

## บทที่ 4

### ความต้องการการผลิตการเกษตร

#### 4.1 ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลผลิตการเกษตร

ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลผลิตการเกษตร (consumer's demand for farm product) ถือเป็นเป้าหมายหลักของการตลาดการเกษตรโดยตรง การดำเนินธุรกิจการตลาดทั้งหลาย แม้กระทั่งการผลิต ก็เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งสิ้น ความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีต่อผลผลิตการเกษตร อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ <sup>10</sup>

1) ความต้องการทางกายภาพ (physical demands) เป็นความต้องการอาหารที่ใช้บริโภคแต่ละมื้อรวมทั้งค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทางร่างกายของคนเรา วันหนึ่งก็บริโภคอาหารหลายมื้อรวมกับบางส่วนที่เก็บไว้ชั่วคราว ความต้องการผลผลิตการเกษตรทางร่างกายนี้ จะมีลักษณะค่อนข้างคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมาก การเพิ่มขึ้นของความต้อการจึงขึ้นอยู่กับอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนพลเมืองซึ่งสามารถกะประมาณได้ถูกต้อง ขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อผลผลิตอาหารแต่ละประเภท ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงหรือเอาอย่างการบริโภค และประเพณีนิยมของแต่ละท้องถิ่น แต่ละประเทศ

2) ความต้องการทางเศรษฐกิจ (economical demand) เป็นความต้องการในรูปของเงินตรา จึงมีขอบเขตกว้างกว่าความต้องการทางร่างกาย แล้วแต่ว่าจะใช้ผลผลิตการเกษตรเพื่อสนองความต้องการทางด้านใด การซื้อขายเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต การซื้อขายเป็นสินค้าส่งออกต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้นจึงหาขอบเขตที่แน่นอนของความต้องการลำบาก ความต้องการทางด้านเศรษฐกิจจะมีลักษณะที่จะเคลื่อนไหวมากกว่าความต้องการทางร่างกายและซับซ้อนมากกว่า

การบริโภค คือการกิน การใช้บริโภคแล้วสิ่งที่ถูกบริโภคหมดไปทันที เช่น บริโภคอาหาร หรือบริโภคแล้วสิ่งที่ถูกบริโภคค่อยๆ หมดไป เช่น การใช้เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มและเครื่องใช้ต่างๆ การบริโภคสินค้าเกษตรของผู้บริโภคเป็นหน้าที่ของผู้ทำหน้าที่การตลาดรวมทั้งผู้ผลิตที่ต้องเข้าใจว่าจะผลิตอะไร จะปฏิบัติตามหน้าที่การตลาดอย่างไร จึงจะเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค และผู้บริโภคมีความพอใจมากที่สุด ดังนั้น พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างไรมีปัจจัยอะไรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของเขาเป็นเรื่องที่จะต้องศึกษาให้เข้าใจ

10. บันลือ คำอธิวิทักษ์ "เศรษฐศาสตร์การเกษตร" (ห้างหุ้นส่วนจำกัดโรงพิมพ์ชวนพิมพ์ 2538) หน้า 77

#### 4.2 ปัจจัยทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค มีปัจจัยหลักทั่วไปและปัจจัยประกอบหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเขา

ปัจจัยที่ถือว่าเป็นปัจจัยหลักซึ่งมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค มีดังนี้

1) การให้ประโยชน์ของสินค้าต่อผู้บริโภค สินค้าแต่ละตัวไม่ใช่จะให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภคทุกคนเท่ากัน ดังจะเห็นอยู่เสมอว่าสินค้าบางตัวเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ แต่บางคนต้องการมาก บางคนต้องการน้อย ดังนั้นการมองประโยชน์ของสินค้า จึงขึ้นอยู่กับว่า

- จำเป็นต่อการดำรงชีพมากน้อยแค่ไหน เช่น จำเป็นต่อการดำรงชีพขั้นต่ำของทุกคน ได้แก่สินค้าปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค สินค้าพวกนี้ทุกคนล้วนมีความต้องการ

- ให้ความมั่นคง สะดวก และปลอดภัยในชีวิต สินค้าพวกนี้เป็นสินค้าด้านบริการต่าง ๆ เช่น การมีรถยนต์ให้ความสะดวกในการเดินทาง บริการในการประกันภัย การประกันชีวิต เหล่านี้ เป็นต้น

2) สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา สิ่งเหล่านี้ ข้อจำกัดทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้ามาก เช่น ข้อห้ามทางศาสนาต่าง ๆ ความรู้สึก ความเชื่อถือ ความเคยชินที่ปฏิบัติต่อ ๆ กันมา หรือค่านิยมใหม่ ๆ เช่น เด็กรุ่นใหม่จะไม่สูบบุหรี่ หรือบุคคลบางกลุ่มไม่บริโภคเนื้อสัตว์ เป็นต้น

3) ความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อสินค้าต่าง ๆ ในยุคที่สินค้าบริโภคมีมากมาย ทั้งที่มีคุณภาพและด้อยคุณภาพ ทั้งมีการแข่งขันกันสูง มีการโฆษณา และวิธีการบริการแก่ผู้บริโภคทุกรูปแบบ เป็นสิ่งที่จำเป็นที่ผู้บริโภคจะต้องมีความรู้ มีความเข้าใจต่อสินค้าต่างๆ มากยิ่งขึ้น สินค้าบางอย่างราคาแพงไม่สะดวกในการซื้อหา ผู้บริโภคอาจใช้สินค้าอื่นที่ถูกกว่า สะดวกในการซื้อหามากกว่า และมีคุณภาพทัดเทียมกันมาทดแทนกันได้ ดังนั้นเป็นหน้าที่ของผู้ขาย ผู้ผลิต ต้องให้รายละเอียดสินค้าให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจเสมอ

4) ความชอบ ความพึงพอใจในความรู้สึกต่อสินค้า ที่สะอาด สวยงามความทันสมัย มีรูปร่าง กลิ่น สี และรสเป็นที่ถูกใจ เป็นต้น

ปัจจัยที่ถือว่าเป็นปัจจัยประกอบซึ่งมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในการตัดสินใจของเขา มีดังนี้

5) รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคน่าจะเป็นปัจจัยหลัก เพราะไม่มีรายได้ก็ไม่สามารถซื้อสินค้าบริโภคได้ ข้อนี้หากพิจารณาตลาดระบบสินค้าแลกเปลี่ยนก็ได้ใช้รายได้ แม้ปัจจุบันผู้มีรายได้มาก ๆ การบริโภคสินค้าโดยเฉพาะพวกอาหาร ก็ไม่ได้มากขึ้นตามรายได้ แต่การบริโภคจะมากขึ้นในด้านความสะดวก ความสบาย และความบันเทิงต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตาม รายได้ ก็มี

ความจำเป็นต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าโดยเฉพาะพวกปัจจัยพื้นฐานในการครองชีพ เองเกล (Engel's law) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า ขณะที่รายได้เพิ่มขึ้น เปอร์เซ็นต์ของรายได้ส่วนที่จ่ายซื้ออาหารจะลดลง แต่จะจ่ายมากขึ้นในด้านความสนุกสนานและการพักผ่อน

6) ความสะดวกที่จะได้รับบริการ และสินค้าตามต้องการ เราจะได้ยินเสมอว่า "ซื้อความสะดวก" การตลาดปัจจุบันจะเน้นที่จุดนี้สูง เพราะผู้บริโภคต้องการ แม้ราคาสินค้าจะแพงขึ้นก็ตาม ธุรกิจการตลาดขายตรง (direct sell) กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ก็เพราะมีความสะดวกรวดเร็ว ผลิตผลการเกษตรมีขายถึงหน้าบ้าน อาหารหลายชนิดส่งถึงบ้าน แม้สินค้าอื่น ๆ ก็เช่นเดียวกัน ในต่างจังหวัดในชนบทไกล ๆ จะเห็นบริการสินค้าบริโภคถึงบ้าน ด้วยรถจักรยานยนต์ต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่ปัจจัยอิทธิพลด้านความสะดวกทั้งสิ้น

7) ความรอบรู้ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ความได้เปรียบเสียเปรียบของผู้ซื้อ ผู้ขาย อยู่ที่อำนาจต่อรอง (bargaining power) ของทั้งสองฝ่าย ผู้บริโภคในปัจจุบันต่างกับสมัยดั้งเดิมที่ผู้บริโภคอาจจะเสียเปรียบผู้ขาย แต่ปัจจุบันผู้ซื้อมีความรู้ ความสามารถมากขึ้น มีอำนาจต่อรองสูงขึ้น ทำให้ผู้ขาย รวมทั้งผู้ผลิตจะต้องสนองตอบให้ผู้บริโภคมากขึ้น

ที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมเกษตร การเกษตร แต่ถ้าจะเน้นเฉพาะสินค้าการเกษตร จะมีความละเอียดมากขึ้น ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป

