

## บทที่ 2

อุปทาน อุปสงค์ การส่งออกและการนำเข้ายางพาราของประเทศไทย การตลาดยางพาราตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า และความพร้อมของสินค้ายางพาราของไทยในการเข้าสู่ตลาดซื้อขายล่วงหน้า

ในบทนี้จะกล่าวถึง อุปทาน อุปสงค์ การส่งออก การนำเข้า ของยางพารา ความพร้อมของสินค้ายางพาราในการเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า และ ตลาดล่วงหน้าของประเทศไทย

### 2.1 อุปทาน

#### อุปทานภายในประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตยางธรรมชาติได้โดยประมาณร้อยละ 30 ของผลผลิตยางธรรมชาติในโลก ซึ่งผลผลิตดังกล่าวนี้ได้มาจากแหล่งผลิตทางภาคใต้ของประเทศประมาณร้อยละ 90 และในส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 มาจากแหล่งผลิตทางภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ ภาคเหนือ

แหล่งผลิตยางส่วนใหญ่ในประเทศเมื่อนำมาแบ่งเป็นภาคต่าง ๆ ภาคใต้จะเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญซึ่งผลผลิตที่ได้มาจาก 14 จังหวัดคือ จังหวัด สงขลา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี ตรัง นราธิวาส ยะลา กระบี่ พังงา พัทลุง ปัตตานี สตูล ชุมพร ภูเก็ต และ ระนอง

ภาคตะวันออก 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด ระยอง จันทบุรี ตราด ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก และ สระแก้ว

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 19 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด บุรีรัมย์ อุดรธานี หนองคาย นครพนม เลย ศรีสะเกษ สุรินทร์ หนองบัวลำภู สกลนคร มุกดาหาร อุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ ขอนแก่น ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ มหาสารคาม นครราชสีมา และชัยภูมิ

ภาคเหนือ 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด เพชรบูรณ์ ตาก พิษณุโลก แพร่ สุโขทัย อุตรดิตถ์ เชียงราย และพะเยา

ผลผลิตของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2535 - 2540 มีแนวโน้มสูงขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.06 ต่อปี จาก 1.71 ล้านตันในปีการผลิต 2536 เป็น 2.21 ล้านตันในปี 2541(ข้าวเศรษฐกิจการเกษตร, 2541) แสดงในตาราง 1 สำหรับแนวทางการผลิต ปี 2542/2543 การผลิต 2.227 ล้านตัน เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 1.41 ต่อเนื่องจากปี 2542 (ข้าวเศรษฐกิจการเกษตร, 2542)

ตาราง 1 พื้นที่เพาะปลูก ผลผลิต และ ผลผลิตต่อไร่ของไทยปี 2535-2541

ปี	พื้นที่ปลูก (ล้านไร่)	ร้อยละของการ เปลี่ยนแปลง	ผลผลิต (ล้านตัน)	ร้อยละการเปลี่ยน แปลง	พื้นที่ให้ผลผลิต (ล้านไร่)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2535	11.12	1.50	1.71	9.30	8.89	193.00
2536	11.21	0.80	1.81	5.78	9.07	200.00
2537	11.31	0.85	1.99	9.77	9.21	216.00
2538	11.38	0.60	2.06	3.67	9.35	221.00
2539	11.45	0.62	2.12	2.91	9.50	223.00
2540	11.45	0.07	2.17	2.22	9.55	227.00
2541	11.49	0.34	2.21	1.80	9.60	230.00

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541.

### อุปทานยางพาราโลก

ผลผลิตยางธรรมชาติของโลก ร้อยละ 70 มาจากแหล่งผลิตที่สำคัญ คือ ไทย กัวลาลัมเปอร์ และ อินโดนีเซีย ซึ่งมีสภาพภูมิศาสตร์ และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมในการปลูกยางประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตยางธรรมชาติได้มากจนติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศที่มีการผลิตยางพารามากที่สุดของโลกโดยเฉพาะยางแผ่นรมควัน ในช่วงปี 2535-2539 ประเทศไทยมีอัตราการผลิตรายตัวประมาณร้อยละ 3.154 ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีอัตราการขยายตัวของผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.142 ต่อปี สำหรับประเทศมาเลเซียที่นั่นศักยภาพในการผลิตเริ่มลดลง โดยมีอัตราการขยายตัวของผลผลิตลดลงร้อยละ 1.557 ต่อปี เนื่องจากขาดแคลนน้จ๊วยแรงงาน เกษตรกรจึงได้ลดพื้นที่การปลูกลงและหันมาเน้นการใช้ยางภายในประเทศให้มากขึ้น

ผลผลิตยางธรรมชาติของโลกในช่วงปี พ.ศ. 2536-2540 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.969 จาก 5.34 ล้านตันในปี 2536 เป็น 6.36 ล้านตันในปี 2540 แสดงในตา

ราง 2 เนื่องจากประเทศไทย อินโดนีเซีย และประเทศที่ผลิตยางใหม่ ๆ เช่น เวียดนาม มีศักยภาพมากขึ้นทางการผลิต

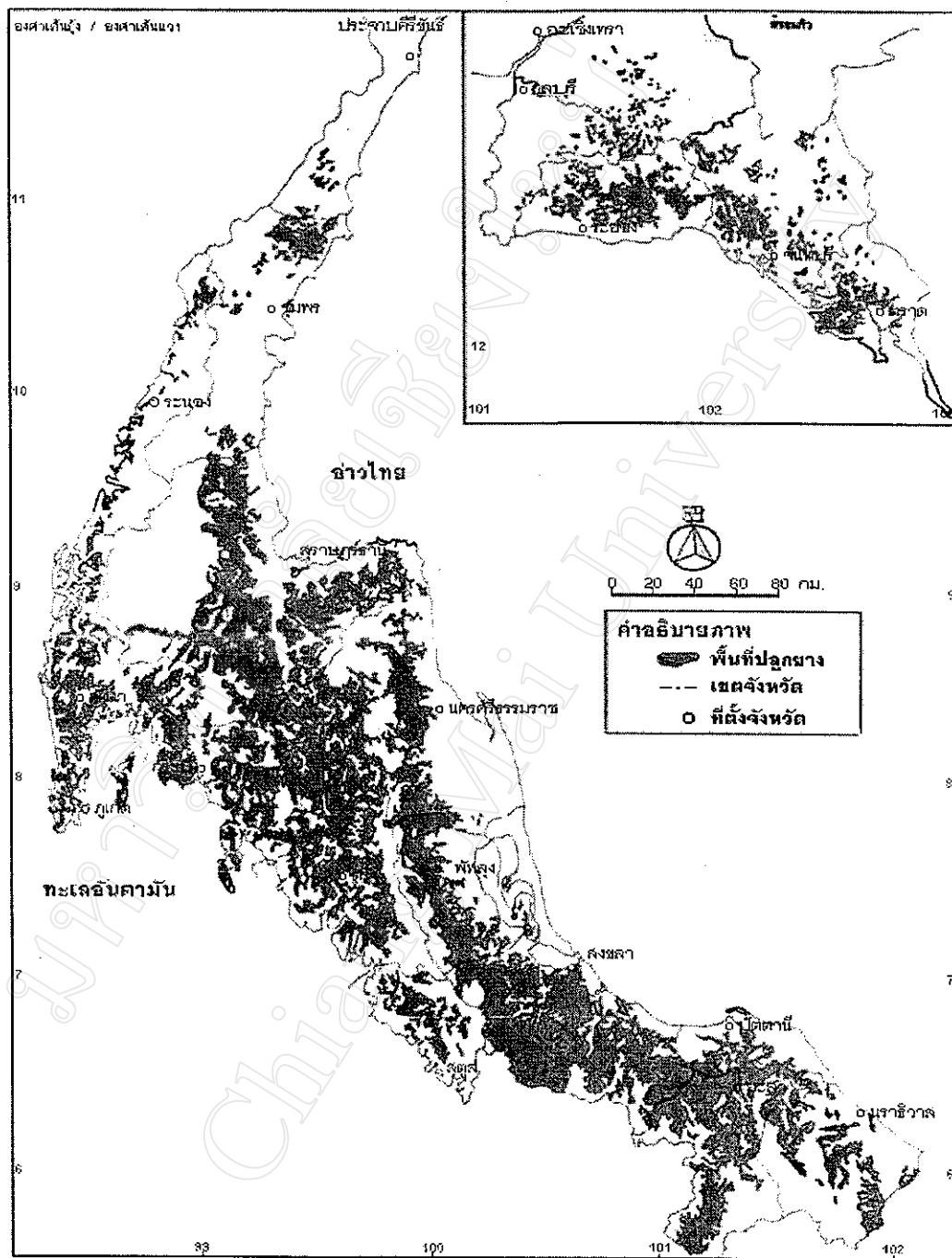
ตาราง 2 ผลผลิตยางธรรมชาติของโลก ปี 2534-2540

หน่วย : พันตัน

ปี	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540
ไทย	1340.8	1531	1551.4	1722.4	1875	1900	1920
อินโดนีเซีย	1284	1387	1301.3	1360.8	1377	1395	1610
กัวลาลัมเปอร์	1255.7	1173.2	1074.3	1100.6	1200	1150	1072
อินเดีย	360.2	38300	428.1	464	475	490	550
จีน	296.4	309	326	341	350	385	480
ฟิลิปปินส์	59.6	56.9	56	58	60	62	61
ศรีลังกา	103.9	106.1	104.2	105.3	110	114	109
ไนจีเรีย	155.7	110	105	95	95	95	93
อื่น	373.7	403.8	393.7	472.9	485	495	470
รวม	5230	5460	5340	5720	6027	6086	6365

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

ภาพ 3 พื้นที่ปลูกยางในเขตภาคใต้



## 2.2 อุปสงค์

### ความต้องการภายในประเทศไทย

ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศส่วนใหญ่จะใช้ในอุตสาหกรรมที่ใช้ยางเป็นวัตถุดิบ ประมาณร้อยละ 40 ของความต้องการภายในประเทศทั้งหมดใช้ในอุตสาหกรรมผลิตยางล้อเครื่องบิน ยางรถยนต์ชนิดต่าง ๆ รองลงมาคือถุงมือยางมีความต้องการใช้ร้อยละ 13 ยางรัดของมีความต้องการใช้ร้อยละ 12 ยางยึดมีความต้องการใช้ร้อยละ 9 ยางรถจักรยาน-ยางรถจักรยานยนต์มีความต้องการใช้ร้อยละ 7 รองเท้ามีความต้องการใช้ร้อยละ 5 อะไหล่รถยนต์ และ อื่น ๆ มีความต้องการใช้ร้อยละ 11

