

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาเศรษฐกิจ

สินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทย 5 รายการ

กรณีศึกษาอุตสาหกรรม

อาหารแปรรูป



ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เสนอ

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์

กรกฎาคม 2542

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาเศรษฐกิจ

สินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทย 5 รายการ

กรณีศึกษาอุตสาหกรรม: อาหารแปรรูป



Economics Documentation
and Information Center
Faculty of Economics
Chulalongkorn University

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เสนอ

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์

กรกฎาคม 2542



สถาบันวิทยสิริ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เลขที่	398.1107/197๓
เลขหนังสือ	2829
วันที่	๓ ส.ค. 2542

รายชื่อคณะผู้ศึกษาในโครงการ

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| 1. อ.ดร.ชโยดม สรรพศรี | หัวหน้าโครงการวิจัย |
| 2. ผศ.ดร.ไศตถิธร มัลลิกะมาส | ผู้วิจัย |
| 3. ผศ.ดร.นวลน้อย ตริรัตน์ | ผู้วิจัย |
| 4. อ.ดร.ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ | ผู้วิจัย |
| 5. นายมานพ ครุพงศ์ | ผู้ช่วยวิจัย |
| 6. นายกฤษณ์เลิศ สัมพันธ์รักษ์ | ผู้ช่วยวิจัย |
| 7. นางสาวอณูวรรณ วงศ์พิเชษฐ์ | ผู้ช่วยวิจัย |
| 8. นางสาวจิราพร เกียรติสงเสริม | ผู้ช่วยวิจัย |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะผู้ศึกษาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

นักวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไศตถิธร มัลลิกะมาส
ผู้ช่วยวิจัย นายมานพ ทรัพย์วงศ์
นายกฤษณ์เลิศ สัมพันธ์รักษ์
นางสาวอนุวรรณ วงศ์พิเชษฐ์
นางสาวจิราพร เกียรติสงเสริม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำนำ

รายงานผลการวิจัย เรื่อง โครงการศึกษาเศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทย 5 รายการ ซึ่งจัดทำโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกประเทศที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกในเชิงเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้และความเข้าใจทางด้านเศรษฐกิจ และการสร้างแบบจำลองในการศึกษาการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยในอนาคตให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งโครงการนี้ได้รับเงินสนับสนุนเพื่อการศึกษาจากกระทรวงพาณิชย์

คณะผู้ศึกษาโครงการขอขอบพระคุณ ท่านรองอธิบดีกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (นายชรินทร์ หาญสืบสาย) ประธานคณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง ตลอดจนคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านที่ให้การสนับสนุนในการทำงานวิจัยนี้มาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้อำนวยการกองวิจัยสินค้า (นางสาวลีนา พงษ์พุกกา), นายสินาด โสมขันเงิน, นางอัญญา จิรเมธาวร, นางลัดดาวัลย์ สมิตชาติ, และนางพรทิพย์ ภู่วโรดม ที่ช่วยกรุณาประสานงานในด้านต่างๆ ให้งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ตีรณ พงศ์มพัฒน์ ที่ปรึกษาโครงการของคณะผู้ศึกษางานวิจัย นอกจากนั้นคณะผู้ศึกษาขอขอบคุณเจ้าหน้าที่จากกองวิจัยสินค้า และบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ให้ความร่วมมือสนับสนุนทางด้านข้อมูลและแนวคิดต่างๆ

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ ในการพัฒนารูปแบบการศึกษาและกลยุทธ์การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยในอนาคต

คณะผู้ศึกษา

กรกฎาคม 2542

สารบัญกลุ่มอาหารแปรรูป

	หน้า
รายชื่อคณะผู้ศึกษาในโครงการ	i
คณะศึกษาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป	ii
คำนำ	iii
สารบัญกลุ่มอาหารแปรรูป	iv
สารบัญตาราง	vii
สารบัญแผนภาพ	xiii
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	xxi
บทนำรวม	xxx
ส่วนที่ I: ผลิตภัณฑ์อาหารทะเล	
ปลาทูน่ากระป๋อง และกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูป	
บทที่ 1 การผลิตและการค้าของโลก	I-1
บทที่ 2 โครงสร้างการผลิตของไทย	I-3
บทที่ 3 โครงสร้างการค้าของไทย	I-9
บทที่ 4 ผลประมาณการ และการพยากรณ์ของปลาทูน่ากระป๋อง	I-24
บทที่ 5 ผลประมาณการ และการพยากรณ์ของกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูป	I-36
บทที่ 6 ปัญหา กฎระเบียบ และนโยบาย	I-46
บทที่ 7 สรุปและศักยภาพ	I-54
บรรณานุกรม	I-58
ตารางสถิติ	I-59
ภาคผนวก ก	I-71
ภาคผนวก ข	I-74
ภาคผนวก ค	I-77

