๗) Truman P. Phillips, เรื่องเดิม

ตารางที่ ๒๓

การคาดคะเนความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเยอรมันตะวันตก  
ในปี ๒๕๒๓

๑ : ๑,๐๐๐ เมตริกตัน

	ต่ำสุด	สูงสุด
วัว	๑๐๖	๑๐๖
สัตว์ปีก	๑๒๕	๑๒๕
หมู	๔๔๖	๕๓๐
รวม	๖๗๗	๑,๑๖๑
เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๑๓	๑๑๕ %	๑๘๖ %

หมายเหตุ คำนวณจากราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเท่ากับ ๘๐ เหรียญ  
สหรัฐอเมริกา ต่อ เมตริกตัน การคาดคะเนความต้องการ  
การใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของเยอรมันตะวันตกอยู่ภายใต้  
ข้อสมมติดังนี้ คือ

๑. ความสัมพันธ์ระหว่างราคาวัตถุดิบต่าง ๆ ไม่เปลี่ยนแปลงในอนาคต
๒. การใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจะถูกควบคุมเท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
๓. จะต้องมีมาตรการยับยั้งการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
๔. ผู้ผลิตอาหารสัตว์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีประมาณร้อยละ ๖๐

๒.๓.๓. สหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกานอกจากจะเป็นตลาดแข่งมันสำปะหลังที่สำคัญที่สุดของโลกแล้ว ยังเป็นตลาดแข่งมันสำปะหลังที่สำคัญของไทยอีกด้วย สำหรับผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์นั้นมีปริมาณนำเข้าน้อย ปริมาณแข่งมันสำปะหลังที่นำเข้าส่วนใหญ่นำเข้าจากไทยมากที่สุด คือประมาณร้อยละ ๘๐ ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด รองลงมาได้แก่ บราซิล อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศอื่น ๆ ในระหว่างปี ๒๕๐๖ - ๒๕๑๐ สหรัฐอเมริกานำเข้าแข่งมันสำปะหลังจากไทยมีปริมาณใกล้เคียงกัน (ดูตารางที่ ๒๐) กล่าวคือ ไทยส่งแข่งมันสำปะหลังไปขายยังสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ ๒๙.๔<sup>(๘)</sup> ของปริมาณที่ไทยส่งออกทั้งหมด ตั้งแต่ปี ๒๕๑๐ เป็นต้นมาปริมาณนำเข้าแข่งมันสำปะหลังของสหรัฐอเมริกาเริ่มมีแนวโน้มลดลง คือนำเข้าแข่งมันสำปะหลังทั้งหมดเป็นจำนวน ๑๓๘,๐๕๐ เมตริกตันในปี ๒๕๑๐ เปรียบเทียบกับปี ๒๕๑๔ ซึ่งนำเข้าเพียง ๘๒,๖๓๗ เมตริกตัน ปริมาณนำเข้าลดลงร้อยละ ๔๐.๑ สาเหตุที่ปริมาณนำเข้าลดลงเนื่องจากสหรัฐอเมริกาสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตแข่งชนิดต่าง ๆ ได้จนเพียงพอแก่การใช้ภายในประเทศ ปัจจุบันแข่งที่ผลิตได้ส่วนใหญ่คือประมาณร้อยละ ๙.๒<sup>(๙)</sup> ได้จากชาวโพล ส่วนแข่งที่ผลิตได้จากชาวสาลีและมันฝรั่งนั้นมีปริมาณน้อย สาเหตุที่ปริมาณนำเข้าแข่งมันสำปะหลังของสหรัฐอเมริกาคงน้อยเอง จึงมีผลกระทบต่อภาวะการค้าแข่งมันสำปะหลังของไทยเป็นอย่างมาก มูลค่าส่งออกแข่งมันสำปะหลังของไทยไปสหรัฐอเมริกาเริ่มตั้งแต่ปี ๒๕๑๑ เป็นต้นมา เริ่มลดลงตามลำดับ ปี ๒๕๑๖ มูลค่าแข่งมันสำปะหลังที่ไทยส่งไปขายสหรัฐอเมริกาคิดเป็นร้อยละ -

(๘) ค่าเฉลี่ยของปี ๒๕๐๖ - ๒๕๑๐ จากตารางที่ ๒๐

(๙) สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย, รายงานประจำปี ๒๕๑๕

(๑๐) Truman P. Phillips, Cassava Utilization and Potential Markets, International Development Trade, Canada 1974.