ในช่วงปี 2536-2539 ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 10.83 จาก 130,236 ตันในปี 2536 เป็น 190,000 ตัน ในปี 2540 อุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวมากที่สุดในการใช้ยางในปี 2539 คืออุตสาหกรรมยางยึด มีอัตราการขยายตัวสูงสุดคือประมาณร้อยละ 20.90 รองลงมาคืออุตสาหกรรมผลิตยางรถจักรยาน-จักรยานยนต์มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 17.16 ยางรถยนต์ชนิดต่าง ๆ ยางล้อเครื่องบิน และถุงมือยาง มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 9.74 และ 5.65 ตามลำดับ ในขณะที่อุตสาหกรรมรองเท้ามีแนวโน้มใช้ยางธรรมชาติลดลงร้อยละ 1.76 เนื่องจากต้นทุนที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น ประเทศจีน ทำให้ไม่สามารถผลิตรองเท้าแข่งขันกับประเทศจีนได้ในตลาดโลก จึงทำให้การผลิตลดลง แสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ความต้องการบริโภคยางธรรมชาติภายในประเทศใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ปี 2535 - 2539

หน่วย : พันตัน

ปี	2535	2536	2537	2538	2539	อัตรา การเจริญเติบโต
ยางรถยนต์ชนิดต่างๆ	50.597	50.673	55.438	66.744	70.175	9.74
ถุงมือยาง	16.882	19.796	18.057	19.8	22.218	5.65
ยางรัดของ	11.902	13.088	10.925	14.673	21.832	14.20
รองเท้า	8.678	9.346	6.709	7.331	8.965	-1.76
ยางรถจักรยาน	6.342	9.367	10.306	11.499	12.637	17.16
ยางยืด	6.824	10.393	12.002	12.249	16.233	20.90
อะไหล่รถยนต์	3.795	4.215	4.432	3.408	4.48	1.20
อื่นๆ	13.352	13.358	14.326	17.455	17.131	7.96
รวม	118.372	130.236	132.195	153.159	173.671	38.15

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

ความต้องการใช้ยางธรรมชาติแยกตามชนิด พบว่ามีการใช้น้ำยางขึ้นเพิ่มมากขึ้นในอัตราประมาณร้อยละ 12.74 จาก 23,749 ตัน ในปี 2535 เป็น 39,105 ตันในปี 2539 ในขณะที่ยางแผ่นรมควันที่ประเทศไทยผลิตได้มากที่สุด ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศมีการขยายตัวเพียงร้อยละ 7.07 จาก 37,488 ตันในปี 2535 เป็น 48,567 ตันในปี 2539 ทางด้านยางแท่งมีอัตราการขยายตัวในอัตราร้อยละ 13.09 จาก 37,407 ในต้นปี 2535 เป็น 62,718 ในต้นปี 2539 แสดงในตาราง 4

ตาราง 4 ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศ แยกตามประเภทปี 2535 -2539

หน่วย : พันตัน

ปี	2535	2536	2537	2538	2539	อัตราการเจริญเติบโต
ยางแผ่นรมควัน	37.488	39.643	40.34	46.771	48.567	7.07
ยางแท่ง	37.407	39.187	39.968	47.691	62.718	13.09
ยางเครฟ	8.875	10.139	7.918	9.331	8.818	-0.96
น้ำยางข้น	23.749	29.076	32.736	35.583	39.105	12.74
ยางแผ่นผึ่งแห้ง	5.531	6.669	6.978	7.3	7.15	6.22
ยางสถิม	0.931	0.954	0.805	2.308	3.11	39.04
อื่น ๆ	4.39	4.566	3.05	4.175	4.203	1.75
รวม	118.371	130.234	131.795	153.159	173.671	

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

ในช่วงปี 2535 - 2539 ความต้องการใช้ยางของโลก มีอัตราการขยายตัวเพียงเล็กน้อย ประมาณร้อยละ 3.556 จาก 5.390 ล้านตันในปี 2535 เป็น 6.130 ล้านตันในปี 2539 เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกในปี 2535 และขยายตัวเต็มที่ในปี 2537 จนกระทั่งในปี 2539 เกิดการถดถอยของภาวะเศรษฐกิจโลกทำให้เกิดการหดตัวของการใช้ยางของโลก แสดงในตาราง 5

ตาราง 5 การใช้ยางธรรมชาติของโลก ปี 2535 - 2540

หน่วย : พันตัน

ปี	2535	2536	2537	2538	2539	2540*
สหรัฐอเมริกา	910.2	966.7	1011.7	1003.9	1001.7	720.3
ญี่ปุ่น	685.4	631	639.8	692	714.5	483.1
สาธารณรัฐประชาชนจีน	640	650	725	732	810	635
อินเดีย	404.6	443.9	472.9	516.5	558.2	374.1
สาธารณรัฐเกาหลี	275.6	271	290	307	300	200
กัวลาลัมเปอร์	248.6	268.6	292.2	327.4	357.4	214.7
เยอรมนี	121.8	174.9	178	207	193	137
ฝรั่งเศส	179	268.5	179.8	179	182.2	123.1
ไต้หวัน	115	109	105	103	96	69
บราซิล	119.4	125	132	140	145	99
อื่นๆ	1599.4	1581.4	1623.6	1702.2	1772.8	1324.7
รวม	5390	5390	5640	5910	6133.8	4382

หมายเหตุ : \* การใช้ยางตั้งแต่เดือน มกราคม - สิงหาคม 2540

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

### 2.3 การส่งออกและการนำเข้ายางพาราของประเทศไทย

#### การส่งออกของประเทศไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2539 ประเทศไทยมีแนวโน้มในการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 จาก 1.454 ล้านตันในปี 2535 เป็น 1.922 ล้านตันในปี 2539 ปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในปี 2539 เนื่องจากราคาขางในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงจากปี 2538 มาก ประเทศผู้ใชยางจะสั่งซื้อยางเพื่อนำเข้าไปเก็บในสต็อกก่อนทำการผลิต ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน กัวลาลัมเปอร์ และ สาธารณรัฐเกาหลี จะทำการสั่งซื้อมากในช่วงเวลาดังกล่าว



สัดส่วนการส่งออกยางแผ่นรมควันในปี 2535 คิดเป็นร้อยละ 75 ของปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติทั้งหมดมีสัดส่วนการส่งออกที่ลดลงเป็นร้อยละ 62 ของปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติทั้งหมดในปี 2539 ในขณะที่การส่งออกยางแท่งของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นร้อยละ 16 ในปี 2535 เป็นร้อยละ 18 ในปี 2539 ต่อเนื่องไปยังปี 2540 ภาวะเศรษฐกิจโลกตึงตัว ภาวะการส่งออกยางจึงชะลอตัวในปี 2540 โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่ทำการสั่งซื้อยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยได้หันไปสั่งซื้อยางแท่งจากประเทศอินโดนีเซียแทน

มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ยาง และผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารา ของไทย ปี 2542 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 98,733.3 ล้านบาท โดยแยกเป็นมูลค่าส่งออกยาง 43,941.7 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์ยาง 33,109.5 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารา 21,681.1 ล้านบาท การส่งออกยางของไทยปี 2542 ปริมาณรวมทั้งสิ้น 1.788 ล้านตัน แบ่งเป็น ยางแผ่นรมควันจำนวน 1.012 พันตัน ยางแท่ง 511.437 พันล้านตัน น้ำยางข้น 206.748 พันตัน และยางชนิดอื่น ๆ 577.745 พันตัน การส่งออกรวมลดลงเมื่อเทียบกับปี 2541 คิดเป็นร้อยละ 2.77 เมื่อเปรียบเทียบเป็นแต่ละประเภทพบว่า มีการส่งออกยางแท่งเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.45 แสดงในตาราง 6 - ตาราง 7 (สถาบันวิจัยยาง, 2542)

ตาราง 6 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติของไทย แยกตามประเภท ปี 2535 - 2541

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : พันล้านบาท

ปี	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)
ยางแผ่น	1,087.251 (2.7761)	1,040.966 (20.290)	1,101.629 (28.696)	1,068.008 (39.598)	1,197.199 (42.04)	859.106 (26.904)	1,047.152 (31.012)
ยางแท่ง	238.620 (4.909)	230.571 (4.613)	337.796 (7.757)	312.256 (11.650)	346.586 (11.774)	374.077 (11.361)	480.429 (14.493)
น้ำยางข้น	114.518 (1.80)	242.553 (3.966)	232.552 (4.136)	265.804 (6.793)	330.368 (14.460)	286.424 (6.645)	246,439 (8.562)
ยางเครพและอื่น ๆ	13.812 (0.264)	16.667 (0.312)	63.415 (1.231)	57.740 (1.483)	47.889 (1.113)	36.818 (0.759)	65,377 (1.344)

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

ตาราง 7 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติไทย รายประเทศ ปี 2535-2540

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : พันล้านบาท

รายการ	2535	2536	2537	2538	2539	2540*
	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)
ญี่ปุ่น	493.18 (9.84)	480.85 (9.71)	557.60 (12.86)	536.54 (20.14)	521.66 (18.34)	448.33 (14.65)
สาธารณ รัฐประชา ชนจีน	242.11 (4.73)	233.08 (4.62)	77.66 (6.09)	163.62 (5.28)	378.61 (11.13)	238.29 (6.81)
สหรัฐ อเมริกา	162.48 (3.36)	194.53 (3.84)	277.13 (5.63)	238.33 (8.45)	217.92 (7.20)	195.45 (5.80)
เยอรมนี	26.22 (0.43)	26.15 (0.48)	24.30 (0.49)	29.05 (0.82)	26.35 (0.72)	27.41 (0.68)
สิงคโปร์	123.39 (2.37)	68.99 (2.39)	47.48 (1.29)	62.55 (2.26)	53.95 (1.88)	36.83 (1.11)
กัวลาลัม เปอร์	25.81 (0.50)	71.76 (2.23)	113.05 (2.27)	124.01 (3.29)	152.73 (3.90)	138.14 (3.39)
สาธารณ รัฐเกาหลี	82.34 (1.60)	90.91 (2.74)	108.26 (2.62)	99.57 (3.60)	101.90 (3.36)	97.38 (2.76)
ไต้หวัน	48.20 (0.95)	49.05 (0.96)	48.38 (1.27)	44.09 (1.53)	43.91 (1.42)	39.25 (1.15)
ฝรั่งเศส	39.07 (0.81)	90.45 (2.04)	58.79 (1.61)	60.53 (2.26)	61.13 (2.30)	43.67 (1.36)
โปแลนด์	8.20 (0.16)	3.26 (0.08)	10.15 (0.26)	7.01 (0.02)	4.17 (0.15)	1.07 (0.03)
อื่นๆ	206.24 (3.99)	221.93 (4.19)	462.61 (7.63)	337.95 (11.68)	359.71 (18.98)	290.61 (7.93)
รวม	1,457.23 (28.73)	1,530.96 (33.29)	1,785.39 (42.02)	1,703.24 (59.31)	1,922.04 (69.37)	1,556.42 (45.67)