สารบัญญกลุ่มอาหารแปรรูป (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ II: ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป	
2.1 สุกกรแปรรูป	
บทที่ 1 การผลิตและการค้าของโลก	II-1
บทที่ 2 โครงสร้างการผลิตของไทย	II-3
บทที่ 3 โครงสร้างการค้าของไทย	II-6
บทที่ 4 ผลประมาณการ และการพยากรณ์	II-13
บทที่ 5 กฎระเบียบการค้าประเทศคู่ค้าหลัก	II-20
บทที่ 6 ปัญหาการผลิตและการส่งออกสุกรแปรรูปของไทย	II-25
บทที่ 7 สรุปและศักยภาพ	II-26
บรรณานุกรม	II-27
ตารางสถิติ	II-28
2.2 ไก่แปรรูป	
บทที่ 1 การผลิตและการค้าของโลก	II-31
บทที่ 2 โครงสร้างการผลิตของไทย	II-34
บทที่ 3 โครงสร้างการค้าของไทย	II-40
บทที่ 4 ผลประมาณการ และการพยากรณ์	II-49
บทที่ 5 กฎระเบียบ/มาตรการค้า	II-56
บทที่ 6 ปัญหาด้านการผลิตและส่งออกไก่แปรรูปของไทย	II-58
บทที่ 7 สรุปและศักยภาพ	II-60
ตารางสถิติ	II-61
ภาคผนวก ก	II-65
ภาคผนวก ข	II-68
ภาคผนวก ค	II-70
ภาคผนวก ง	II-72
ภาคผนวก จ	II-74

สารบัญกลุ่มอาหารแปรรูป (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ III : ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูป	
3.1 สับประรดกระป๋องและน้ำสับประรดเข้มข้น	
บทที่ 1 การผลิตและการค้าของโลก	III-1
บทที่ 2 โครงสร้างการผลิตของไทย	III-10
บทที่ 3 โครงสร้างการค้าของไทย	III-14
บทที่ 4 ผลประมาณการ และการพยากรณ์ของสับประรดกระป๋อง	III-21
บทที่ 5 ผลประมาณการ และการพยากรณ์ของน้ำสับประรดเข้มข้น	III-33
บทที่ 6 ปัญหา กฎระเบียบ และนโยบาย	III-42
บทที่ 7 สรุปและศักยภาพ	III-48
บรรณานุกรม	III-52
ตารางสถิติ	III-54
3.2 ข้าวโพดหวาน	
บทที่ 1 การผลิตและการค้าของโลก	III-86
บทที่ 2 โครงสร้างการผลิตของไทย	III-100
บทที่ 3 การค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย	III-106
บทที่ 4 ผลประมาณการ และการพยากรณ์	III-116
บทที่ 5 นโยบายและมาตรการทางการค้า	III-120
บทที่ 6 ปัญหาการผลิตและการส่งออกของไทย	III-123
บทที่ 7 สรุปและศักยภาพ	III-125
บรรณานุกรม	III-129
ตารางสถิติ	III-130
ภาคผนวก ก	III-147
ภาคผนวก ข	III-150
ภาคผนวก ค	III-153
ภาคผนวก ง	III-155



สารบัญตาราง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง
ปลาทุ่นกระป๋อง และ
กุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูป

		หน้า
ตารางที่ 2.1	ปริมาณและมูลค่าการจับปลาโอของไทย	I-4
ตารางที่ 2.2	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็ง	I-5
ตารางที่ 2.3	โครงสร้างต้นทุนการผลิตทูน่ากระป๋อง	I-6
ตารางที่ 2.4	ปริมาณการจับกุ้งทะเล ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทย	I-7
ตารางที่ 2.5	ต้นทุนการผลิตกุ้งกระป๋องในน้ำเกลือ	I-8
ตารางที่ 4.1	ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกปลาทุ่นกระป๋องในตลาดต่างๆ	I-30
ตารางที่ 5.1	ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดต่างๆ	I-41
ตารางที่ 6.1	มาตรการภาษีและมาตรการอื่นๆ ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ในตลาดสำคัญ	I-52
ตารางที่ 7.1	เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันของไทยกับประเทศคู่แข่งสำคัญ	I-55

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง สุกรแปรรูป

	หน้า
แผนภาพที่ 3.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสุกรแปรรูปของไทย (HS 1602.490-009) ในตลาดหลัก	II-8
แผนภาพที่ 3.2 อัตราการขยายตัวการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยในตลาดหลัก (ร้อยละ)	II-9
แผนภาพที่ 3.3 สัดส่วนการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยในตลาดหลัก	II-10
แผนภาพที่ 4.1 ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกสุกรแปรรูปในตลาดต่างๆ	II-17



