

บทที่ 4

ข้อมูลสภาพทั่วไป วิถีตลาดยางของประเทศไทยและตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

4.1 ภาพรวมทางการค้า

ยางพาราเป็นพืชเกษตรกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องจากความต้องการใช้ยางในตลาดโลกมีทิศทางที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ทั้งนี้พิจารณาจากปริมาณการค้ายางพาราของโลก ในปี 2547 มีปริมาณการค้าประมาณ 6.240 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจาก ปี 2546 ซึ่งมีปริมาณการค้าประมาณ 5.690 ล้านตัน หรือคิดเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.67 (ตาราง 4.1) โดยเฉพาะตลาดในประเทศจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ นโยบายแผนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมใหม่ และ ยุทธศาสตร์ยางพาราปี 2549 - 2551 โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ในการสนับสนุนการใช้ยางภายในประเทศ เช่น การทำเชือก สร้างอ่างเก็บน้ำ หรือถนน ประกอบกับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่รัฐ ต้องการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางผลิตรถยนต์และชิ้นส่วน ส่งผลให้การใช้ยางในประเทศมากยิ่งขึ้น จากปัจจัยดังกล่าว จะส่งผลให้ทิศทางอุตสาหกรรมยาง และผลิตภัณฑ์ยางในไทย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี 2547 ประเทศไทยมีปริมาณส่งออกยางพารา 2.667 ล้านตัน และเป็นปริมาณที่ใช้ในประเทศ 0.303 ล้านตัน (ตาราง 4.1) ทั้งนี้การที่ไทยส่งออกยางธรรมชาติมากกว่าการใช้ภายในประเทศนั้น ทำให้ราคายางของไทยขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการยางธรรมชาติของโลก ซึ่งปริมาณความต้องการยางธรรมชาติของโลกนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนยางธรรมชาติได้ ซึ่งยางสังเคราะห์นั้นผลิตจากน้ำมันดิบ เมื่อราคาน้ำมันดิบสูงขึ้นส่งผลให้ราคายางสังเคราะห์สูงขึ้น ทำให้ปริมาณความต้องการยางธรรมชาติสูงขึ้น และยางธรรมชาติส่วนใหญ่ถูกใช้ในอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ซึ่งจะถูกใช้ทดแทนยางสังเคราะห์ในสัดส่วนที่สูงขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2549)

สำหรับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เกาหลี มาเลเซีย และ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม ซึ่งในขณะนี้ไทยกำลังเผชิญกับการแข่งขันส่งออกยางพาราที่รุนแรงมากขึ้นกับ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในตลาดจีน แม้ภาพรวมไทยยังสามารถส่งออกยางพาราไปจีนได้มากกว่าประเทศเพื่อนบ้านก็ตาม แต่ไทยเริ่มเสียความสามารถในการแข่งขันให้กับอินโดนีเซีย ที่มีต้นทุนในการรับซื้อยางจากเกษตรกรต่ำกว่าไทย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2549)

ตาราง 4.1 แสดงภาพรวมการค้าของเกษตรกรยางพารา

	2546	2547	2548*
1. การค้าของโลก (ล้านตัน)	5.690	6.240	6.300
2. ส่วนแบ่งการตลาดโลก (%)	45.23	42.11	43.65
3. ใช้ในประเทศ (ล้านตัน)	0.299	0.303	0.317
4. การส่งออก			
ปริมาณ (ล้านตัน)	2.810	2.667	2.600
มูลค่า (ล้านบาท)	115,827	137,604	142,000
- ยางแผ่นรมควัน			
ปริมาณ (ล้านตัน)	1.189	1.028	0.988
มูลค่า (ล้านบาท)	49,259	52,592	58,000
- ยางแท่ง			
ปริมาณ (ล้านตัน)	1.030	1.072	1.040
มูลค่า (ล้านบาท)	41,665	53,121	57,000
- น้ำยางข้น			
ปริมาณ (ล้านตัน)	0.446	0.480	0.468
มูลค่า (ล้านบาท)	21,466	27,689	21,000

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร(2549)

หมายเหตุ * ประมาณการณ์ , อัตราแปลงน้ำหนัก : ยางแผ่นดิบ(1 กก.) = ยางแท่ง (0.98 กก.)