หมายเหตุ : \* เป็นการส่งออกในช่วงเดือน มกราคม - ตุลาคม 2540

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

ปริมาณการส่งออกของไทยในปี 2542 ไปยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ฮองกง ฝรั่งเศส สเปน และ อิตาลี คิดเป็นร้อยละ 86.34 ของการส่งออกทั้งหมด โดยส่งไปญี่ปุ่น ร้อยละ 27.2 จีน ร้อยละ 12.55 สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 12.5 เกาหลีใต้ ร้อยละ 8.46 และกัวลาลัมเปอร์ ร้อยละ 8.44 และเมื่อเปรียบเทียบการส่งออกของไทยในปี 2542 กับปี 2541 แสดงในตาราง 8 พบว่าการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น จีน อเมริกา กัวลาลัมเปอร์ มีปริมาณการส่งออกที่ลดลง

ตาราง 8 ปริมาณการส่งออกเปรียบเทียบกันระหว่างปี 2541-2542

หน่วย : พันตัน

ประเทศ	2541	2542	% เพิ่มขึ้น
ญี่ปุ่น	499.630	486.091	-2.7
สาธารณรัฐประชาชนจีน	237.643	224.429	-5.56
สหรัฐอเมริกา	280.355	223.710	-2.02
สาธารณรัฐเกาหลี	122.582	151.424	23.52
กัวลาลัมเปอร์	179.078	151.028	-15.66
สิงคโปร์	73.184	79.911	9.19
ฮ่องกง	53.946	67.045	24.28
ฝรั่งเศส	57.317	46.907	-18.16
สเปน	47.066	44.921	-4.55
อิตาลี	48.270	42.806	-11.31
อื่น ๆ	240.326	270.162	12.41
รวม	1,839.397	1,788.434	-2.77

ที่มา สถาบันวิจัยยาง, 2542

### การส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญของโลก

กลุ่มประเทศผู้ผลิตยางพาราที่สำคัญ คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย กัวลาลัมเปอร์ ไนจีเรีย ศรีลังกา เวียดนาม กัมพูชา ไซบีเรีย และอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่ทำการผลิตเพื่อส่งออก มีการใช้ภายในประเทศเพียงเล็กน้อย คือประมาณร้อยละ 10 ของที่ผลิตเองทั้งหมด ยกเว้นประเทศจีนที่ผลิตไม่พอต่อการใช้ภายในประเทศ

ปริมาณการส่งออกยางพาราของโลกในช่วงปี 2535-2539 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2.63 ในปี 2539 มีปริมาณส่งออกยางประมาณ 4.45 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจาก 4.23 ล้านตันของปี 2538 ประมาณร้อยละ 5.20

### การนำเข้าของประเทศไทย

ประเทศไทยนำเข้ายางพาราเพียงเล็กน้อยในช่วงปี พ.ศ. 2535 -2539 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย คือประมาณร้อยละ 8.89 จาก 1,133 ตันในปี 2535 ลดลงเหลือ 283 ตันในปี 2537 และเพิ่มขึ้นเป็น 797 ตันในปี 2541 โดยส่วนใหญ่จะนำเข้ายางชั้น ยางเครพ และอื่น ๆ จากประเทศมาเลเซีย แสดงในตาราง 9

ตาราง 9 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางธรรมชาติไทย แยกตามประเภท ปี 2535-2540

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : พันล้านบาท

รายการ	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)
ยางแผ่น	-	-	-	-	0.0071	-	-
	-	-	-	-	(0.00032)	-	-
ยางแท่ง	-	เล็กน้อย	0.0004	0.096	0.020	-	-
	-	-	(0.00036)	(0.00371)	(0.0072)	-	-
น้ำยางข้น	1.132	0.133	0.2798	290.24	0.297	-	-
	(0.03292)	(0.0038)	(0.00707)	(0.00891)	(0.00986)	-	-
ยางเครพ และอื่น ๆ	0.001	0.003	0.0025	0.00214	0.7021	1.344	0.797
	(0.00008)	(0.00030)	(0.00068)	(0.00029)	(0.02053)	(30.568)	(28.501)
รวม	1.133	0.136	0.282	0.388	1.026.55	1.344	0.797
	(0.03301)	(0.0041)	(0.00811)	(0.01291)	(0.03143)	(30.571)	(28.501)

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

ตาราง 10 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้ายางธรรมชาติไทย แยกตามประเทศ ปี 2535-2540

ปริมาณ : พันตัน

มูลค่า : พันล้านบาท

รายการ	2535	2536	2537	2538	2539
	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)	ปริมาณ (มูลค่า)
กัวลาสัมเปอร์	0.439 (0.01113)	0.133 -	0.280 (0.00705)	0.285 (0.00849)	0.799 (0.02762)
ญี่ปุ่น	เล็กน้อย	เล็กน้อย (0.0001)	เล็กน้อย (0.00011)	0.0051 (0.00042)	0.0024 (0.00026)
ศรีลังกา	0.671 (0.02110)	0.001 (0.00004)	- -	- -	- -
อื่น ๆ	0.023 (0.00078)	0.002 (0.00030)	0.003 (0.00095)	0.098 (0.004)	- -
รวม	1.133 (0.03301)	0.136 (0.00418)	0.283 (0.00811)	0.388 (0.01291)	0.8023 (0.0278)

หมายเหตุ : \*เป็นมูลค่าการนำเข้าในเดือน มกราคม-ตุลาคม 2540

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541

#### 2.4 การตลาดยางพารา

##### ก. วิถีตลาดยางของประเทศไทย

การตลาดยางพาราประกอบด้วย ผู้ขาย คือ เจ้าของสวนยาง และคนกรีดยาง ส่วนผู้ซื้อ ได้แก่ พ่อค้ายางระดับต่าง ๆ ตั้งแต่พ่อค้ายางระดับหมู่บ้าน พ่อค้าในตำบล อำเภอ จังหวัด โรงรถคว้นยาง และ ผู้ส่งออก แสดงในแผนภาพ 4 และเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายแล้ว ผู้ซื้อมีจำนวนน้อย

การตลาดยางแผ่นเริ่มต้นที่ชาวสวนยางผลิตยางแผ่นดิบ ขายผ่านพ่อค้าในระดับหมู่บ้านและตำบล หรือขายโดยตรงให้กับพ่อค้าในเมือง เพื่อขายต่อให้กับโรงงานแปรรูป และส่งออกไป ส่วนการตลาดยางแท่งนั้นผู้ผลิตยางแท่งซื้อน้ำยางจากชาวสวนที่เอียงแผ่นดิบและขี้น้ำยางจาก

พ่อค้าคนกลาง โดยนำมาทำการแปรรูปเป็นยางแท่ง โรงงานผลิตยางแท่งต้องจดทะเบียนต่อสถาบันวิจัยยาง และต้องส่งตัวอย่างยางแท่งให้กรมวิชาการเกษตรตรวจสอบเพื่อออกไปรับรอง

#### ข. พ่อค้ายางในแต่ละระดับ

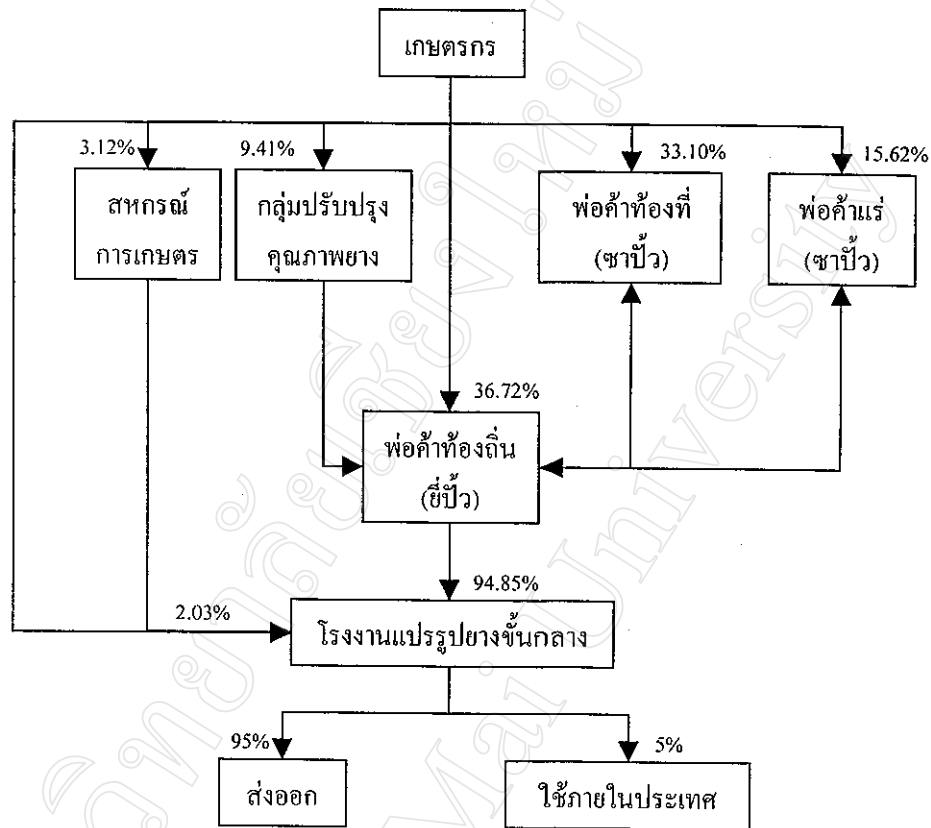
พ่อค้าระดับหมู่บ้านและตำบล พ่อค้าเร่ พ่อค้าท้องถิ่น (ซาปัว) ชาวสวนที่มีรายได้น้อยซึ่งพึ่งพ่อค้าในระดับนี้เป็นลำดับแรกเพราะชาวสวนที่มีรายได้น้อยไม่สามารถกักเก็บยางแผ่นไว้ได้นาน ๆ และขายยางทุก ๆ 3-4 วัน หรือขายทันทีเมื่อต้องการใช้เงิน ปริมาณยางประมาณร้อยละ 15.62 ของปริมาณยางทั้งหมดส่งผ่านทางพ่อค้าเร่ และปริมาณยางร้อยละ 33.10 ของปริมาณยางทั้งหมดส่งผ่านพ่อค้าท้องถิ่น

พ่อค้าระดับอำเภอ พ่อค้าท้องถิ่น (ยี่ปัว) การซื้อขายยางในระดับนี้นำส่งขายให้แก่โรงงานแปรรูปยางชั้นกลางในปริมาณมากพอที่รถบรรทุก โดยมีการส่งออกทุกวันหรือทุก 2 วันซึ่งขึ้นอยู่กับฤดูกาลและแหล่งรับซื้อ