#### 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรทางกายภาพ

ปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อความต้องการสินค้าเกษตร ของผู้บริโภคโดยเฉพาะนอกเหนือจากปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อสินค้าทั่วไปดังกล่าวมาแล้วสินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะทั้งความต้องการทางร่างกายและความต้องการทางเศรษฐกิจคือจะมีความละเอียดอ่อนกว่าสินค้าทั่วไป ดังจะเห็นได้จาก ราคาผลผลิตการเกษตร ที่อ่อนไหวมีความไม่มั่นคงสูง บางครั้งราคาจะสูง บางครั้งราคาจะต่ำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าเกษตร ที่เด่นชัด นอกเหนือจากปัจจัยอิทธิพลทั่วไปที่กล่าวมาแล้ว โดยเฉพาะปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อการบริโภคทางกายภาพ ได้แก่ ปัจจัยต่อไปนี้

##### 4.3.1 ปัจจัยด้านประชากร

ประชากรถือเป็นปัจจัยโดยตรงที่มีกระทบต่อการบริโภคสินค้าเกษตร ทุกลักษณะของประชากร ไม่ว่าจะเป็นจำนวน ขนาด การกระจาย ถือเป็นผลในระดับกว้าง ส่วนในระดับบุคคลจะได้กล่าวในข้อต่อไป (ข้อ 4.3.3)

1) จำนวนประชากร เป็นปัจจัยโดยตรงที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลผลิตเกษตร ประชากรเพิ่มขึ้นการบริโภคอาหารก็เพิ่มขึ้น แม้ว่าจะมีปัจจัยอื่นๆ ประกอบ เช่น รายได้ก็ตาม เมื่อทุกคนต้องบริโภคอาหารมาจากผลผลิตการเกษตร ดังนั้นประชากรเพิ่มขึ้น ตลาดผลผลิตการเกษตร

ก็เพิ่มขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร แม้จะมีผลดีต่อการเพิ่มขึ้นของการบริโภคอาหาร แต่ต้องพอมะกับกิจกรรมความสามารถของการพัฒนาประเทศด้านอื่น ๆ ด้วย เพราะการเพิ่มแต่จำนวน แต่ไม่มีประสิทธิภาพก็จะมีประโยชน์และเป็นปัญหาสังคม

2) ขนาดของประชากร ขนาดในที่นี้หมายถึงวัยของประชากร วัยแรกเกิด วัยเด็ก วัยรุ่น วัยหนุ่มสาว วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา ในแต่ละวัย ปริมาณการบริโภค ลักษณะการบริโภค ชนิดอาหารที่ใช้บริโภค จะแตกต่างกัน ในช่วง 20 กว่าปีมานี้ อัตราการเพิ่มประชากรของไทยสูงถึง 4.3 เปอร์เซ็นต์ ปัจจุบันพวกนี้อยู่ในวัยรุ่นหนุ่มสาว การบริโภคอาหารของวัยนี้จะมีมาก ผู้ผลิตก็จะผลิตเพื่อตอบสนองของวัยหนุ่มสาว ในอนาคตอีกไม่นานพวกนี้จะเข้าสู่วัยผู้ใหญ่และชรา การบริโภคอาหารสำหรับวัยชรา ก็จะมีมากขึ้น

3) การกระจายเคลื่อนย้ายประชากร ประชากรที่เคลื่อนย้ายไปตามแหล่งอาชีพการงาน โดยเฉพาะการย้ายไปหางานทำในตัวเมืองใหญ่ ๆ ของประชากรตามชนบท จะเกิดผลกระทบการบริโภคในแต่ละท้องถิ่น ลักษณะอาหารที่บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับความเป็นอยู่ ที่ต้องการความเร็วและบริโภคได้ทันที จะมีปริมาณความต้องการสูงขึ้น รวมทั้งพวกอุตสาหกรรม การแปรรูปจะมีความจำเป็นมากขึ้น การขยายตัวทางความต้องการผลผลิตทางเศรษฐกิจ จะมีมากขึ้น