4.2 การผลิตยางพารา

ยางพาราเป็นพืชที่ปลูกในพื้นที่เขตที่มีฝนตกไม่มากเกินไปหรือไม่น้อยเกินไป และไม่มี การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิที่มากเกินไปโดยเฉลี่ยประมาณ 24-27 องศาเซลเซียส และมีความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ตลอดปี และการคัดเลือกพันธุ์ยางที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสามารถ ต้านทานโรคได้ดีจะให้ผลผลิตน้ำยางสูง พันธุ์ยางที่ปลูกในปัจจุบันจะเป็นพันธุ์ยางที่ถูกปรับปรุงพันธุ์ โดยสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร เพื่อให้ได้พันธุ์ยางที่เหมาะสมสำหรับแต่ละพื้นที่ ที่เหมาะสม กับ สภาพดินฟ้าอากาศของแต่ละภาค เมื่อคัดเลือกต้นยาง และนำมาปลูกแล้วเกษตรกรจะต้องดูแล บำรุงรักษาต้นยางจนถึงอายุที่กรีดย้ำยางสดเมื่อต้นยางมีอายุประมาณ 4-5 ปี และสามารถกรีดย้ำยางได้ จนกระทั่งต้นยาง มีอายุประมาณ 18 - 23 ปี ก็จะขายต้นยางให้กับ โรงงานแปรรูปไม้ยางต่อไป ยางที่ได้จากการกรีดย้ำนั้นจะถูกนำไปแปรรูปเป็นน้ำยางข้นหรือน้ำยางแผ่น ในประเทศไทยนั้น นิยมทำยางแผ่นเพราะเกษตรกรชาวสวนยางในไทยเป็นสวนขนาดเล็กมีผลผลิตไม่มากนักเมื่อกรีดย้ำ แล้ว จึงนิยมแปรรูปเป็นยางแผ่นแล้วเก็บไว้จนมากพอที่จะนำไปขายให้กับพ่อค้าหรือโรงงานรมควัน ต่อไป ทำให้โครงสร้างทางการผลิตของไทยเป็นยางแผ่นมากกว่ายางชนิดอื่นๆ ถึงแม้ว่าในช่วงปี 2530 ที่มีความต้องการน้ำยางข้นเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการระบาดของโรคเอดส์ทำให้ความต้องการใช้ถุงมือ ยางและ ถุงยางอนามัยเพิ่มขึ้นแต่ก็ยังเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับการผลิตยางแผ่น (ตลาดสินค้า เกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2549)

สำหรับผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแยกตามประเภทใหญ่ๆ ดังนี้คือ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางเครป และอื่นๆ ทั้งนี้พบว่าปริมาณการผลิตยางธรรมชาติมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยใน ปี 2547 ผลผลิตยางแผ่นรมควัน มีประมาณ 1.2832 ล้านตัน ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจาก ปี 2546 ที่มีปริมาณ 1.2367 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.76 ในปี 2547 ผลผลิตยางแท่ง มีประมาณ 1.0743 ล้านตัน ซึ่งเพิ่ม สูงขึ้นจาก ปี 2546 ที่มีปริมาณ 1.0354 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.76 ในปี 2547 ผลผลิตน้ำยางข้นมี ปริมาณ 0.5073 ล้านตัน ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจาก ปี 2546 ที่มีปริมาณ 0.4889 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.76 และผลผลิตยางเครป ในปี 2547 มีปริมาณ 0.0089 ล้านตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2546 ที่มีปริมาณ 0.0086 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.49 แสดงในตาราง 4.2