พ่อค้าระดับจังหวัด (ยี่ปัว) ส่วนใหญ่จะมีที่รับซื้อใกล้บริเวณท่าจอดรถ ทำให้เกษตรกรสะดวกที่จะขายยางให้พ่อค้าระดับนี้ พ่อค้าระดับนี้บางส่วนมีโรงงานแปรรูปเป็นของตนเองอยู่ด้วย โรงงานแปรรูปยางชั้นกลาง ส่วนใหญ่อยู่ห่างจากตัวเมืองเนื่องมลภาวะจากการแปรรูปบางรายของโรงงานแปรรูปยางชั้นกลางทำการส่งออกด้วย

ผู้ส่งออก เป็นพ่อค้ายางระดับสุดท้ายทำการบรรจุและส่งออกประมาณร้อยละ 95 ของปริมาณยางทั้งหมด

ภาพ 4 วิธีการตลาดพ่อค้าคนกลาง



ที่มา Daipium Pawalee, 1997

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย จะไม่มีอำนาจในการต่อรอง และต้องพึ่งพ่อค้าคนกลางในการขายยางพารา ซึ่งมีอยู่หลายระดับทำให้ขายยางได้ราคาต่ำ ในขณะที่ตลาดกลางยางพารามีอยู่ไม่กี่แห่งทำให้เกษตรกรที่อยู่ไกลไม่นำยางมาขายผ่านตลาดกลางผลผลิตส่วนใหญ่มาจากสวนยางที่พ่อค้าคนกลางระดับต่าง ๆ นำมาจำหน่าย

ผลผลิตยางพาราส่วนใหญ่ร้อยละ 90 อยู่ทางภาคใต้ ดังนั้นศูนย์กลางค้ายางจึงอยู่ทางภาคใต้เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีตลาดสำคัญ ๆ ดังนี้

ตลาดกลางยางพาราที่ อ.หาดใหญ่ เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด และทำการซื้อ-ขายยางแผ่นดิบโดยวิธีการประมูล และห้องค้ายาง ซึ่งการซื้อขายยางชนิดต่างๆ เป็นการซื้อขายเฉพาะสมาชิกของห้องค้านั้น

ศูนย์กลางค้ายางจังหวัดตรัง เนื่องจากมีบริษัทผู้ส่งออกตั้งอยู่หลายราย มีสถาบันการเงิน มีโรงงานแปรรูปหลายแห่งจึงทำให้ในอดีตตลาดแห่งนี้มีความสำคัญมาก

ตลาดยะลา เป็นตลาดที่มีการขนส่งสะดวกจึงทำให้ยะลาเป็นศูนย์กลางในการค้าขาย การค้าขายบางส่วนใหญ่เป็นขางในจังหวัดแต่จะมีส่วนหนึ่งมาจากสงขลา ปัตตานี และนราธิวาส

ตลาดนราธิวาส เป็นตลาดที่อยู่ทางใต้สุดของประเทศ พ่อค้าที่ทำการค้าส่วนใหญ่เป็น พ่อค้าขนาดเล็กแต่มีจำนวนมาก คุณภาพขางพาราที่ทำการซื้อขายต่ำ การคมนาคมไม่สะดวก

ตลาดภูเก็ต เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งปลูกขางทางภาคใต้ ฝั่งตะวันตก และมีโรงงานแปรรูปขางขนาดใหญ่มีท่าเทียบเรือที่สามารถส่งขาง ไปลงเรือใหญ่ที่ปีนังได้ทำให้ตลาดภูเก็ตมีความสำคัญ

ตลาดกรุงเทพ ฯ เป็นตลาดที่มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัทส่งออกแล้วยังเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตภัณฑ์ขางจำนวนมาก เป็นศูนย์กลางทางการเงินของประเทศ

การส่งออกขางพาราส่วนใหญ่จะส่งออกทางท่าเรือกรุงเทพ ฯ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง แม้ว่าจะมีท่าเรือสงขลาแต่ปริมาณการส่งออกค่อนข้างน้อย (ข่าวเศรษฐกิจการเกษตร, 2541)

คู่แข่งขานในการส่งออกในขางแผ่นรมควันของไทยเช่น

ตลาดเอเชีย ได้แก่ กัวลาลัมเปอร์ อินโดนีเซีย

ตลาดยุโรป ได้แก่ กัวลาลัมเปอร์ อินโดนีเซีย คาเมรูน ไอออร์ โคสต์ ในจีเรีย

ตลาดอเมริกา ได้แก่ อินโดนีเซีย กัวลาลัมเปอร์

### ง. การกำหนดราคาขางพาราแผ่นรมควัน

การรับซื้อขางแผ่นดิบและเศษขางระหว่างพ่อค้าคนกลางและเกษตรกรมีวิธีการตกลงราคา และชำระราคากันใน 2 ลักษณะ

1. ตกลงราคาทันที และชำระด้วยเงินสด
2. เกษตรกรนำขางส่งให้ก่อน แล้วรับเงินล่วงหน้าจากพ่อค้าคนกลางประมาณ 60 - 80 % ของมูลค่าขาง และถ้าเห็นว่าราคาขางมีแนวโน้มสูงขึ้น ตกลงว่าจะเลือกราคาวันนั้น แล้วคิดยอดเงินชำระหักจากเงินที่รับล่วงหน้าไป

1.การกำหนดราคาขางรับซื้อขางแผ่นของพ่อค้าคนกลาง จะพิจารณาจากราคาขางแผ่นรมควันชั้น 3 และ ใช้วิธีประเมินคุณภาพขางแผ่นดิบ ด้วยการสังเกตซึ่งต้องอาศัยความชำนาญพิจารณาปริมาณความชื้น ความหนา ความสกปรก และสีของแผ่นขาง ราคาที่รับซื้อของพ่อค้าคนกลางจะพิจารณาจากราคาขางแผ่นรมควันชั้น 3 ของบริษัทผู้ส่งออก ราคาที่สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ และญี่ปุ่น แล้วนำมาหักด้วยค่า น้ำหนัก ค่ารมควัน ค่าขนส่ง ค่าบริหาร ค่าดอกเบี้ยลงทุน และค่าจัดชั้นขาง (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532) ราคาที่พ่อค้าคนกลางรับซื้อขางแผ่นดิบจากเกษตรกร เป็น



ราคาที่พ่อค้าคาดว่าจะขายให้กับพ่อค้าระดับสูงกว่า เช่น โรงงานนมควีน หักด้วยค่าใช้จ่ายเป็นค่าขนส่งและกำไรของพ่อค้า ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละระดับของพ่อค้าคนกลาง ราคาขายพาราแผ่นดิบที่เกษตรกรได้รับในระดับนี้จึงมีหลายราคาขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ชาวสวนยางมักเสียเปรียบในด้านการประเมินคุณภาพยางแผ่นดิบต่ำกว่าความเป็นจริงโดยประเมินความชื้นสูง และเสียเปรียบด้านการชั่งน้ำหนักโดยปิดเศษของกิโลกรัมทิ้งไป (ศธาฤทธิ์, 2540) การกำหนดราคาที่พ่อค้าคาดว่าจะขายได้จะมีการใช้ราคาขายแผ่นดิบชั้น 3 เป็นหลักในการตั้งราคาซื้อขายจากชาวสวน โดยพ่อค้าจะประเมินความชื้นก่อน โดยถือความหนาแน่นของยางแผ่นเป็นเกณฑ์แล้วตั้งราคาซื้อขายไว้ 3 วิธี (ศธาฤทธิ์, 2540; สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2529)

1. ตัดน้ำหนักความชื้นออกจากราคาน้ำหนักยางที่ชั่งได้ทั้งหมด
2. หักน้ำหนักความชื้นออกจากราคายางแผ่นนมควีนก่อน แล้วจึงหักค่าใช้จ่ายออกจะเหลือเป็นราคาซื้อขายยางแผ่นดิบ
3. หักน้ำหนักความชื้นออกหลังจากหักค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ออกแล้ว

พ่อค้าอาจใช้วิธีการตั้งราคาที่คำนวณแล้วตั้งราคาซื้อขายสูงสุดและต่ำสุด แล้วจึงประเมินความชื้นในแผ่นยาง ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีการตั้งราคาอย่างหยาบ นอกจากนี้ยังถือเอาราคาขายแผ่นนมควีนชั้น 3 ที่ขายได้เป็นราคาซื้อขายยางแผ่นดิบชั้น 1 และลดหลั่นราคาซื้อขายตามลำดับชั้น

2.การกำหนดราคาขายส่งยางพาราแผ่นนมควีน ณ ตลาดกลางหาดใหญ่ จะอิงราคาตลาดกลางยางพาราที่สำคัญของโลก ราคาตลาดนี้เป็นราคาที่ประกาศให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องทราบ ผู้ส่งออกใช้ราคานี้กำหนดเป็นราคาซื้อขายจากเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางในระดับต่าง ๆ (ศธาฤทธิ์, 2541) ในอดีตเป็นการตั้งราคาโดยศูนย์วิจัยยางหาดใหญ่ หลังจากที่มีการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในวันที่ 1 สิงหาคม 2534 การซื้อขายยางพาราแผ่นดิบจะต้องมีการประมูลทุกครั้ง โดยราคาที่ประมูลได้จะประกาศเป็นราคาขายพารา ณ ตลาดกลางหาดใหญ่ ซึ่งผู้ที่เข้ามาประมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกหรือโรงรมยาง และจะมีพ่อค้าคนกลางเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยปกติผู้ส่งออกจะถือราคาขายแผ่นนมควีนชั้น 3 เป็นหลัก ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ที่เข้าไปใช้บริการของตลาดกลางหาดใหญ่ใช้ราคาที่ประมูลได้ทำการอ้างอิงราคาในการซื้อขายจากเกษตรกร โดยที่ข่าวสารด้านราคาของผู้ส่งออกได้รับจะถือเอาราคาที่คาดว่าจะขายได้ในการส่งออก

3.การกำหนดราคาขายพาราแผ่นนมควีนผู้ส่งออก จะถือราคาที่ยขายได้หรือราคาที่คาดว่าจะขายได้หักด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ( ค่าใช้จ่ายในการส่งออกประกอบด้วย ค่ารถควีน ค่าจัดชั้นยางและหีบห่อ ค่าขนส่งเรือลำเลียงจาก โกดังท่าเรือ ค่าประกันภัย ค่าดอกเบี้ยลงทุน ค่าบริหารการขาย) ส่วน

ที่เหลือจึงเป็นราคารับซื้ออย่างแผ่นรมควัน ณ โรงงานของผู้ส่งออก สูตรอย่างง่ายในการกำหนดราคา  
รับซื้อของผู้ส่งออกสามารถเขียนเป็นสูตรดังนี้