#### 4.3.2 ปัจจัยด้านรายได้

ในแง่การบริโภคผลผลิตการเกษตร รายได้จะเป็นปัจจัยสำคัญที่บุคคลจะต้องมีรายได้อย่างต่ำ เพื่อสนองความต้องการด้านปัจจัย 4 ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการยังชีพ รายได้ของประชาชนหากมีจำกัดโดยทั่วไปจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคอาหารประมาณ 1 ใน 3 ของรายได้ทั้งหมด ส่วนประชาชนที่ยากจนเกือบทั้งหมดของรายได้จะใช้บริโภคอาหาร ดังนั้นถ้าพิจารณาสัดส่วนของค่าใช้จ่ายด้านอาหาร ระหว่างกลุ่มคนที่มีรายได้แล้ว ผู้ที่มีรายได้สูงจะจ่ายเป็นค่าอาหารเป็นสัดส่วนที่ต่ำกว่าผู้มีรายได้ต่ำ การคาดคะเนความต้องการอาหารแต่ละชนิดของประเทศ อาจใช้ค่าความยืดหยุ่นในการเสนอซื้อเนื่องจากรายได้ (income elasticity of demand) เป็นเครื่องวัดได้ ค่าความยืดหยุ่นของรายได้ จะแสดงให้เห็นทราบว่า หากรายได้เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งเปอร์เซ็นต์ ปริมาณการบริโภคสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงไปกี่เปอร์เซ็นต์

$$E_y = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y}{Q}$$

- $E_y$  = ค่าความยืดหยุ่นในการเสนอซื้อเนื่องจากรายได้ .  
 $Q$  = ปริมาณซื้อผลผลิตของผู้บริโภค  
 $\Delta Q$  = ปริมาณซื้อผลผลิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง  
 $Y$  = รายได้ของผู้บริโภค  
 $\Delta y$  = รายได้ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ผลผลิตการเกษตร หรือ สินค้าประเภทอาหาร ส่วนใหญ่จะมีค่าความยืดหยุ่นของรายได้น้อยกว่า 1 เสมอ

การจัดการด้านการวางแผนการบริโภคสินค้าเกษตรที่เกี่ยวกับรายได้ของประชาชนนั้น การกระจายรายได้ ระหว่างกลุ่มชนของสังคมที่มีลักษณะเป็นธรรม คือความเหลื่อมล้ำของรายได้ระหว่างกลุ่มชนมีน้อย รายได้ไม่แตกต่างกันมาก จะส่งผลให้การบริโภคสินค้าเกษตรโดยส่วนรวมสูงขึ้น และการจัดการด้านการวางแผนการผลิต การบริโภคจะเป็นไปด้วยความสะดวก

#### 4.3.3 ปัจจัยด้านบุคคลากรที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าเกษตร

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคสินค้าเกษตรที่กล่าวมา คือ ปัจจัยประชากรและรายได้ของประชากรนั้น ถือเป็นปัจจัยโดยส่วนรวม ในการศึกษาสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคยังมีปัจจัยเฉพาะบุคคลอีกหลายอย่างที่เป็นตัวกำหนดการบริโภคให้แตกต่างกันออกไป ซึ่งจะส่งผลให้การตลาดผลผลิตการเกษตรแตกต่างกันออกไปด้วย การตัดสินใจของผู้บริโภคในเวลาและสถานที่ต่างๆจะไม่เหมือนกัน เพราะมีสิ่งที่แตกต่างกันหลายประการ

สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม บางคนจะมีความเคยชินต่อการบริโภคตั้งแต่เล็กจนโต บริโภคอาหารได้ไม่กี่ชนิด บางคนบริโภคตามหลักการคำสั่งสอนของศาสนา เช่น ไม่บริโภคเนื้อหมู ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ บริโภคเฉพาะผัก เป็นต้น สภาพของรายได้ที่แตกต่างกันระหว่างคนรวยคนจนทั้งในชนบทและในเมืองใหญ่ จะมีรายได้ที่ต่างกันมาก บางคนจะซื้อสินค้าราคาถูก คุณภาพไม่ดี บางคนจะซื้อแพงคุณภาพสินค้าดี นอกจากนี้ความแตกต่างกันบางท้องที่ แบบแผน ชนิดของสินค้าบริโภคจะแตกต่างกัน เช่น ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชาชนจะบริโภคข้าวเหนียว เป็นต้น การบริโภคของประชาชนในเทศกาลต่างๆ เป็นอีกอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละคน เช่น เทศกาลกินเจของชาวจีน จะมีการบริโภคผลไม้มากขึ้น ตูรุษจีน มีการบริโภคผลไม้ เป็ดไก่ หมู มากขึ้น เป็นต้น

ปัจจุบันสภาพการทำงานในเมืองใหญ่ ที่ต้องการความรวดเร็ว ความสะดวก ได้เปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภคแต่ละคนไปมาก อาหารสำเร็จรูป อาหารจานด่วน ได้รับความนิยมน่าขึ้น รับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น แม้ในบ้านการดำรงชีวิตก็ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมบริโภคเปลี่ยนไป แม้ในชนบทก็มีการเลียนแบบกันมากขึ้น