ตาราง 4.2 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแยกตามประเภท

หน่วย : ล้านตัน

ปี	ยางแผ่น รมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางเครพ	อื่นๆ	รวม
2544	0.9278	0.8582	0.4639	0.0116	0.0058	2.2673
2545	1.0996	0.9672	0.4708	0.0131	0.0064	2.876
2546	1.2367	1.0354	0.4889	0.0086	0.1064	2.876
2547	1.2832	1.0743	0.5073	0.0089	0.1104	2.9876
2548*	0.9620	1.1897	0.5098	0.0057	0.1653	2.8325

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร

หมายเหตุ : * หมายถึง ประมาณการณ์

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตยางธรรมชาติได้โดยประมาณร้อยละ 30 ของผลผลิตยางธรรมชาติในโลก ซึ่งผลผลิตดังกล่าวได้มาจากแหล่งผลิตทางภาคใต้ของประเทศ ประมาณร้อยละ 90 และในส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 มาจากแหล่งผลิตทางภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ พิจารณาได้จากตาราง 4.3

โดยแหล่งผลิตยางส่วนใหญ่ในภาคใต้นั้น ได้มาจาก 14 จังหวัดคือ สงขลา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี ตรัง นราธิวาส ยะลา กระบี่ พังงา พัทลุง ปัตตานี สตูล ชุมพร ภูเก็ต และ ระนอง

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

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

ภาคเหนือ 8 จังหวัด ได้แก่ เพชรบูรณ์ ตาก พิชณุโลก แพร่ สุโขทัย อุตรดิตถ์ เชียงราย และ พะเยา

เนื้อที่ขึ้นต้นของภาคต่างๆ มีพื้นที่ต่อไร่มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีพื้นที่ในการเพาะปลูกยางพาราเพิ่มมากขึ้น ผลผลิตยางพารามีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น แต่จากอัตราการเติบโตของผลผลิตในปี 2548 ที่ลดลงกว่า ในปี 2547 นั้น (ตาราง 4.3) อาจเกิดจากอิทธิพลของสถานการณ์ความไม่สงบ และความเสียหายจากอุทกภัยที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งผลให้เกษตรกรกรีดยางได้น้อยลง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2549)

ตาราง 4.3 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตยางพารา แยกตามภาค

ภาค	เนื้อที่ขึ้นต้น (ไร่)			ผลผลิต (ตัน)		
	2547	2548	ความแตกต่าง	2547	2548	ความแตกต่าง
เหนือ	29,789	102,994	245.75	1,914	2,131	11.34
ตะวันออกเฉียงเหนือ/ตะวันออกเฉียงใต้	687,132	955,562	39.07	87,500	85,937	-1.79
กลาง	1,474,120	1,567,420	6.33	280,422	292,691	4.38
ใต้	10,727,444	10,953,681	2.11	2,635,376	2,594,145	-1.56
รวมทั้งประเทศ	12,918,485	13,579,657	5.12	3,005,212	2,974,904	-1.01

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร(2549)

4.3 วิธีตลาดยางของประเทศไทย

การตลาดยางประกอบด้วย ผู้ขาย คือ เจ้าของสวนยาง และคนกรีดยาง ส่วนผู้ซื้อ ได้แก่ พ่อค้ายางระดับต่างๆ ตั้งแต่พ่อค้ายางระดับหมู่บ้านและตำบล พ่อค้าเร่ พ่อค้าห้องที่ หรือเรียกกันว่า ซาปั๋ว ต่อมาเป็น พ่อค้าระดับอำเภอ พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าระดับจังหวัด หรือเรียกกันว่า ยี่ปั๋ว ต่อมาเป็น โรงงานแปรรูปยางชั้นกลางหรือโรงรมควันยาง และพ่อค้าระดับสุดท้าย คือ ผู้ส่งออก