ราคาซื้ออย่างแผ่นรมควันของผู้ส่งออก = ราคาเอฟ.โอ.บี. ที่จะขายได้ - ค่าใช้จ่ายในการส่ง  
ออก - ค่าอากรขาออก - ค่าสงเคราะห์การปลูกแทน

ในอดีตผู้ซื้อจากไทย จะอิงราคาตลาดกลางอื่น ๆ ของโลก และต้องอาศัยอ้างอิง  
ราคาซื้อขายจากตลาดข่วงหน้าอื่น ๆ เช่น ตลาดโตเกียว และตลาดสิงคโปร์ เป็นต้น (อโนทัย,  
2540) กำหนดราคาส่งออกของไทย (F.O.B) หลังจากวันที่ 1 ตุลาคม 2536 ห้องค้ายาง สำนักตลาด  
กลางยางพาราดำเนินการประกาศราคาขายแผ่นรมควันส่งออกเป็นทางการโดยประกาศราคาขาย  
แผ่นรมควันส่งออก F.O.B ชั้น 1-5 ระยะเวลาส่งมอบ 1-2 เดือน การซื้อขายในระดับส่งออกจะใช้  
ราคาที่เกิดจากการประมูลกันที่ตลาดยางที่ศูนย์การค้ายางของโลก หรือราคาของผู้ส่งออกจะทำสัญญา  
ขายตามความต้องการของผู้ซื้อตามแต่ละประเภท ชนิด จำนวน วันส่งมอบ และการส่งมอบ ราคาที่  
ซื้อขายส่วนใหญ่มักจะผ่านตัวแทนซื้อขายในต่างประเทศ

#### จ. การจัดชั้นมาตรฐานยางพาราของไทย

การจัดชั้นมาตรฐานยางพาราของไทยมี 2 วิธี คือ

1. การใช้สายตาในการพิจารณา ได้แก่ยางแผ่นรมควันและยางเครพ ในการพิจารณา  
ยางแผ่นรมควัน ผู้ที่ทำการจัดแยกชั้นจะต้องมีความชำนาญ และมีประสบการณ์  
มาก ยางแผ่นรมควันส่วนใหญ่จะพิจารณาถึง ความสะอาดของยาง เชื้อรา และ  
ความชื้นเป็นหลัก ยางเครพจะพิจารณา สี กรรมวิธีในการผลิต ความสะอาดของ  
ยาง ข้อกำหนดสากลเกี่ยวกับชั้นยาง แสดงในตาราง 11
2. การทดสอบตามหลักวิชาการ ได้แก่ยางแท่ง ซึ่งจะต้องทำการตรวจสอบในห้อง  
ปฏิบัติการ โดยจะต้องทำการเก็บตัวอย่างเป็นชุด ชุดละ 2 ถึง 5 ต้น โดยทำการสุ่ม  
เป็นมุมทะแยง ซึ่งคุณสมบัติมาตรฐานที่ระบุไว้ในการทดสอบยางแท่งเพื่อนำมา  
วิเคราะห์มีดังนี้ (1) ปริมาณผง (2) ปริมาณผงเถ้า (3) ปริมาณไนโตรเจน (4) ปริมาณ  
สิ่งระเหย (5) ความอ่อนตัวเริ่มแรกและดัชนีความอ่อนตัวของยาง

ตาราง 11 คุณสมบัติของชั้นยาง

ชนิดยาง	ชั้นยาง	คุณสมบัติ
ยางแผ่นรมควัน	ยางแผ่นรมควันชนิดพิเศษ	ไม่มีรา ไม่มีริ้วรอยค่างจากการรมควันมากเกินไป แผ่นยางแห้ง สะอาด ไม่มีฟองอากาศ
	ยางแผ่นรมควันชั้น 1	ไม่มีรา ไม่มีริ้วรอยค่างจากการรมควันมากเกินไป แผ่นยางแห้ง สะอาด ไม่มีฟองอากาศ
	ยางแผ่นรมควันชั้น 2	ก้อนยางมีเชื้อราไม่เกิน 5%
	ยางแผ่นรมควันชั้น 3	ก้อนยางมีเชื้อราไม่เกิน 10%
	ยางแผ่นรมควันชั้น 4	ก้อนยางมีเชื้อราไม่เกิน 20%
	ยางแผ่นรมควันชั้น 5	ก้อนยางมีเชื้อราไม่เกิน 30%
ยางเครพ	ยางเครพสีขาวยและสีจาง	กรรมวิธีที่ผลิตที่ดี สีสม่ำเสมอ แบ่งเป็นหลายชั้น ตามความหนา และสี
	ยางเครพสีน้ำตาลจากสวนขนาดใหญ่	ขั้นตอนการผลิตจะต้องใช้ยางที่สะอาด ไม่มีสิ่งเจือปน
	ยางคอมโปเครพ	ทำมาจากยางก้อน และห้ามใช้เศษยางในการผลิต
	ยางเครพสีน้ำตาลชนิดบาง	ใช้เศษยางอย่างดีในการผลิต และต้องสะอาด
	ยางเครพแผ่นหนา	ใช้เศษยางที่ไม่ต้องคัดพิเศษ การผลิตจะต้องทำความสะอาดให้มาก
	ยางเครพ	ใช้เศษยางคุณภาพต่ำมีการเจือปนของสิ่งสกปรกมาก
	ยางเครพจากเศษยางแผ่นรมควัน	ใช้เศษยางจากการผลิตยางแผ่นรมควันนำมาผลิต
ยางแท่ง	การจัดชั้นยางใช้เทคนิคทางห้องปฏิบัติการ	จะทดสอบถึง ปริมาณผง ปริมาณผงดำ ปริมาณไนโตรเจน ปริมาณสิ่งระเหย ดัชนีความอ่อนตัวของยาง
น้ำยางข้น	ทำน้ำยางสดจากสวนยางให้เป็นน้ำยางข้น	การระเหย การทำให้เป็นครีม การปั่นแยก การแยกด้วยการแสไฟฟ้า

ที่มา กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532

## 2.5 ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า และ ความพร้อมของสินค้าทางการเกษตรของไทยในการเข้าสู่ตลาดซื้อขายล่วงหน้า

ในส่วนต่อไปนี้จะกล่าวถึงความสำคัญของตลาดล่วงหน้า ลักษณะตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าตามพระราชบัญญัติ การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 ตลาดล่วงหน้าทางการเกษตรที่สำคัญของโลก สถานการณ์ของตลาดล่วงหน้าทางการเกษตรโลก และความพร้อมสินค้าทางการเกษตรของไทยในการเข้าสู่ตลาดล่วงหน้า

### ก. ตลาดเสรี และ ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์เป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรที่สุดในทางเศรษฐศาสตร์ เป็นตลาดที่ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากที่สุด นั่นคือผู้บริโภคจะมีส่วนเกิน (Consumer's Surplus) มากที่สุดและตลาดซื้อขายล่วงหน้ามีลักษณะเข้าข่ายตลาดแข่งขันสมบูรณ์

โครงสร้างตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ประกอบด้วยปัจจัย 5 ชนิด (มาฆะสิริ, 2541)

1. จำนวนผู้ซื้อผู้ขายจะต้องมีมาก มากจนไม่มีใครมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา
2. สินค้าของผู้ผลิตต้องมีลักษณะที่เหมือนกัน (Homogeneous products) นั่นคือ สินค้าสามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ในความรู้สึกรับของผู้บริโภค
3. การเข้าออกในธุรกิจเป็นไปอย่างอิสระ
4. มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตลาดเป็นไปอย่างสมบูรณ์ในการประกอบธุรกิจ
5. การตัดสินใจของการดำเนินการเป็นไปอย่างอิสระต่อกัน

ระบบตลาดสินค้าแข่งขันเสรีมีความสำคัญที่ กลไกของราคา (Price Mechanism) เมื่อเปรียบเทียบกับระบบโครงสร้างตลาดชนิดอื่น ๆ แล้วผู้ผลิตจะได้ระดับราคาจากผู้ผลิตได้กำไรเพียงแค่ว่า “ กำไรปกติ ” (Normal profit) เท่านั้นซึ่งเป็นกำไรต่ำสุดเมื่อเทียบกับโครงสร้างตลาดในลักษณะอื่น

ลักษณะตลาดซื้อขายล่วงหน้าคล้ายตลาดแข่งขันสมบูรณ์ดังนี้

1. ผู้ถือตัวสัญญาในตลาดล่วงหน้ามีจำนวนมากกระจายกันอยู่หลากหลายสาขาอาชีพ แต่ละคนถือตัวสัญญาเมื่อเทียบกับตัวสัญญาในตลาดถือได้ว่ามีขนาดเล็กมาก นั่นคือไม่มีใครสามารถมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาได้เลย นอกจากนี้ราคาที่เกิด

ขึ้นจะเกิดขึ้นจากการประมูลเท่านั้นซึ่งเป็นระดับที่สะท้อนถึงอุปสงค์และอุปทานที่แท้จริง

2. ตลาดสินค้าเกษตรมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าดังนั้น สินค้าที่มาจากแหล่งผลิตต่างๆ จะเหมือนกัน (Homogeneous)
3. การเข้าออกตลาดโดยเสรีเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพราะแต่ละตลาดมีข้อกำหนดว่าผู้ที่จะทำธุรกรรมในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าได้จะต้องเป็นสมาชิกเท่านั้น แต่บุคคลอื่นที่ไม่เป็นสมาชิกสามารถเข้ามาทำการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าได้โดยผ่านสมาชิกซึ่งพอจะอนุโลมได้ว่าเป็นคุณสมบัติการเข้าออกธุรกิจอย่างเสรี
4. โดยปกติแล้วข้อมูลข่าวสารในตลาดจะถูกตีพิมพ์เผยแพร่ให้กับสาธารณะ จากห้องค้าในแต่ละวัน โดยเฉพาะข้อมูลด้านราคาของทุกสัญญาที่ทำการตกลงซื้อขายกัน การรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้เป็นหน้าที่หลักของตลาดที่จะต้องเสนอข่าวที่ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องทำการวางแผนการซื้อขายได้อย่างถูกต้อง
5. กฎเกณฑ์ของตลาดที่กล่าวว่า สัญญาที่ซื้อขายจะต้องกระทำผ่านสำนักหักบัญชีผู้ค้าไม่จำเป็นจะต้องติดต่อกันเองในเรื่องการชำระบัญชีหรือการส่งมอบสินค้าหรือรับมอบสินค้า นั่นคือแต่ละคนไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกัน แต่ทุกคนจะเกี่ยวข้องกับสำนักหักบัญชี