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ไก่แปรรูป

		หน้า
ตารางที่ 1.1	ผลผลิตเนื้อสัตว์ปีกของโลก	II-31
ตารางที่ 1.2	ความต้องการบริโภคและการส่งออกเนื้อสัตว์ปีก ของโลก	II-32
ตารางที่ 1.3	ความต้องการบริโภคและการส่งออกเนื้อไก่ของโลก	II-33
ตารางที่ 2.1	ปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออก ของเนื้อไก่	II-34
ตารางที่ 2.2	ต้นทุนการผลิตไก่เนื้อของไทยแยกตามปัจจัยการผลิต	II-36
ตารางที่ 2.3	เปรียบเทียบต้นทุนการผลิตไก่เนื้อของไทยกับสาธารณประชาชนจีน	II-37
ตารางที่ 2.4	สัดส่วนต้นทุนการผลิตไก่แปรรูป	II-38
ตารางที่ 3.1	การส่งออกไก่แปรรูป (HS 1602.390-007) ในตลาดที่สำคัญ ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา	II-42
ตารางที่ 3.2	การนำเข้าไก่แปรรูปของญี่ปุ่นในปี พ.ศ.2541 (ม.ค.-ส.ค.)	II-46
ตารางที่ 3.3	การนำเข้าไก่แปรรูปของสหภาพยุโรป	II-47
ตารางที่ 4.1	ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกไก่แปรรูปในตลาดต่างๆ	II-53

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง
สับประรดกระป๋องและน้ำสับประรดเข้มข้น

		หน้า
ตารางที่ 4.1	ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องในตลาดต่างๆ	III-29
ตารางที่ 5.1	ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกน้ำสับประรดเข้มข้นในตลาดต่างๆ	III-38



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง
ข้าวโพดหวาน

หน้า

ตารางที่ 4.1 ผลประมาณการอุปทานการส่งออกข้าวโพดหวานในตลาดต่างๆ

III-118



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญแผนภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ

ปลาทุ่นำกระป๋อง และ กึ่งกระป๋องและกึ่งแปรรูป

	หน้า
แผนภาพที่ 3.1 ส่วนแบ่งตลาดของปริมาณการส่งออกทุ่นำกระป๋องของโลก	I-11
แผนภาพที่ 3.2 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทุ่นำกระป๋องของไทย	I-12
แผนภาพที่ 3.3 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทุ่นำกระป๋องของไทย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	I-13
แผนภาพที่ 3.4 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทุ่นำกระป๋องของไทย ไปยังกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป	I-14
แผนภาพที่ 3.5 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทุ่นำกระป๋องของไทย ไปยังประเทศแคนาดา	I-16
แผนภาพที่ 3.6 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทุ่นำกระป๋องของไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น	I-17
แผนภาพที่ 3.7 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการส่งออกทุ่นำกระป๋องของไทย ไปยังประเทศออสเตรเลีย	I-18
แผนภาพที่ 3.8 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูป ของไทย	I-20
แผนภาพที่ 3.9 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูป ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา	I-21
แผนภาพที่ 3.10 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูป ไปยังประเทศญี่ปุ่น	I-22
แผนภาพที่ 3.11 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูป ไปยังประเทศสหภาพยุโรป	I-23
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาปลาทุ่นำกระป๋องของไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกา	I-24
แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาปลาทุ่นำกระป๋องของไทย ในตลาดสหภาพยุโรป	I-26

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

ทูน่ากระป๋องและกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูป

		หน้า
แผนภาพที่ 4.3	ปริมาณการส่งออกและราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทย ในตลาดญี่ปุ่น	I-27
แผนภาพที่ 4.4	ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างปลาทูน่ากระป๋องของไทยกับคู่แข่ง ในตลาดสำคัญ	I-27
แผนภาพที่ 4.5	ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาด สหรัฐอเมริกา	I-33
แผนภาพที่ 4.6	ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาด สหภาพยุโรป	I-34
แผนภาพที่ 4.7	ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาด ญี่ปุ่น	I-35
แผนภาพที่ 5.1	ปริมาณการส่งออกและราคากุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกา	I-36
แผนภาพที่ 5.2	ปริมาณการส่งออกและราคากุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทย ในตลาดสหภาพยุโรป	I-37
แผนภาพที่ 5.3	ปริมาณการส่งออกและราคากุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทย ในตลาดญี่ปุ่น	I-38
แผนภาพที่ 5.4	ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างกุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยกับคู่แข่ง ในตลาดสำคัญ	I-39
แผนภาพที่ 5.5	ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาด สหรัฐอเมริกา	I-43
แผนภาพที่ 5.6	ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาด สหภาพยุโรป	I-44
แผนภาพที่ 5.7	ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาด ญี่ปุ่น	I-45