๔.๑ ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด นับว่าเป็นตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญเป็นอันดับที่ ๔ รองจากประเทศเนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก และญี่ปุ่น

แป้งมันสำปะหลังที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจะถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การผลิตกระดาษ การทำเบียร์ การทอผ้า และผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง เป็นต้น การขยายตัวของอุตสาหกรรมดังกล่าวเหล่านี้จะมีผลทำให้ความต้องการใช้แป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ดี เนื่องจากแป้งข้าวโพคซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้แทนแป้งมันสำปะหลังได้เป็นอย่างดี มีอัตราการผลิตสูงขึ้นจึงทำให้การค้าแป้งมันสำปะหลังประสบปัญหาในด้านการแข่งขันจากแป้งข้าวโพคมากที่สุด โดยปรากฏว่า - สหรัฐอเมริกาได้ลดปริมาณนำเข้าลงเรื่อย ๆ เนื่องจากสหรัฐอเมริกาคือตลาดที่สำคัญของการค้าแป้งมันสำปะหลังของโลก เพราะฉะนั้นการลดปริมาณนำเข้าลงของสหรัฐอเมริกาจึงมีผลกระทบกระเทือนอย่างยิ่งต่อการค้าแป้งมันสำปะหลังของประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะไทย ซึ่งเป็นประเทศที่ส่งแป้งมันสำปะหลังไปขายที่ - สหรัฐอเมริการมากที่สุด

๒.๓.๔. ญี่ปุ่น ปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นตลาดแป้งมันสำปะหลังที่สำคัญของไทย - รองจากสหรัฐอเมริกา จากการวิเคราะห์ตัวเลขปริมาณนำเข้าตั้งแต่ ปี ๒๕๐๖ เป็นต้นมา ปรากฏว่าปริมาณนำเข้าแป้งมันสำปะหลังของญี่ปุ่นไม่สม่ำเสมอ โดยขึ้นอยู่กับนโยบายด้านการค้าของรัฐบาล กล่าวคือ ญี่ปุ่นมีนโยบายจำกัดปริมาณนำเข้าแป้งมันสำปะหลัง เพราะรัฐบาลญี่ปุ่นต้องการที่จะส่งเสริมการใช้แป้งมันฝรั่งซึ่งผลิตได้ในภายในประเทศ แต่อย่างไรก็ดี ญี่ปุ่นไม่สามารถผลิตแป้งได้เพียงพอกับความต้องการใช้ภายในประเทศ เนื่องจากเนื้อที่เพาะปลูกจำกัด ในปีหนึ่ง ๆ ญี่ปุ่นต้องสั่งแป้งจากประเทศต่าง ๆ มาใช้เป็นปริมาณมาก

ปัจจุบันแป้งที่มีบทบาทสำคัญในตลาดของญี่ปุ่นได้แก่ แป้งมันสำปะหลัง แป้งข้าวโพค และแป้งมันฝรั่ง จากการเปรียบเทียบราคาแป้งทั้ง ๓ ชนิด ในปี ๒๕๑๕

- ๒๕๑๖ ปรากฏว่า

แป้งมันสำปะหลัง	ราคา ๕๐	เหรียญสหรัฐอเมริกา	ต่อ เมตริกตัน
แป้งข้าวโพค	ราคา ๑๒๐	เหรียญสหรัฐอเมริกา	ต่อ เมตริกตัน
แป้งมันฝรั่ง	ราคา ๒๓๐	เหรียญสหรัฐอเมริกา	ต่อ เมตริกตัน (๑๑)

ระหว่างปี ๒๕๑๕ - ๒๕๑๖ ญีปุ่นจำกัดปริมาณนำเข้าแป้งมันสำปะหลังไว้เพียง ๕๐,๐๐๐ เมตริกตัน รวมทั้งมีการกำหนดโควตา และเงื่อนไขในการนำเข้าแป้งข้าวโพคด้วย กล่าวคือ ผู้ที่มีสิทธิที่จะได้รับใบอนุญาตการนำเข้าแป้งข้าวโพคนั้น จะต้องซื้อแป้งมันฝรั่งซึ่งผลิตภายในประเทศในปริมาณ ๑ : ๑ เพราะฉะนั้น โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ต้องการใช้แป้งข้าวโพคจึงจำเป็นต้องซื้อแป้งมันฝรั่งซึ่งมีราคาสูงที่สุดด้วย เพื่อที่จะมีสิทธิที่จะได้รับใบอนุญาตนำเข้าแป้งข้าวโพคจากนโยบายดังกล่าวนี้ชี้ให้เห็นว่ารัฐบาลญีปุ่นไม่สนับสนุนบรรดาโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่จะเลือกซื้อแป้งมันสำปะหลังซึ่งมีราคาถูกกว่า จึงทำให้ปริมาณนำเข้าแป้งมันสำปะหลังของญีปุ่นไม่สูงเท่าที่ควรจะเป็น แต่อย่างไรก็ดีญีปุ่นก็นับว่าเป็นตลาดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญของไทย ในปี ๒๕๑๖ ญีปุ่นสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากไทยเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ ๗.๒ ของมูลค่าส่งออกของไทยทั้งหมด