สิ่งเหล่านี้ เป็นการเปลี่ยนแปลงการบริโภคที่มีผลต่อการตลาดผลผลิตการเกษตรที่จะต้องปรับเปลี่ยนเพื่อสนองความต้องการการบริโภคของบุคคล รวมทั้งผู้ผลิตที่จะต้องผลิตผลผลิตหลากหลายชนิดขึ้น ด้วยคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค

#### 4.3.4 การขยายความต้องการทางกายภาพสินค้าเกษตร

การขยายปริมาณทางกายภาพสินค้าเกษตรภายในประเทศ เป็นไปตามสภาพปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านประชากรนั้น ความต้องการอาหารจะเพิ่มตามจำนวนประชากรที่จริง แต่ปัจจัยอื่นๆ จะเป็นตัวประกอบที่สำคัญ เช่น นโยบายส่งเสริมการบริโภคผลผลิตเกษตรให้มากขึ้นเพื่อทดแทนการบริโภคผลผลิตเกษตรจากต่างประเทศซึ่งมีแนวโน้มมากขึ้นในปัจจุบัน ทั้งพวกผลไม้ เนื้อสัตว์และอื่นๆ แต่ทั้งนี้จะต้องควบคุมการผลิตภายในประเทศให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการด้วยดังเช่นพวกเนื้อวัวที่มีคุณภาพที่ใช้ในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ผลไม้ในประเทศมีแทบทุกชนิดและทุกฤดูกาลตลอดปี ไม่จำเป็นต้องบริโภคผลไม้จากต่างประเทศ ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือความยากจนของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายการบริโภคสินค้าเกษตร ประเทศต้องแก้ปัญหาเรื่องความยากจนให้ได้พร้อมกับขจัดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้อย่างมั่นคง นอกจากนี้การให้การศึกษาที่สูงขึ้นจะเป็นการเพิ่มคุณภาพของคน เพิ่มความรู้ความฉลาดในการบริโภคในปริมาณที่มากขึ้นด้วย เทศกาลต่างๆ ในการให้ของขวัญคนใช้ ผลผลิตผลทางการเกษตรให้มากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการบริโภคตามความเชื่อทางศาสนาที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการบริโภคสินค้าเกษตรด้วยการให้ความรู้ทางด้านโภชนาการแก่ประชาชน จะเป็นการเพิ่มการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าของร่างกายมากขึ้น เช่น พวกนม เนย พืชผัก ผลไม้ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งการส่งเสริมทางด้านขบวนการตลาดเพื่อสร้างความสะดวกต่างๆ แก่ผู้บริโภค เหล่านี้ล้วนเป็นการขยายความต้องการการบริโภคผลผลิตเกษตรทางกายภาพภายในประเทศให้มากขึ้นทั้งสิ้น

#### 4.4 ความต้องการในการบริโภคสินค้าเกษตรทางเศรษฐกิจ

ความต้องการการบริโภคสินค้าเกษตรทางเศรษฐกิจ เป็นความต้องการที่เกี่ยวกับการเงิน การซื้อขายเพื่อมีรายได้ ดังนั้นธุรกิจต่างๆ ของการตลาดที่สำคัญๆ เช่น ธุรกิจการแปรรูปอุตสาหกรรมเกษตรต่าง ๆ ธุรกิจการส่งออกสินค้าเกษตรไปต่างประเทศ เป็นเรื่องที่สำคัญต่อการขยายตัว โดยส่วนรวมของผลผลิตการเกษตรของประเทศ โดยเฉพาะพวกอุตสาหกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตร เป็นเป้าหมายสำคัญ ต่อหลังการค้าผลผลิตการเกษตรระหว่างประเทศ ไม่ให้เสียเปรียบสินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ (ดูเรื่องการค้าผลผลิตการเกษตรระหว่างประเทศในบทต่อไป)

##### 4.4.1 ความต้องการในการส่งออกผลผลิตการเกษตรของประเทศ

เศรษฐกิจของประเทศไทย เติบโตอย่างรวดเร็วในอัตราที่สูง เป็นเวลาหลายปีติดต่อกัน ปัจจัยสำคัญที่สุดในการผลักดัน คือ การส่งออก การส่งออกของไทยได้ก้าวหน้ามากทุกรูปแบบผลิตภัณฑ์ ช่อง 5 ปีที่ผ่านมามูลค่าส่งออกโดยเฉลี่ย ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 19.1 ต่อปี ทำให้เศรษฐกิจไทยเติบโตด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8.4 ต่อปี หรือประมาณ 3 เท่าของการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลก

การส่งออกจึงถือเป็นภาคเศรษฐกิจหลักภาคหนึ่งของประเทศ ที่มีส่วนสร้างรายได้ และกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศ ทั้งในด้านการลงทุนและการบริโภค อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการส่งออกจะมีอัตราการขยายตัวที่สูง แต่การนำเข้ากลับมีการขยายตัวที่สูงกว่า ทำให้ต้องเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด (บัญชีการค้า+บัญชีบริการ+บัญชีรายได้+เงินโอน) ของประเทศอย่างมากอยู่ในขณะนี้ (2539) ปี 2537 ประเทศไทยขาดดุลบัญชีเดินสะพัด 203,200 ล้านบาท เนื่องมาจากดุลการค้าขาดดุลอยู่ถึง 226,800 ล้านบาท (ส่งออก 1,118,000 ล้านบาท นำเข้า 1,344,800 ล้านบาท) ปี 2538 (มกราคม-พฤศจิกายน) ประเทศไทยขาดดุลบัญชีเดินสะพัดมากถึง 294,000 ล้านบาท จึงจำเป็นที่รัฐบาลต้องหามาตรการแก้ไข ไมเช่นนั้น จะกระทบถึงดุลชำระเงินของประเทศ (ปี 2537 เท่ากับ 104,800 ล้านบาท มกราคม-พฤศจิกายน 2538 เท่ากับ 182,100) <sup>11</sup>

การส่งจากสินค้าเกษตรกรรมให้มากขึ้นน่าจะเป็นมาตรการทางหนึ่ง รวมไปถึงมาตรการอื่น ๆ เพราะสินค้าเกษตรกรรมเป็นสินค้าที่สำคัญของไทยมาแต่ดั้งเดิมในการส่งออก แม้ปัจจุบันจะมีมูลค่าเพียงประมาณ 1 ใน 4 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด คือ ประมาณ 0.25 ล้านบาทก็ตาม อัตราความต้องการผลผลิตการเกษตรเพื่อส่งออก ยังเพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงประมาณปีละ 4 เปอร์เซ็นต์ เมื่อปี 2537 มูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญ 10 อันดับแรก เรียงลำดับดังนี้ กุ้งสดแช่แข็ง ยาง ข้าว อาหารทะเลกระป๋อง น้ำตาลทราย ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไก่สดแช่แข็ง ปลาหมึกสดแช่แข็ง สับปะรดกระป๋อง ใบบายูบ และอื่น ๆ (ดูตารางที่ 4.1-4.3 ประกอบ)

<sup>11</sup> ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) "รายการเศรษฐกิจ กุมภาพันธ์ 2539 ปีที่ 29 ฉบับที่ 2" หน้า 73

ตาราง ปริมาณและมูลค่าสินค้าส่งออกที่สำคัญของการเกษตร

4.1 ข้าว ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ยาง และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

ปี	ข้าว		ข้าวโพด		ข้าวฟ่าง		ยาง		ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	
	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท
2530	4,463,654	22,702	1,622,655	3,849	145,967	353	859,293	19,848	5,687,814	20,681
2531	4,782,646	33,044	1,208,762	3,810	22,663	76	935,426	27,132	7,496,927	19,246
2532	6,037,031	44,803	1,125,883	4,077	27,525	85	1,135,613	26,450	9,325,303	21,758
2533	3,926,389	27,257	1,235,289	4,130	19,814	60	1,163,802	23,557	7,529,228	20,217
2634	3,993,460	29,559	1,232,131	3,885	118,777	391	1,328,698	26,384	6,382,494	19,841
2635	4,779,871	35,664	1,27,606	474	19,784	81	1,454,574	28,739	7,416,042	21,399
2536	4,802,369	31,480	212,921	710	5,886	21	1,530,756	29,181	6,687,694	17,218
2537	5,011,826	39,209	144,461	5,34	589	47	2,422,179	41,800	4,728,068	12,169
2538	5,938,569	46,792	106,293				1,720,000	60,245	3,296,594	
มกราคม	665,540	4,925	12,038	5 2	707	3	177,710	5,688	324,381	956
กุมภาพันธ์	658,493	4,682	8,770	57	270	2	148,146	5,447	164,255	466
มีนาคม	657,477	4,353	2,662	26	341	2	137,330	5,445	345,115	1,017
เมษายน	354,496	2,656	1,667	15	300	1	99,894	4,107	361,885	1,097
พฤษภาคม	655,052	4,672	1,206	8	7	0.12	131,094	5,298	422,940	1,313
มิถุนายน	440,262	3,302	726	5	0.1	0.005	160,773	6,136	320,388	1,055
กรกฎาคม	446,713	3,439	518	5			272,157	6,435	330,838	1,091
สิงหาคม	403,152	3,441	1,725	14			157,196	5,040	78,027	273
กันยายน	425,268	3,723	51,928	224			127,018	3,850	216,029	704
ตุลาคม	391,971	3,343	20,755	98	72	0.34	135,167	4,236	47,732	168