การตลาดยางแผ่นเริ่มต้นที่ชาวสวนยางผลิตยางแผ่นดิบ ขายผ่านพ่อค้าในระดับหมู่บ้าน ตำบล หรือขายโดยตรงให้กับพ่อค้าในเมือง เพื่อขายต่อให้กับโรงงานแปรรูป และส่งออกต่อไป ส่วนการตลาดยางแท่งนั้น ผู้ผลิตยางแท่งจะซื้อน้ำยางจากชาวสวน ซื้อยางแผ่นดิบและขี้ยางจากพ่อค้าคนกลาง โดยนำมาทำการแปรรูปเป็นยางแท่ง โรงงานผลิตยางแท่งต้องจดทะเบียนต่อสถาบันวิจัยยาง และต้องส่งตัวอย่างยางแท่งให้กรมวิชาการเกษตรตรวจสอบเพื่อออกใบรับรอง

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ไม่มีอำนาจในการต่อรอง และต้องพึ่งพ่อค้าคนกลางในการขายยางพารา ซึ่งมีอยู่หลายระดับทำให้ขายยางได้ราคาต่ำ ในขณะที่ตลาดกลางยางพารามีอยู่ไม่กี่แห่ง ทำให้เกษตรกรที่มีอยู่ไกลไม่นำยางมาขายผ่านตลาดกลาง ดังนั้นผลผลิตส่วนใหญ่จึงมาจากสวนยางที่พ่อค้าคนกลางระดับต่างๆ นำมาจำหน่าย (ศพัทธ์รัตน์, 2544)

4.4 ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย หรือ ต.ส.ล. เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 เป็นตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งเดียวในประเทศไทย การซื้อขายล่วงหน้าในตลาด (Futures Exchange) มีคุณลักษณะสำคัญดังนี้