เนื่องจากผลการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของญีปุ่นมีอิทธิพลต่อนโยบายการนำเข้าแป้งมันสำปะหลัง จึงทำให้เป็นการยากที่จะคาดคะเนภาวะตลาดแป้งมันสำปะหลังในอนาคตของญีปุ่นได้แน่นอน ในขณะที่ญีปุ่นมีที่ท่าว่าจะยังคงจำกัดการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังต่อไป แต่อย่างไรก็ดีเนื่องจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในญีปุ่นขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งย่อมจะมีผลทำให้ความต้องการใช้แป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพราะฉะนั้นในอนาคต นโยบายการจำกัดปริมาณนำเข้าแป้งมัน-

---

(๑๑) Truman P. Phillips, เรื่องเดิม

สำปะหลังของญี่ปุ่นอาจต้องเปลี่ยนไป

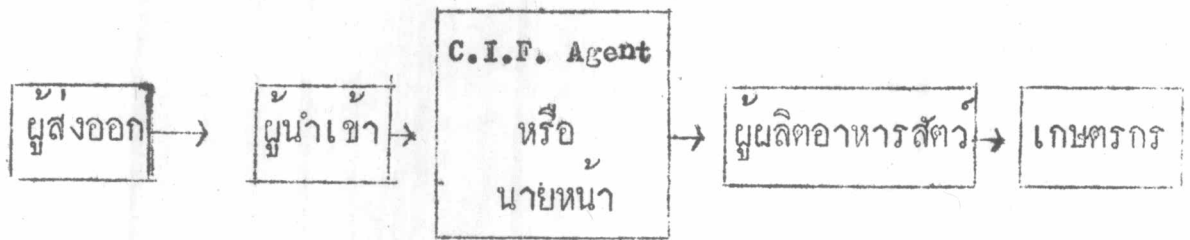
๒.๔ ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปสู่ตลาดต่างประเทศ

การดำเนินการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (ตามรูปที่ ๘) เริ่มต้นจากผู้นำเข้าซึ่งได้แก่ เนเธอร์แลนด์ และเยอรมันตะวันตก จะทำการติดต่อกับผู้ส่งออกของไทยเพื่อทำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง สำหรับผู้ส่งออกนี้อาจแบ่งออกได้เป็น ๒ ประเภท คือ ตัวแทนผู้ส่งออก ซึ่งจะเป็นผู้รวบรวมผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากผู้ผลิตรายย่อยๆ จนได้ปริมาณตามที่ต้องการแล้ว จึงจัดส่งให้ผู้ซื้อในต่างประเทศในรูปของมันสำปะหลังอัดเม็ดพื้นเมือง ตัวแทนผู้ส่งออกเหล่านี้จะเป็นผู้ที่รู้ความเคลื่อนไหวของตลาดเป็นอย่างดี บางรายมีเรือบรรทุกสินค้าเอง อีกประเภทหนึ่งคือ ผู้ผลิตรายใหญ่ ๆ ซึ่งจะส่งมันสำปะหลังอัดเม็ดไปจำหน่ายต่างประเทศโดยตรง โดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง การตกลงราคานิคมซื้อขายตามราคา ซี.ไอ.เอฟ. ( C.I.F. ) เมื่อสินค้าถึงท่าเรือปลายทาง ผู้นำเข้าจะไปรับสินค้า - จากเรือ และทำหน้าที่เก็บรักษาสินค้าไว้เพื่อรอเวลาที่จะขายให้ผู้ซื้อรายใหญ่ ๆ ต่อไป ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเหล่านี้คือบรรดาโรงงานผลิตอาหารสัตว์ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะจัดตั้งในรูปของบริษัทเอกชนหรือรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นสหกรณ์ โรงงานผลิตอาหารสัตว์จะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากผู้นำเข้าโดยตรง แต่จะทำการซื้อผ่านคนกลางซึ่งเรียกว่า C.I.F. Agent หรือ นายหน้า ( Broker ) คนกลางจะไ้รับค่านายหน้าเป็นค่าตอบแทนจากการติดต่อซื้อขายและทำหน้าที่รวบรวมผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งให้กับโรงงานผลิตอาหารสัตว์ตามปริมาณและคุณภาพที่ระบุมา ในการซื้อขายโดยวิธีนี้คนกลางจะไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ขายและ - อำนาจในการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับโรงงานผลิตอาหารสัตว์ โรงงานผลิตอาหารสัตว์จะนำผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมาผสมกับสารอาหารจำพวกโปรตีนเพื่อผลิตเป็น-