#### ข. ลักษณะตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าของไทย

พระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 มีสาระสำคัญต่าง ๆ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. เป็นตลาดเดี่ยว ตามกฎหมาย คือ ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย มีวัตถุประสงค์ในการประกอบกิจการตลาด หน้าที่เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายสินค้าเกษตร โดยมีเจตนาที่จะส่งมอบและรับมอบสินค้าในอนาคตด้วยวิธีประมูลอย่างเปิดเผย มีหลักเกณฑ์ มีวิธีการระเบียบที่ชัดเจนให้ผู้เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติ โดยตลาดจะเป็นผู้จัดการกำกับดูแลและรับผิดชอบให้มีการปฏิบัติตามสัญญาที่มีมาตรฐานอย่างเป็นระบบ และจัดให้มีการปฏิบัติตามสัญญา มีวิธีการ กำหนดการรับมอบส่งมอบสินค้า รวมถึงกำหนดมาตรฐานสินค้า

2. มีองค์การกำกับดูแลที่ชัดเจน
3. มีองค์การกำกับดูแลด้านนโยบาย มีการจัดตั้ง คณะกรรมการ ก.ส.ล (คณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า) ขึ้น โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานกรรมการ มีกรรมการโดยตำแหน่ง 4 ท่าน มีกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิอีก 5 ท่าน คณะกรรมการดังกล่าวมีหน้าที่หลักในการวางนโยบาย ส่งเสริมและกำกับดูแลการซื้อขาย และมีอำนาจหน้าที่อื่น ๆ เช่น กำหนดหลักเกณฑ์การอนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติโดยให้เลขาธิการเป็นผู้กำกับดูแล
4. มีสำนักงานคณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า เป็นผู้ดูแลการออกใบอนุญาต การซื้อสิทธิพหุระหว่างสมาชิก การตรวจสอบติดตามผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจ
5. คณะกรรมการตลาด มีหน้าที่ควบคุมการดูแลการดำเนินงานของตลาด กำหนดหลักเกณฑ์ ในการซื้อขาย ส่งมอบ รับมอบสินค้าต่าง ๆ ของตลาด กำหนดอัตราค่าสมาชิก ค่าธรรมเนียม ค่าบำรุง ค่าบริการต่าง ๆ
6. ตลาดเป็นนิติบุคคลอิสระ บริหารงานเช่นเดียวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
7. มีการซื้อขายเฉพาะสินค้าเกษตรที่คณะกรรมการตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า กำหนด มี 5 รายการ คือ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง กุ้งกุลาดำ น้ำตาลทราย เป็นเบื้องต้น โดยมีหลักในการพิจารณาดังนี้คือ
  - 7.1. สินค้านั้นมีราคาผันผวนค่อนข้างสูง
  - 7.2. สินค้ามีการจัดชั้นคุณภาพได้
  - 7.3. มีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการผลิตและการค้าที่ดี
  - 7.4. สินค้ามีการซื้อขายในตลาดจำนวนมาก
  - 7.5. การซื้อขายจะไม่มีผลกระทบต่อราคาจากรัฐบาล
  - 7.6. สินค้าสามารถเก็บไว้ได้นาน
8. ตลาดเป็นผู้กำหนดสัญญามาตรฐาน (futures contract) เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในการซื้อขาย

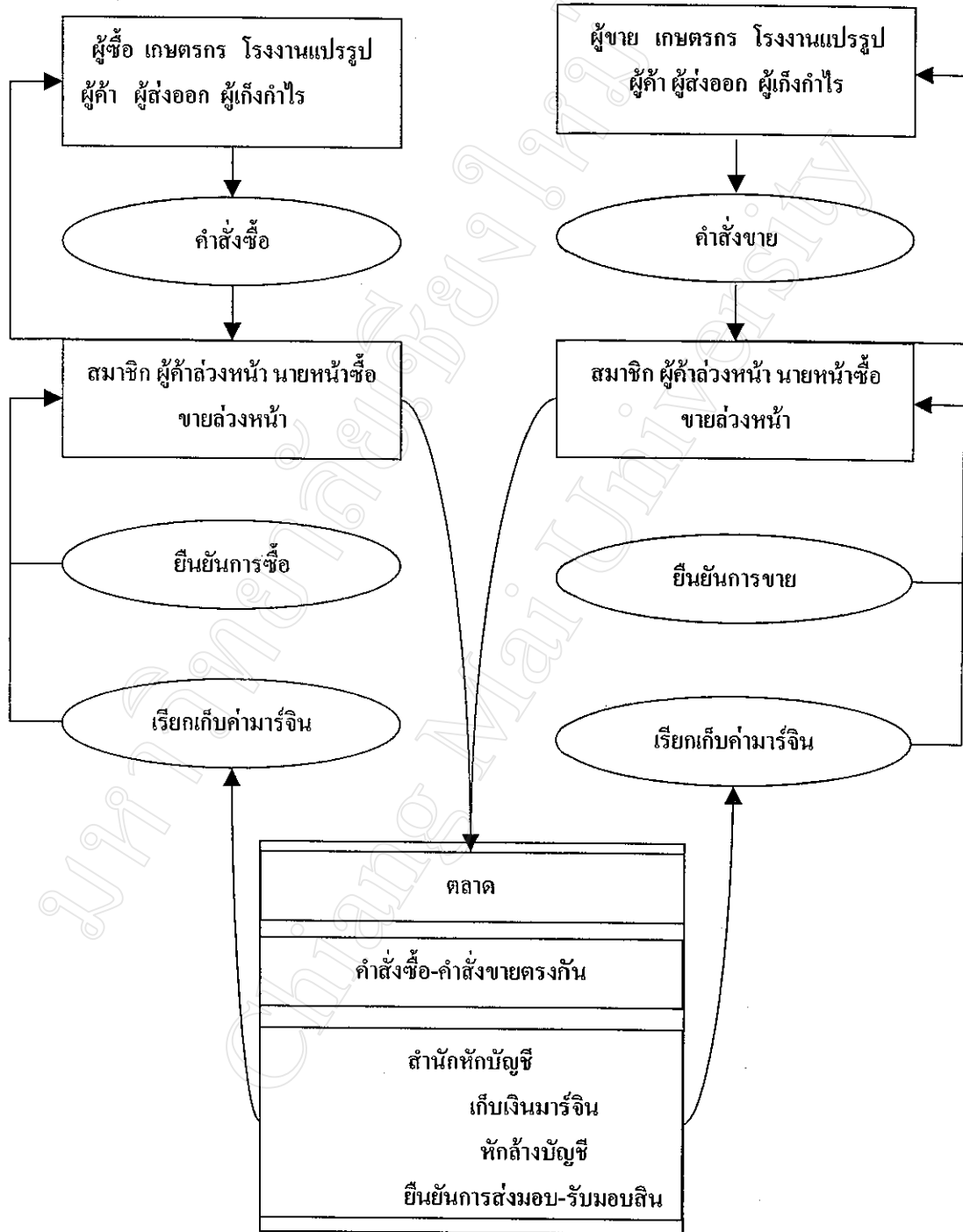
9. การซื้อขายจะต้องซื้อขายผ่านสมาชิกของตลาดเท่านั้น ซึ่งสมาชิกของตลาดจะมีอยู่ 2 ประเภท 1) ผู้ค้าล่วงหน้า (trader) 2) นายหน้าซื้อขายล่วงหน้า หรือ (broker) โดยสมาชิกของตลาดที่สามารถรับคำสั่งซื้อหรือขายแทนลูกค้าได้มีเพียงประเภทเดียวคือ " นายหน้าซื้อขายล่วงหน้า "
10. ในการซื้อขายแต่ละครั้งต้องมีการวางเงินประกัน (Margin) โดยทั่วไปจะกำหนดไว้ 10% แต่ตลาดสามารถปรับเปลี่ยนไปได้ตามแต่โอกาส และชนิดสินค้าเพื่อดำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของตลาด
11. จัดตั้งสำนักหักบัญชีขึ้นภายในตลาด (Clearing house) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการหักบัญชีการซื้อขาย ปรับฐานะบัญชีเงินประกันตามมูลค่าการซื้อขายการรับมอบและการส่งมอบสินค้าเกษตร เก็บรักษาเงินประกัน เงินหรือหลักทรัพย์ของสมาชิกที่วางไว้กับสำนักหักบัญชี
12. จัดตั้งกองทุนพัฒนาตลาด เพื่อความมั่นคงทางการเงินของตลาด และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สมาชิก
13. วิธีการซื้อขายล่วงหน้าในตลาดล่วงหน้า สมาชิกของตลาดจะส่งคำสั่งซื้อและคำสั่งขายไปยังตลาด (ซึ่งจะมีการซื้อขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์) เพื่อให้คอมพิวเตอร์จับคู่คำสั่งซื้อและคำสั่งขายที่มีราคาตรงกัน เข้าด้วยกัน การซื้อขายก็จะเกิดขึ้น และตลาดก็จะส่งคำยืนยันนั้นไปยังลูกค้า ข้อมูลการซื้อขายจะถูกเก็บไว้ที่สำนักหักบัญชี ซึ่งจะเป็นหน่วยงานหนึ่งของตลาด เพื่อสำนักหักบัญชีจะได้คำนวณเงินประกัน (Margin) กำไรและขาดทุนให้แก่สมาชิกทำการแจ้งการรับมอบและส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายด้วย ในกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายถือสัญญา (Futures Contract) ไว้จนครบกำหนด ในการนี้ผู้ขายจะส่งใบประทวนผ่านสมาชิกมาให้กับตลาด และเมื่อผู้ซื้อได้รับใบประทวนสินค้าแล้วก็สามารถนำไปประทวนนั้นไปรับสินค้าจากคลังสินค้าได้ต่อไป แสดงในภาพ 5
14. มีองค์กรซื้อพิพาท นั่นคือคู่กรณีสามารถยื่นคำร้อง ต่อสำนักงานคณะกรรมการ ก.ส.ล (คณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า) หรือต่อตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพื่อขอให้มีการชี้ขาดข้อพิพาท
15. มีการกำกับดูแลที่เข้มงวด
16. การบังคับใช้กฎหมาย

17. อำนาจสั่งการในทางกฎหมายโดยเลขาธิการ
18. อำนาจคณะกรรมการเปรียบเทียบความผิด
19. การกำหนดบทลงโทษ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University



ภาพ 5 การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า



ที่มา : พระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542

### ค. ตลาดล่วงหน้ายางพารา ตลาดโลก

ตลาดยางที่สำคัญของโลกมีการค้า 2 วิธี คือ

1. การซื้อขายยางจริง เพื่อส่งมอบทันทีหรือส่งมอบภายหลังตามที่ตกลงกัน
2. การซื้อขายในตลาดล่วงหน้า การซื้อขายในตลาดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่มีอยู่ในการซื้อขายเพื่อส่งมอบยางจริงในอนาคต

ตลาดยางธรรมชาติของโลกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2529; กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532) คือ ตลาดในแหล่งผลิต ตลาดต้นทาง หรือตลาดขั้นปฐม (Primary Market) คือ ตลาดที่สร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้ผลิตซึ่งตลาดนี้จะตั้งอยู่ใกล้แหล่งของผู้ผลิต ได้แก่ตลาด สิงคโปร์ และตลาดกัวลาลัมเปอร์ ตลาดอินโดนีเซีย และอีกประเภทคือ ตลาดปลายทาง (Terminal Market) คือตลาดที่สร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะตั้งอยู่ในประเทศผู้ใช้เป็นสำคัญ ได้แก่ตลาดลอนดอน และนิวยอร์ก

ตลาดยางล่วงหน้าของโลกมีหลายตลาดที่สำคัญ ๆ และมีการซื้อขายยางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อราคาภายในตลาดโลกดังนี้ (อโนทัย และ เวท , 2540)

ตลาดสิงคโปร์ เป็นตลาดที่จัดตั้งมาตั้งแต่ปี 2454 เป็นตลาดที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก ซึ่งดำเนินการโดยสมาคมยาง (Rubber Association of Singapore : APS ) เป็นตลาดที่มีปริมาณการซื้อขายค่อนข้างสูงและยางที่ทำการซื้อขายส่วนใหญ่มาจากไทย กัวลาลัมเปอร์ และ อินโดนีเซีย การซื้อขายในตลาดมีทั้งการซื้อขายเพื่อส่งมอบจริง (physical rubber) หรือการซื้อขายเพื่อเก็งกำไร (paper rubber) รวมทั้งการซื้อขายเพื่อป้องกันความเสี่ยงในธุรกิจยาง (Hedging) โดยผู้ผลิตและส่งออกยางผู้ใช้อย่าง

ตลาดกัวลาลัมเปอร์ จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2505 หลังจากที่สิงคโปร์แยกตัวออกจากกัวลาลัมเปอร์ การดำเนินงานของตลาดยางกัวลาลัมเปอร์ในระยะแรกอยู่ภายใต้สภาควบคุมการค้าและจดทะเบียนยาง (Malaysian Rubber Exchange and Licensing Board: MRELB) ยางที่ซื้อในตลาดนี้ส่วนใหญ่เป็นยางในประเทศมาเลเซีย ตลาดนี้เคยรุ่งเรืองสมัยที่กัวลาลัมเปอร์เป็นผู้ผลิตยางอันดับหนึ่งของโลก

ตลาดลอนดอน เป็นตลาดยางเก่าแก่ในแหล่งผู้ใช้อย่าง เกิดขึ้นในระยะใกล้เคียงกันตลาดยางสิงคโปร์ เป็นตลาดที่มีความสำคัญสำหรับการซื้อขายยางในสหราชอาณาจักรและส่งต่อไปยังประเทศอื่นในทวีปยุโรป มีสมาคมการค้ายางลอนดอน (Rubber Trade Association of London) เป็น

องค์กรที่รับผิดชอบในการค้ายาง ตลาดลอนดอนนอกจากจะซื้อขายยางธรรมชาติแล้ว ยังมีการซื้อขายยางสังเคราะห์อีกด้วย เป็นตลาดที่มีการส่งมอบยางจริงเป็นหลัก

ตลาดนิวยอร์ก เป็นตลาดบริการซื้อขายยางสำหรับใช้ในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก ดำเนินการโดยสมาคมการค้ายางนิวยอร์ก (Rubber Trade Association of New York, Inc.) การซื้อขายในตลาดนี้ส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายและส่งมอบยางจริง ทั้งยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ การให้บริการซื้อขายเพื่อป้องกันการเสี่ยงภัยของการซื้อขายล่วงหน้ามีน้อยยกว่าที่ซื้อขายส่วนใหญ่เป็นยางแท่งจากอินโดนีเซีย

ตลาดแฮมเบอร์ค เป็นตลาดภายในของประเทศเยอรมัน บริการส่งเข้าและแจกจ่ายยางสำหรับใช้ภายในประเทศ และบริการค้ายางกับประเทศยุโรปอื่น ๆ เล็กน้อย ตลาดนี้ให้บริการซื้อขายยางสำหรับการส่งมอบจริงเป็นส่วนใหญ่

ตลาดโตเกียวและโกเบ เป็นตลาดของผู้ใช้ยางให้บริการซื้อขายยางที่ใช้ในประเทศหลัก ยางที่ซื้อขายส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 จากประเทศไทย ทั้งตลาดโกเบ และ ตลาดโตเกียว เป็นตลาดที่มีการซื้อขายเพื่อเก็งกำไรถึงร้อยละ 85 ทำการซื้อขายโดยไม่ได้ส่งมอบยางจริง (Paper Rubber) โดยมีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ อีกร้อยละ 15 เป็นการซื้อขายยางเพื่อส่งมอบจริง (Physical Rubber) ของผู้นำเข้าและพ่อค้าคนกลาง และมีบริษัทผู้ผลิตยางสำเร็จรูป 5-6 รายทำธุรกิจซื้อขายยางผ่านตลาด เหล่านี้

### ง. สถานการณ์ของตลาดยางล่วงหน้าที่สำคัญของโลก

ในช่วงปี 2525-2540 การซื้อขายโดยตรง (Direct trading) ระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้อย่างมากยิ่งขึ้น จนกระทั่งทำให้ปริมาณยางที่ซื้อขายผ่านตลาดยางของโลกลดน้อยลงทำให้ตลาดยางหลายแห่งมีกิจการที่ซบเซา ตลาดยางล่วงหน้าของพาราของโลกลดลง จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ (อโนทัย, 2540)

ตลาดยางสิงคโปร์ ปรับระบบและจัดองค์กรใหม่โดยจัดตั้งเป็นตลาดกลางโภคภัณฑ์สิงคโปร์ (The Singapore Commodity Exchange: SICOM) ในปี 2537 โดยมีการเพิ่ม โภคภัณฑ์อื่น ๆ เข้ามาทำการซื้อขายในตลาดด้วยทั้งนี้โดยอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสมาคมยางสิงคโปร์

ตลาดยางกัวลาลัมเปอร์ลดบทบาทลง โดยเฉพาะเมื่อประเทศมาเลเซียลดปริมาณการผลิตยางลงจากประเทศผู้ผลิตยางอันดับหนึ่งเป็นผู้ผลิตอันดับสามของโลกดังในปัจจุบัน ตลาดยางกัวลาลัมเปอร์ก็ได้เปลี่ยนรูปแบบในการดำเนินการ โดยจัดตั้งตลาดกลางโภคภัณฑ์กัวลาลัมเปอร์ (Kuala Lumpur Commodity Exchange: KLCE) ขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดยางกัวลาลัมเปอร์ได้

โอนมาอยู่ในตลาดนี้ทั้งหมด ยกเว้นการซื้อขายและส่งมอบอย่างเท่านั้นที่ผ่านสภาควบคุมการค้าและ  
จดทะเบียนยาง ตลาดนี้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรหลายชนิดนอกจากยางพารา

อินโดนีเซียซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่อันดับสองของโลกก็ได้จัดตั้งตลาดกลางโภค  
ภัณฑ์อินโดนีเซีย (Indonesian Commodity Exchange: ICE) ในปี 2529 โดยมีการซื้อขายยางพารา  
และกาแฟในระยะเริ่มต้น และมีการขยายไปสู่พืชผลการเกษตรอื่นในระยะต่อมา

การซื้อขายยางโดยไม่ผ่านตลาดล่วงหน้าเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการดำรงอยู่ของ  
ตลาดล่วงหน้า ซึ่งเราเรียกการซื้อขายในลักษณะนี้ว่าการซื้อขายโดยตรง เป็นการซื้อขายกันระหว่าง  
ผู้ผลิต เช่น ชาวสวนยางรายใหญ่กับผู้ใช้งาน หรือระหว่างผู้ส่งออกกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางรายใหญ่  
โดยเฉพาะผู้ผลิตยางรถยนต์ สาเหตุที่ทำให้มีการซื้อขายโดยตรงมีหลายปัจจัย ปัจจัยที่สำคัญก็คือ  
ในช่วงดังกล่าวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางชนิดต่าง ๆ โดยเฉพาะในทวีปเอเชีย  
เช่นญี่ปุ่น การซื้อขายยางโดยตรงได้แพร่หลายอย่างรวดเร็วไปสู่ประเทศอุตสาหกรรมใหญ่ในเอเชีย  
รวมทั้งประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ ซึ่งทำให้เกิดตลาดผลิตภัณฑ์ยางใหม่ที่มีขนาดใหญ่ ผลิตภัณฑ์  
เหล่านี้มีราคาถูกลง เพราะมีค่าขนส่งที่ถูกลง รวมทั้งสามารถติดต่อซื้อขายกันได้โดยสะดวก โดยไม่  
ต้องผ่านตลาดยากล่วงหน้า

ในปี 2540 มีการประเมินว่าธุรกิจซื้อขายยางธรรมชาติทั่วโลก จะใช้ระบบค้าขายโดย  
ตรงถึงร้อยละ 60-75 ที่เหลือขายผ่านตลาดยากล่วงหน้า ทำให้ตลาดยากล่วงหน้าของโลก ทั้งตลาด  
ในแหล่งผลิตและตลาดในแหล่งใช้ยางได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก เช่น ตลาดลอนดอน ต้องลด  
ปริมาณการซื้อขายยางลง ยางที่ยังคงซื้อขายเป็นยางแผ่นรมควันส่วนการซื้อขายยางแท่งเกิดขึ้นได้  
ยาก ตลาดสิงคโปร์ที่เคยรุ่งเรืองสูงสุดก็ซบเซาลง ปกติประเทศผู้ผลิตยางคือ ไทย กัวลาลัมเปอร์  
และ อินโดนีเซีย ขายยางให้ตลาดสิงคโปร์ในปริมาณสูง แสดงในตาราง 12 ซึ่งสิงคโปร์นำส่งไปยัง  
ประเทศอื่น ๆ ปริมาณยางที่ขายผ่านตลาดสิงคโปร์ลดลง มีผลให้การซื้อขายยางสิงคโปร์กับลูกค้า  
ทั่วโลก มีปริมาณลดลงด้วย (อโนทัย และ เวท, 2540)

ตาราง 12 ปริมาณยางจากไทย กัวลาลัมเปอร์ และอินโดนีเซียสู่ประเทศสิงคโปร์ ปี 2523 – 2539

หน่วย : พันตัน

ปี	ไทย	กัวลาลัมเปอร์	อินโดนีเซีย	รวม
2523	45.1	363.1	386.8	795.0
2528	44.8	191.5	225.8	462.1
2533	144.1	122.7	222.8	489.6
2537	41.6	177.3	195.8	414.7
2538	62.2	155.7	145.1	363.0
2539(ม.ค-ก.ย.)	29.9	107.8	103.6	241.3