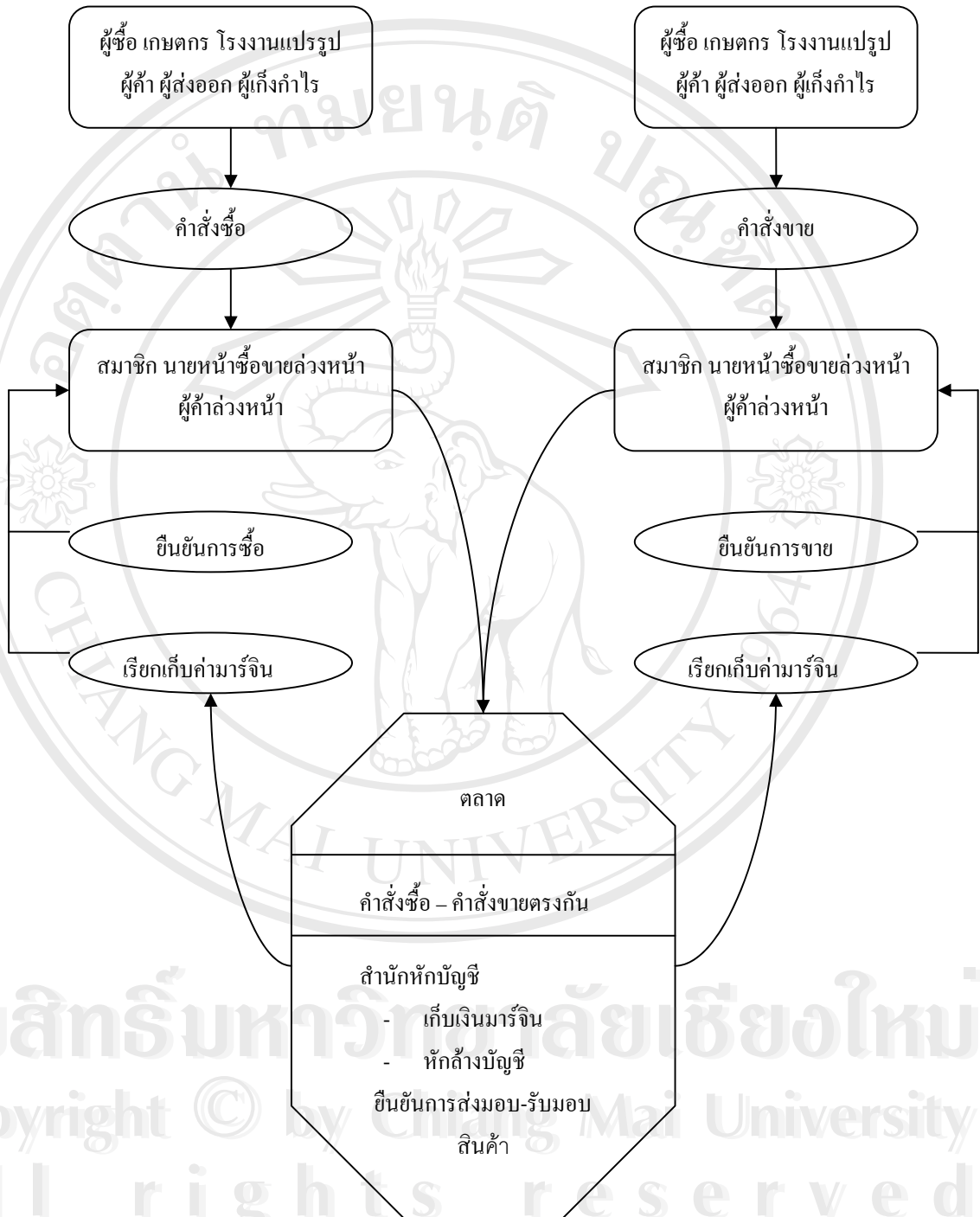
1) ต้องซื้อขายโดยสมาชิกหรือผ่านสมาชิก จากพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ปี พ.ศ. 2542 ในมาตรา 78 ได้ให้อำนาจคณะกรรมการตลาด มีอำนาจและหน้าที่ในการกำหนดระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่ง ในเรื่องดังต่อไปนี้ โดยตีความตามวรรค (2) หลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการซื้อหรือขายสินค้าเกษตร การรับมอบและส่งมอบสินค้าเกษตร จากความตามมาตรา 78 ดังกล่าว คณะกรรมการตลาดได้ออกข้อบังคับคณะกรรมการตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าว่าด้วย หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการซื้อหรือขายสินค้าเกษตรฉบับที่ 1 พ.ศ. 2546 ในข้อ 6 ให้การซื้อขายล่วงหน้าในตลาดกระทำโดยสมาชิก ดังนั้น การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าจะต้องดำเนินการผ่านสมาชิกของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ผู้สนใจซื้อขายล่วงหน้าในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าสามารถทำการซื้อขายล่วงหน้าผ่านทางสมาชิกตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าประเภท "นายหน้าซื้อขายล่วงหน้า" หรือ "โบรกเกอร์" ได้ ซึ่งการซื้อขายล่วงหน้าในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าทำการซื้อขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่การซื้อขายแบบเคาะกระดาน

2) มีกำหนดเงื่อนไขการซื้อขายที่เป็นมาตรฐานโดย ต.ส.ล. สินค้าเกษตรที่จะนำมาซื้อขายล่วงหน้าในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า นั้น จะถูกคัดเลือกโดยคณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า โดยใช้หลักเกณฑ์ทางวิชาการ เช่น เป็นสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวของราคาไปตามหลักอุปสงค์และอุปทาน และเป็นสินค้าที่มีผู้เกี่ยวข้องที่มีศักยภาพที่จะเข้าไปทำการซื้อขาย เป็นสินค้าที่มีจำนวนมากและมีการผลิตอย่างต่อเนื่อง และมีข้อมูลการค้าเป็นที่เปิดเผย เป็นสินค้าที่มีการจัดชั้นคุณภาพสินค้า และเมื่อคัดเลือกเพื่อนำเข้ามาซื้อขายแล้ว จะต้องมียุทธศาสตร์ซื้อขาย และข้อกำหนดสินค้าที่มีมาตรฐาน เพื่อให้เกิดความยุติธรรมระหว่างผู้ซื้อล่วงหน้า และผู้ขายล่วงหน้า ในกรณีที่มีการส่งมอบสินค้าเกิดขึ้น เป็นการประกันว่าผู้ซื้อล่วงหน้าจะได้รับสินค้าที่ตรงตามความต้องการ โดยที่ผู้ขายต้องส่งมอบสินค้าที่มีคุณลักษณะตามข้อกำหนดสินค้า และสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยมีบุคคลกลางเป็นผู้รับสินค้า คือ ผู้ตรวจสอบสินค้าและคลังสินค้า ผู้ตรวจ สอบสินค้ามีหน้าที่ ในการตรวจสอบสินค้าให้ตรงตามข้อกำหนดการซื้อขายล่วงหน้า ส่วนคลังสินค้ามีหน้าที่ในการออกใบรับสินค้าเพื่อเก็บรักษาจนกระทั่งส่งมอบให้ผู้มารับสินค้า