ที่มา : รายงานเศรษฐกิจธนาคารไทย



#### 4.2 ถั่วเขียว ไบยาลูป กระสอบและผลิตภัณฑ์ปอและน้ำตาลทราย

ปี	ถั่วเขียว		ไบยาลูป		กระสอบและผลิตภัณฑ์ปอ		น้ำตาลทราย	
	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท
2630	196,749	1,515	26,777	1,266	129,325	1,620	2,025,259	6,573
2531	161,897	1,649	31,311	1,351	108,882	1,509	1,883,155	9,787
2532	107,780	1,134	27,266	1,393	110,005	1,616	2,974,803	19,106
2533	142,621	1,346	34,204	1,842	85,626	1,426	2,382,404	17,946
2534	108,992	1,019	43,677	2,964	<b>80,454</b>	1,376	2,715,130	14,812
2635	59,367	641	58,346	3,599	57,490	1,087	3,517,435	18,177
2536	60,566	647	45,907	2,641	56,251	1,030	2,303,295	12,342
2537	57,534	649	36,645	2,207	53,217	954	2,630,609	17,156
2538							3,693,318	28,384
มกราคม	2,327	32	1,948	100	3,326	62	175,984	1,249
กุมภาพันธ์	2,282	34	1,816	112	3,682	68	209,674	1,578
มีนาคม	3,760	50	2,331	169	4,126	78	479,403	3,568
เมษายน	1,686	24	1,602	127	3,094	62	494,447	3,681
พฤษภาคม	2,655	37	1,085	80	2,893	57	666,166	5,024
มิถุนายน	2,455	36	2,941	188	3,638	72	712,607	6,672
กรกฎาคม	3,227	52	2,726	184	2,994	57	401,660	3,182
สิงหาคม	1,588	28	3,258	217	2,635	51	197,079	1,588
กันยายน	1,236	23	1,303	75	1,514	27	156,782	1,304
ตุลาคม	780	15	1,288	41	1,529	28	127,554	996
พฤศจิกายน							40,497	311
ธันวาคม							31,465	231

ที่มา : รายงานเศรษฐกิจธนาคารกรุงไทย

ประเทศลูกค้าผลผลิตเกษตรของไทย มีกระจายอยู่ทั่วโลก ที่สำคัญ คือ ช่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น มีปริมาณน้อย ขึ้นลงตามความต้องการของแต่ละประเทศ ซึ่งอาจจะเปลี่ยนไปในแต่ละปี เช่น ปี 2538-39 เยอรมันนี้ ซื้อข้าวไทยเกือบ 4 หมื่นตัน จีนซื้อกุ้งสดแช่แข็ง 3.2 หมื่นตัน แต่เท่าที่ผ่านมา ตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย คือ ช่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ประเทศแถบตะวันออกกลาง (ตลาดข้าว)

#### 4.3 กุ้งสด ปลาหมึกสด อาหารทะเลกระป๋อง สับปะรดกระป๋องและไก่สดแช่แข็ง

ปี	กุ้งสดแช่แข็ง		ปลาหมึกสดแช่แข็ง		อาหารทะเลกระป๋อง		สับปะรดกระป๋อง		ไก่สดแช่แข็ง	
	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท	เมตริกตัน	ล้านบาท
2530	33,493	5.666	61,491	4,166	227,189	13,220	259,606	3,729	12,683	601
2531	49,810	9,698	58,784	3,693	281,914	18,931	341,414	4,675	95,836	4,875
2532	70,208	16,689	69,224	5,250	311,286	19,967	345,248	4,400	109,304	6,466
2533	84,724	20,454	62,389	4,578	321,028	21,826	398,319	5,524	138,945	7,690
2534	121,240	26,680	60,719	5,340	376,507	26,161	417,669	7,264	164,176	10,276
2535	140,006	31,564	59,587	5,246	344,833	24,616	490,062	6,250	124,866	10,402
2536	148,864	37,968	58,295	5,669	394,398	25,940	503,194	7,195	157,068	8,885
2537	199,097	49,057	60,209	7,056	417,527	32,091	701,547	6,522	152,950	9,849
2638	177,555		45,631							
มกราคม	13,336	3,716	4,034	553	26,387	2,379	27,852	697	11,337	739
กุมภาพันธ์	10,668	2,950	4,677	563	43,144	2,248	37,082	624	12,864	793
มีนาคม	14,463	4,191	5,524	692	32,329	2,570	54,693	739	15,127	975
เมษายน	11,938	3,475	4,026	480	23,312	2,158	68,142	502	12,283	759
พฤษภาคม	14,242	4,186	4,860	573	32,938	2,605	36,369	520	11,832	765
มิถุนายน	16,680	5,136	5,178	677	32,674	2,934	32,809	491	12,582	831
กรกฎาคม	13,369	4,104	4,925	693	29,173	2,701	24,484	366	10,545	671
สิงหาคม	13,138	4,173	4,216	595	29,348	2,936	19,825	294	12,157	776
กันยายน	17,195	4,955	5,040	648	28,133	3,265	19,452	300	13,446	868
ตุลาคม	17,355	4,843	4,557	587	31,662	3,757	16,579	279	12,770	832