อาหารสัตว์ตามสูตรที่คำนวณไว้ แล้วขายให้ชาวไร่นำไปใช้เลี้ยงสัตว์ต่อไป

รูปที่ ๕

ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปสู่ตลาดต่างประเทศ



๒.๕ ระเบียบวิธีการส่งออก

ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังซึ่งได้แก่ มันสำปะหลังอัดเม็ด มันสำปะหลังแห้ง มันสำปะหลังป่น และกากมันสำปะหลัง แต่ไม่รวมแป้งมันสำปะหลัง เป็นสินค้าที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดให้เป็นสินค้ามาตรฐาน ผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. ๒๕๐๓ และระเบียบข้อบังคับว่าด้วยผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐานซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. ๒๕๐๓ มีสาระสำคัญพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

๑. ผู้ทำการค้าขาออกจะส่งหรือนำสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังออกนอกราชอาณาจักรทางศุลกากรที่รัฐมนตรีกำหนดจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากระทรวงพาณิชย์

๒. มีเงินทุนตามที่จดทะเบียนเป็นบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือจดทะเบียนพาณิชย์ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท



๓. จะต้องเป็นสมาชิกของสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย

๔. ในการส่งออก ผู้ส่งออกจะต้องจัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้าต่อคานศุลกากรที่รัฐมนตรีกำหนด

การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่งออก

กระทรวงพาณิชย์ได้ออกประกาศกระทรวง ลงวันที่ ๒๘ มีนาคม ๒๕๐๔ เรื่องกำหนดใหม่มันสำปะหลังป่นเป็นสินค้ามาตรฐาน กำหนดมาตรฐานสินค้า กำหนดคานศุลกากรที่ผู้ส่งหรือนำมันสำปะหลังออกนอกราชอาณาจักรต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้า การตรวจสอบและออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าโดยเริ่มบังคับตั้งแต่วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๐๕ เป็นต้นไป ต่อมากระทรวงเศรษฐกิจได้ออกประกาศกระทรวง ลงวันที่ ๑๖ มกราคม ๒๕๐๖ เรื่องมาตรฐานมันสำปะหลังป่น (ฉบับที่ ๒) ซึ่งเป็นการแก้ไขรายละเอียดของมาตรฐานสินค้ามันสำปะหลังป่น และในปีเดียวกันได้ออกประกาศกระทรวงโดยกำหนดใหม่มันสำปะหลังแห้งเป็นสินค้ามาตรฐานควยเพิ่มเติมอีกฉบับหนึ่ง ซึ่งเริ่มใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๑ กันยายน ๒๕๐๖ เป็นต้นไป นับตั้งแต่เริ่มการควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในปี ๒๕๐๕ เป็นต้นมา จนถึงปี ๒๕๑๓ ซึ่งผู้ประกอบการตรวจสอบเป็นผู้ทำการตรวจสอบมาตรฐานสินค้ามันสำปะหลัง และสภาพการค้าเป็นผู้ออกใบรับรองนั้น มีข้อสังเกตว่า ผู้ซื้อและผู้ขายผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในตลาดต่างประเทศใฝ่เรียนเรื่องสินค้ามีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้อยู่เสมอ เพื่อที่จะปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ส่งออกมีมาตรฐานดีขึ้น กระทรวงเศรษฐกิจจึงได้มอบหมายให้สำนักงานมาตรฐานสินค้าเป็นผู้ทำการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังแต่ผู้เดียวตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๑๔ เป็นต้นมา กระทรวงเศรษฐกิจได้ออกประกาศกระทรวง ลงวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๑๔ เรื่องมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง โดยให้ยกเลิกประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ ลงวันที่ ๒๘ มีนาคม ๒๕๐๔ เรื่องมันสำปะหลังฉบับก่อน ๆ ทั้งหมด และ