3) มีสำนักหักบัญชีดูแลการปฏิบัติตามข้อตกลงการซื้อขายล่วงหน้าให้เป็นไปโดยเรียบร้อย เพื่อที่จะทำให้กระบวนการรับมอบและส่งมอบดำเนินไปอย่างราบรื่น สำนักหักบัญชี (Clearing House) เป็นหน่วยงานทำหน้าที่จัดการด้านการเงินให้ผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น เป็นตัวแทนในการจ่ายค่าสินค้า ค่าตรวจสอบสินค้า และ ค่าเช่าคลังสินค้าแทนผู้ซื้อ และเป็นตัวแทนรับเงินค่าสินค้าจากผู้ขาย นอกจากนี้ สำนักหักบัญชียังทำหน้าที่ในการปรับสถานะทางบัญชีระหว่างวันของผู้ซื้อและผู้ขายล่วงหน้าอีกด้วย

4) มีการวางเงินประกันการซื้อขาย ผู้ซื้อล่วงหน้าและผู้ขายล่วงหน้าจำเป็นที่จะต้องมีการวางเงินประกัน (Initial Margin) เพื่อให้ปฏิบัติตามสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยสำนักหักบัญชีจะมีหน้าที่ในการปรับฐานะเงินประกันของผู้ซื้อ และผู้ขายระหว่างวันทำการซื้อขาย ตามราคาล่วงหน้าของสินค้าประเภทนั้นๆในแต่ละวัน เช่น ราคาสินค้าล่วงหน้าในวันนั้นลดลงต่ำกว่าราคาของผู้ขายล่วงหน้าไว้ ผู้ขายจะได้กำไรจากส่วนต่างของราคา หรือ ถ้ากรณีที่ราคาในวันนั้นปรับตัวสูงขึ้นสูงกว่าราคาของผู้ขายล่วงหน้าไว้ ผู้ขายจะขาดทุนจากส่วนต่างของราคา สำนักหักบัญชีจะมีหน้าที่ในการปรับสถานะเงินประกันที่ผู้ซื้อและผู้ขายล่วงหน้าสำหรับสถานะกำไรหรือขาดทุนในแต่ละวัน ถ้าขาดทุนจนถึงระดับที่ทาง ต.ส.ล. กำหนดสำนักหักบัญชีจะ ทำหน้าที่ในการเรียกผู้ซื้อ หรือผู้ขายให้มาวางเงินประกันเพิ่ม (Maintenance Margin) ถ้าไม่มีเงินประกันมาวางเพิ่ม ต.ส.ล. สามารถบังคับให้ผู้ซื้อหรือผู้ขายทำการหักล้างสัญญาซื้อขายของตนเองได้ มาตรการดังกล่าวมีไว้เพื่อป้องกันความเสี่ยงไม่ให้ผู้ซื้อหรือผู้ขายล่วงหน้าขาดทุนมากเกินไป

รูป 4.1 การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า



ที่มา : พระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542