ที่มา : รายงานเศรษฐกิจธนาคารกรุงไทย

ญี่ปุ่น ไต้หวัน (ตลาดข้าวโพด) ญี่ปุ่น เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ (ตลาดมันสำปะหลัง) สหรัฐอเมริกา ยุโรป ฮองกง มาเลเซีย (ตลาดน้ำตาล) ฮองกง ญี่ปุ่น ยุโรป (ตลาดยาง) ญี่ปุ่น ยุโรป (ตลาดผลิตภัณฑ์ปอ) เป็นต้น

#### 4.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการการส่งออกสินค้าเกษตร

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยในแต่ละปี ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ดังต่อไปนี้

1) ความต้องการของประเทศผู้ซื้อ ประเทศผู้ซื้อสินค้าเกษตร หรือ ประเทศผู้นำเข้า มีความต้องการ มีความต้องการผลิตผลเกษตรจากต่างประเทศมากขึ้นอยู่ปัจจัยภายในประเทศของเขา คือ ก. ความต้องการใช้ภายในประเทศ ทั้งความต้องการบริโภคและความต้องการทางเศรษฐกิจ ข. ความสามารถในการผลิตของประเทศ คือถ้าผลิตได้มาก ความต้องการนำเข้าจะมีน้อย หากผลิตได้น้อยความต้องการนำเข้าก็มีมาก

ค. การแข่งขันในตลาดโลก คือสินค้าเกษตรกรรมนั้น มีการผลิตในหลายประเทศ และต่างก็ต้องการส่งออก เช่นนี้การแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกทั้งหลายจะมีมาก กล่าวอีกน้อยหนึ่งก็คือ ปริมาณความต้องการของตลาดโลกมีน้อยกว่าปริมาณการผลิตนั่นเอง

2) นโยบายของประเทศผู้ส่งออก เกี่ยวกับปริมาณการผลิต ความต้องการภายในและการส่งออก คือ ถ้าปริมาณผลิตมีมากไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้ผลผลิตเกินความต้องการภายใน ก็จะมีผลผลิตส่งออกมาก กรณีนี้เป็นสภาวะดั้งเดิมของการส่งออกสมัยเก่า คือส่งออก สินค้าที่เหลือการบริโภคภายใน เป็นนโยบายที่ล้าสมัยแล้ว ปัจจุบันจะเป็นการผลิตเพื่อส่งออกโดยตรง โดยมีปริมาณและชนิดสินค้าตามความต้องการของประเทศลูกค้า ทั้งนี้ต้องไม่กระทบความต้องการภายในด้วย

3) การช่วยเหลือกันของประเทศคู่ค้า เช่น กรณีประเทศหนึ่ง มีดุลการค้าเสียเปรียบมาก ประเทศคู่ค้าที่ดุลการค้าได้เปรียบอาจมีข้อตกลงกันนำเข้าสินค้าจากประเทศที่เสียเปรียบให้มากขึ้น

4) ประเทศผู้ซื้อเข้ามาลงทุนผลิตสินค้าสนองความต้องการของประเทศผู้ซื้อเอง เช่น ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมที่จะผลิตสินค้าจากสินค้าการเกษตรที่มีการผลิตมากเป็นวัตถุดิบป้อนโรงงานอุตสาหกรรมของผู้ซื้อ ทำให้ผู้ซื้อสามารถผลิตสินค้า ตรงตามที่เขาต้องการ พร้อมทั้งมีความมั่นคงและปลอดภัย ในการนำเข้าของเขา