กำหนดให้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นสินค้ามาตรฐานตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๑๕ เป็นต้นไป ต่อมากระทรวงพาณิชย์ได้ออกประกาศ ลงวันที่ ๑๘ เมษายน ๒๕๑๖ เรื่องมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (ฉบับที่ ๒) ให้ยกเลิกขอความในข้อ ๕ และข้อ ๖ แห่งประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ ลงวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๑๔ เกี่ยวกับอัตราค่าบริการการตรวจสอบและการออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และให้ใช้ขอความที่ออกประกาศใหม่แทน ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๑๖ เป็นต้นไป สำหรับการตรวจสอบมาตรฐานสินค้านั้น กระทรวงพาณิชย์ได้แก้ไขระเบียบใหม่ โดยได้ออกประกาศกระทรวงพาณิชย์ ลงวันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๑๖ อนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบมาตรฐานสินค้า เป็นผู้ตรวจสอบ และให้สภาหอการค้าเป็นผู้ออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าได้ใหม่อีกครั้ง โดยมีเงื่อนไขว่า หากผู้ซื้อต้องการให้ผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบมาตรฐานสินค้า เป็นผู้ตรวจสอบให้ระบุไว้ในสัญญาซื้อขาย หรือเด็ดขาดหรือเฉพาะคดีด้วย หากในสัญญาซื้อขายหรือเด็ดขาดหรือเฉพาะคดีมิได้ระบุให้บริษัทผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบมาตรฐานสินค้าใดเป็นผู้ตรวจสอบ สำนักงานมาตรฐานสินค้าจะเป็นผู้ตรวจสอบ - มาตรฐานสินค้าที่จะส่งออกในรายนั้น และเป็นผู้ออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าด้วย

ประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ

เรื่อง มาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้า  
ขาออก พ.ศ. ๒๕๐๓ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ ออกประกาศไว้  
ดังนี้คือ

ข้อ ๑. ให้ยกเลิกประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ ลงวันที่ ๒๘ มีนาคม

๒๕๐๕ เรื่อง มาตรฐานมันสำปะหลังป่น ประกาศกระทรวงเศรษฐการ ลงวันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๐๖ เรื่อง มาตรฐานมันสำปะหลังแห้ง และประกาศกระทรวงเศรษฐการ ลงวันที่ ๑๖ มกราคม ๒๕๐๖ เรื่อง มาตรฐานมันสำปะหลังป่น (ฉบับที่ ๒)

ข้อ ๒. ให้กำหนดผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นสินค้ามาตรฐาน

ข้อ ๓. ให้กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไว้ตามรายละเอียด-  
ต่อท้ายประกาศนี้

ข้อ ๔. ให้คานสุลกากรกรุงเทพฯ คานสุลกากรท่าฉลอม จังหวัดจันทบุรี และคานสุลกากรคลองใหญ่ จังหวัดตราด เป็นคานสุลกากรที่ผู้ส่งหรือผู้นำผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังออกนอกราชอาณาจักรต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้า

ข้อ ๕. ให้กำหนดอัตราค่าบริการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไว้ดังต่อไปนี้

(๑) ปริมาณ ๕๐ เมตริกตันแรก หรือน้อยกว่า ไม่เกิน ๑๒๕ บาท

(๒) ปริมาณเกิน ๕๐ เมตริกตัน เฉพาะส่วนที่เกิน ๕๐ เมตริกตันแรก เมตริกตันละไม่เกิน ๒ บาท

(๓) ค่าบริการการตรวจสอบมาตรฐานโดยการวิเคราะห์ตัวอย่าง ตัวอย่างละไม่เกิน ๑๕๐ บาท

ข้อ ๖. ให้กำหนดอัตราค่าบริการการออกใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ดังต่อไปนี้

(๑) ปริมาณ ๕๐ เมตริกตันแรกหรือน้อยกว่า ไม่เกิน ๑๐ บาท

(๒) ปริมาณเกิน ๕๐ เมตริกตัน เฉพาะส่วนที่เกิน ๕๐ เมตริกตันแรก

เมตริกตันละไม่เกิน ๐.๒๐ บาท

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๑๕ เป็นต้นไป

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษ เล่มที่ ๘๘ ตอนที่ ๑๑๒ วันที่ ๒๒ ตุลาคม ๑๕)

### มาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

#### ข้อ ๑. คำนิยาม

(๑) " ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง " หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการแปรรูปหัวมันสำปะหลัง ไม่ว่าจะมียุติกรรมแปรรูปหรือเป็น ชิ้น แผ่น ก้อน แท่ง เม็ด หรือลักษณะอื่นใด รวมตลอดถึงกากมันสำปะหลัง แต่ไม่หมายความรวมถึงแป้งมันสำปะหลัง