ที่มา อโนทัย และ เวท, 2540

ตลาดยางล่วงหน้าไม่ได้ลดบทบาทมากนัก เพราะผู้ผลิตอุตสาหกรรมยางในประเทศอุตสาหกรรมใหม่ จะเข้ามาใช้บริการซื้อขายยางผ่านตลาดสิงคโปร์มากพอสมควร นอกจากนั้น ผู้ผลิตภัณฑ์ยางโดยทั่วไป และผู้ผลิตยางล้อที่มีขนาดย่อมยังมีความต้องการผ่านตลาดล่วงหน้า (อโนทัย และ เวท , 2540)

จ. ความจำเป็นในการจัดตั้งตลาดซื้อขายล่วงหน้ายางพาราของประเทศไทย

ตลาดสินค้าเกษตรของไทยที่ทำการซื้อขายกันมีอยู่สองลักษณะคือการซื้อขายแบบส่งมอบทันที (Spot Trading) และการซื้อขายแบบส่งมอบในวันข้างหน้า (Forward Trading) โดยอาจจะเป็นการซื้อขายโดยตรงกับพ่อค้าหรือซื้อขายในตลาดกลางหรือตลาดข้อตกลงแล้วแต่กรณี แต่การซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรดังกล่าวยังไม่มียุทธศาสตร์เพียงพอที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ (กรมการค้าภายใน, 2543)

1. การซื้อขายไม่เกิดการแข่งขันอย่างแท้จริง ทำให้ราคาที่ได้ต่ำกว่าไม่สอดคล้องกับคุณภาพที่แท้จริง
2. วิธีการตลาดต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหลายชั้นตอน ทำให้ค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูง
3. การจัดชั้นมาตรฐานยังไม่ดีพอ
4. ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสถานการณ์สินค้าเกษตรยังไม่ชัดเจนและกระจายไม่ทั่วถึงไม่สามารถนำข้อมูลไปวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้

นอกจากนี้ยังมีปัญหาความไม่แน่นอนของคืนฟ้า อากาศ และความผันผวนของราคาในระดับสูงทำให้รายได้ของเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีเสถียรภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเนื้อทำให้รายได้ของประเทศไม่มีเสถียรภาพตามไปด้วย

ในระหว่างที่ผ่านมามีการแก้ไขปัญหามาตรการของรัฐบาล โดยการเข้าแทรกแซงตลาดเมื่อราคาสินค้าเกษตรตกต่ำหรือราคาสูงผิดปกติ โดยเพิ่มช่องทางการตลาดด้วยการรวมกลุ่มขาย จัดตลาดนัด การชะลอผลผลิตออกสู่ตลาดด้วยวิธีการรับจำนำ สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนอัตราดอกเบี้ยต่ำ จัดอบรมสัมมนาเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งด้านการผลิต การตลาด รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาจัดตั้งตลาดกลาง สามารถบรรเทาปัญหาในระดับหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นการจัดตั้งตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับตลาดสินค้าเกษตรไทย เพราะตลาดจะช่วยลดความเสี่ยงทางด้านราคาที่มีความผันผวนในระดับสูง สามารถทราบราคาที่เกิดขึ้นในอนาคต ลดอำนาจการผูกขาด รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์สินค้าเกษตรอีกด้วย (กรมการค้าภายใน, 2543)

สินค้ายางพารามีความผันผวนของราคามากตั้งแต่อดีตจนถึงปี 2542 รัฐบาลได้ใช้งบประมาณจำนวนมากในการจัดการเรื่องเสถียรภาพราคายางพาราโดยการเข้าไปแทรกแซงราคาซึ่งใช้เงินจำนวนไม่น้อยในการจัดการเรื่องนี้ (ข่าวเศรษฐกิจการเกษตร, 2542) ตลอดจนมาตรฐานในการประเมินคุณภาพยางที่พ่อค้าทำการประเมินให้เกษตรกรมักจะไม่สอดคล้องกับราคาที่ได้รับเกษตรกรมักจะถูกเอาเปรียบในการประเมินคุณภาพจากพ่อค้าคนกลาง (คชาฤทธิ์, 2540) ความเสี่ยงในเรื่องความแปรปรวนเนื่องจากคืน ฟ้า อากาศ ในการเพาะปลูกยางพาราทำให้ผลผลิตมีความไม่แน่นอน (กองส่งเสริมและพัฒนาการตลาดกรมการค้าภายใน, 2540) และการซื้อขายส่วนใหญ่เกิดจากบริษัทส่งออกไม่กี่รายจึงทำให้มีลักษณะการผูกขาด การจัดตั้งตลาดซื้อขายล่วงหน้าสามารถแก้ปัญหาข้างต้นได้ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532; กรมการค้าภายใน, 2543)

การจัดตั้งตลาดซื้อขายล่วงหน้ายางพาราคาดว่าจะเกิดประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องดังนี้ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532)

1. ราคาจะเป็นธรรม รู้กัน โดยเปิดเผย ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ราคาจะขึ้นอยู่กับอุปทานและอุปสงค์
2. จะเป็นที่รวบรวมปริมาณยางที่จะซื้อขายทำให้ผู้ส่งออกทราบปริมาณและหาซื้อได้ในตลาดโดยตรงไม่ต้องเสียเวลามากในการรวบรวม
3. สามารถลดความเสี่ยงเนื่องจากความผันผวนของราคาได้
4. ยกฐานะตลาดในประเทศ เป็นตลาดระหว่างประเทศ

5. เกิดการปรับปรุงคุณภาพ และพัฒนามาตรฐานยางระหว่างประเทศ
6. เป็นแหล่งลงทุนของนักลงทุน นักเก็งกำไร มีการหมุนเวียนของเงินตราต่างประเทศมากขึ้น
7. ทำให้ชาวสวนตื่นตัวในการผลิตยางให้ได้มาตรฐาน

#### ฉ. ความพร้อมของสินค้ายางพาราของไทยในการเข้าสู่ตลาดล่วงหน้า

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดล่วงหน้าของสินค้ายางพารา โดยพิจารณาสินค้าเกษตรที่จะนำมาซื้อขายในตลาดล่วงหน้าตาม พ.ร.บ. การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 จะต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า หรือ ก.ส.ล. (คณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า) โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

1. สินค้านั้นมีราคาผันผวนค่อนข้างสูง
2. สินค้ามีการจัดชั้นคุณภาพได้
3. มีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการผลิตและการค้าที่ดี
4. สินค้ามีการซื้อขายในตลาดจำนวนมาก
5. การซื้อขายจะไม่มีผลกระทบต่อราคาจากรัฐบาล
6. สินค้าสามารถเก็บไว้ได้นาน

สินค้ายางพารามีราคาที่มีความผันผวนค่อนข้างสูง จากผลการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของสินค้าเกษตรของ ปวดี ใต้เปียม (Daipium, 1998) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความแปรปรวนของราคายางแผ่นรมควันรายเดือนของไทย พบว่ามีความแปรปรวนของราคาถึง 32% มากกว่าความแปรปรวนของราคายางแผ่นรมควันในตลาดกัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ และโตเกียว (21%-27%) ซึ่งตลาดดังกล่าวเป็นตลาดที่มีความสำคัญในตลาดโลกดังนั้นยางแผ่นรมควันน่าจะมีศักยภาพในตลาดซื้อขายล่วงหน้า

การจัดชั้นคุณภาพสินค้ายางพารา การจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าสำหรับยางพาราต้องมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของสากลนั้น สินค้ายางพาราของไทยสามารถปรับให้เข้ากับมาตรฐานต่างๆ ได้เพราะประเทศไทยทำการซื้อขายในตลาดโลกมาเป็นเวลานานแล้ว

ประเทศต่าง ๆ ที่ดำเนินการในตลาดยางล่วงหน้าต่างออกกฎหมาย ระเบียบ และสัญญา ในการซื้อขายยาง องค์กรค้าขายยางของประเทศต่าง ๆ ที่ดำเนินการเรื่องนี้ ได้แก่

1. สมาคมการค้ายางกรูนิวยอร์ก (The Rubber Trade Association of New York, Inc.)
2. สมาคมยางสิงคโปร์ (Rubber Association of Singapore :RAS) ปัจจุบันนี้ดำเนินการ โดยตลาดกลางโภคภัณฑ์สิงคโปร์ (The Singapore Commodity Exchange Limited)
3. สมาคมการค้ายางญี่ปุ่น (The Rubber Trade Association of Japan)
4. สมาคมยางกรุงลอนดอน (The Rubber Association of London )
5. สมาคมควบคุมการค้าและจดทะเบียนยางของกัวลาลัมเปอร์ (Malasian Exchange and Licensing Board : MRELB)

แต่ละตลาดที่มีสมาคมเหล่านี้เป็นผู้ดำเนินการ ก็จะใช้กฎระเบียบและสัญญาของแต่ละสมาคมเป็นหลักในการซื้อขาย

ตั้งแต่ 2514 สมาคมการค้ายางเหล่านี้ รวมทั้งองค์กรอื่น ๆ ที่ดำเนินธุรกิจในการค้าขายยางได้ร่วมกันจัดตั้งเป็นสมาคมยางระหว่างประเทศ (International Rubber Association: IRA) ซึ่งสมาชิกของสมาคมนี้ได้ออกกฎ ระเบียบ และสัญญาในการค้าขาย เพื่อให้ประเทศต่าง ๆ ได้นำไปใช้ในระดับสากล สำหรับประเทศไทย สมาคมยางพาราไทย (The Thai Rubber Association: TRA) เป็นสมาชิกของสมาคมนี้ และได้รับรองมาตรฐานยางแผ่นรมควัน (Green book)

ปัจจุบันสมาคม มีสัญญาในการซื้อขายยางดังนี้

1. สัญญาระหว่างประเทศ สำหรับยางแท่ง (International contract for Technically Specified Rubber)
2. สัญญาระหว่างประเทศ สำหรับยางแผ่นรมควัน (International contract for Visual Grade Rubber)
3. สัญญาระหว่างประเทศ สำหรับยางข้น (International contract for Latex in Drims)

สมาคมยางพาราไทยและสถาบันวิจัยยาง ได้ร่วมกันพิจารณานำกฎ ระเบียบ และสัญญาของสมาคมยางระหว่างประเทศ เพื่อนำมาปรับใช้สำหรับการซื้อขายยางของประเทศไทย โดยใช้อนุญาโต-ตุลาการของประเทศไทย



ปริมาณยางที่ประเทศไทยผลิตได้ในแต่ละปีมีจำนวนไม่น้อย ประเทศไทยผลิตยางพารามากที่สุดและผลผลิตมีปริมาณกว่าร้อยละ 30 ของผลผลิตของโลก การพิจารณาด้านปริมาณยางที่ผลิตแล้ว คาดว่ามากเพียงพอที่จะนำเข้าสู่ตลาดได้

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University