(๒) " กากมันสำปะหลัง " หมายความว่า ส่วนของหัวมันสำปะหลังที่เหลือเป็นกากจากการทำแป้งมันสำปะหลัง

(๓) " วัตถุอื่น " หมายความว่า วัตถุที่ไม่ใช่ส่วนประกอบตามธรรมชาติของหัวมันสำปะหลัง

#### ข้อ ๒. ให้กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไว้ดังต่อไปนี้

(๑) มีแป้งไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐.๐ ของน้ำหนัก หรือแป้งรวมทั้งการโบไฮเดรทที่ละลายในน้ำไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐.๐ ของน้ำหนัก

(๒) มีเส้นใยของหัวมันสำปะหลังไม่เกินร้อยละ ๕.๐ ของน้ำหนัก

(๓) มีความชื้นไม่เกินร้อยละ ๑๔.๐ ของน้ำหนัก เว้นแต่ในระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงกันยายน ไม่เกินร้อยละ ๑๔.๓ ของน้ำหนัก

(๔) ไม่มีวัตถุอื่นเจือปน เว้นแต่หินทรายที่ติดมากับหัวมันสำปะหลังตามสภาพปกติไม่เกินร้อยละ ๓.๐ ของน้ำหนัก หรือในกรณีที่มีการผสมกาก - น้ำตาล กากน้ำตาลนั้นต้องมีปริมาณไม่เกินร้อยละ ๓.๐ ของน้ำหนัก

(๕) ไม่มีกลิ่นและสีผิดปกติ

(๖) ไม่บูด เน่า หรือขึ้นรา

(๗) ไม่มีแมลงที่ยังมีชีวิตอยู่

ข้อ ๓. ในกรณีที่เกี่ยวกับกากมันสำปะหลัง ให้มีการซื้อขายตามตัวอย่าง หรือข้อตกลงใด แต่คุณภาพของกากมันสำปะหลังนั้น ต้องไม่ต่ำกว่าตัวอย่างหรือข้อ - ตกลง และสำนักงานมาตรฐานสินค้าได้เห็นชอบแล้ว

ข้อ ๔. วัตถุที่ใช้ในการบรรจุ ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ต้องเป็น กระจกหรืออยู่ในสภาพเรียบร้อย เหมาะสำหรับการส่งออก ไม่ขาด ไม่รั่ว ไม่มีกลิ่น เหม็น และต้องเย็บปากกระสอบให้แน่นควยเชือกป่านเย็บกระสอบสองเส้นคู่ เย็บ - ไปและกลับเที่ยวละไม่น้อยกว่า ๑๑ เข็ม

ประกาศกระทรวงพาณิชย์  
เรื่อง มาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง  
(ฉบับที่ ๒)

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าฯ  
ออก พ.ศ. ๒๕๐๓ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ให้ยกเลิกความในข้อ ๕. แห่งประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ

เรื่อง มาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ลงวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๑๔ และให้ใช้ความ  
ต่อไปนี้แทน

" ข้อ ๕. ให้กำหนดอัตราค่าบริการการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์มัน  
สำปะหลังไว้ดังต่อไปนี้

- (๑) ปริมาณ ๕๐ เมตริกตัน หรือน้อยกว่า ไม่เกิน ๒๕๐ บาท
- (๒) ส่วนที่เกิน ๕๐ เมตริกตันแรก เมตริกตันละไม่เกิน  
๔ บาท
- (๓) ค่าบริการการวิเคราะห์ตัวอย่าง ตัวอย่างละไม่เกิน  
๓๐๐ บาท

ข้อ ๖ ให้ยกเลิกความในข้อ ๖. แห่งประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์  
เรื่อง มาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ลงวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๑๔ และให้ใช้ความ  
ต่อไปนี้แทน

" ข้อ ๖. ให้กำหนดอัตราค่าบริการการออกใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์  
มันสำปะหลังไว้ดังต่อไปนี้

- (๑) ปริมาณ ๕๐ เมตริกตัน หรือน้อยกว่า ไม่เกิน ๒๐ บาท
- (๒) ส่วนที่เกิน ๕๐ เมตริกตันแรก เมตริกตันละไม่เกิน  
๔๐ สตางค์ "

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๑๖ เป็นต้นไป

(ประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๙๐ ตอนที่ ๔๘ วันที่ ๔ พฤษภาคม ๒๕๑๖