สารบัญแผนภาพ สุกรแปรรูป

	หน้า
แผนภาพที่ 1.1 ผู้ส่งออกเนื้อและผลิตภัณฑ์สุกรที่สำคัญของโลก	II-2
แผนภาพที่ 3.1 การส่งออกของไทยไปยังตลาดหลักช่วงปี พ.ศ.2537-2541	II-8
แผนภาพที่ 3.2 มูลค่าการส่งออกสุกรแปรรูปรายเดือนในช่วงปี พ.ศ.2534-2541	II-10
แผนภาพที่ 3.3 อัตราการขยายตัวด้านปริมาณและมูลค่าการส่งออกในช่วงปี พ.ศ.2537-2541	II-10
แผนภาพที่ 3.4 สัดส่วนการส่งออก	II-11
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาสุกรแปรรูปของไทยในตลาดฮ่องกง	II-13
แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาสุกรแปรรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น	II-14
แผนภาพที่ 4.3 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างสุกรแปรรูปของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ	II-15
แผนภาพที่ 4.4 ผลพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสุกรแปรรูปในตลาดฮ่องกง	II-18
แผนภาพที่ 4.5 ผลพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสุกรแปรรูปในตลาดญี่ปุ่น	II-19

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ ไม้แปรรูป

	หน้า
แผนภาพที่ 1.1 ผลผลิตเนื้อสัตว์ปีก/เนื้อไก่ของโลกในช่วงปี พ.ศ.2536-2541	II-31
แผนภาพที่ 1.2 ความต้องการบริโภคและการส่งออกเนื้อสัตว์ปีกของโลก ในช่วง พ.ศ.2537-2541	II-32
แผนภาพที่ 1.3 ความต้องการการบริโภคและส่งออกเนื้อไก่ของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2537-2541	II-33
แผนภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการแปรรูปไม้แปรรูปของไทย	II-40
แผนภาพที่ 3.2 ตลาดส่งออกของไม้แปรรูปของไทย ปี พ.ศ.2541	II-42
แผนภาพที่ 3.3 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกไม้แปรรูปของไทย ในช่วงปี พ.ศ.2537-2541	II-43
แผนภาพที่ 3.4 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการส่งออกไม้แปรรูปของไทย ในช่วงปี พ.ศ.2537-2541	II-43
แผนภาพที่ 3.5 มูลค่าการส่งออกไม้แปรรูปรายเดือนในช่วงปี พ.ศ.2534-2541	II-44
แผนภาพที่ 3.6 สัดส่วนการนำเข้าไม้แปรรูปด้านปริมาณของญี่ปุ่นปี พ.ศ.2541	II-45
แผนภาพที่ 3.7 สัดส่วนการนำเข้าไม้แปรรูปด้านมูลค่าของญี่ปุ่นปี พ.ศ.2541	II-45
แผนภาพที่ 3.8 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเนื้อไม้แปรรูปจากไทยของสหภาพยุโรป	II-48
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาไม้แปรรูปของไทยในตลาด สหภาพยุโรป	II-49
แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาไม้แปรรูปของไทยในตลาด ญี่ปุ่น	II-50
แผนภาพที่ 4.3 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างไม้แปรรูปของไทยกับคู่แข่ง ในตลาดที่สำคัญ	II-51
แผนภาพที่ 4.4 ผลพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกไม้แปรรูปในตลาดสหภาพยุโรป	II-54
แผนภาพที่ 4.5 ผลพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกไม้แปรรูปในตลาดญี่ปุ่น	II-55

สารบัญแผนภาพ

สับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดเข้มข้น

	หน้า
แผนภาพที่ 1.1 การนำเข้าสับปะรดกระป๋องของโลก	III-1
แผนภาพที่ 1.2 การนำเข้าผลไม้กระป๋องของสหรัฐอเมริกา	III-2
แผนภาพที่ 1.3 การนำเข้าน้ำสับปะรดของโลก	III-4
แผนภาพที่ 1.4 การนำเข้าน้ำสับปะรดกระป๋องของสหรัฐอเมริกา	III-5
แผนภาพที่ 1.5 การนำเข้าน้ำสับปะรดของญี่ปุ่น	III-6
แผนภาพที่ 1.6 การส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลก	III-7
แผนภาพที่ 1.7 การส่งออกน้ำสับปะรดของโลก	III-8
แผนภาพที่ 2.1 ผลผลิตสับปะรดสดของไทย	III-10
แผนภาพที่ 3.1 ปริมาณส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย	III-15
แผนภาพที่ 3.2 ตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องที่สำคัญของไทย	III-17
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาด สหรัฐอเมริกา	III-22
แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาด สหภาพยุโรป	III-23
แผนภาพที่ 4.3 ปริมาณการส่งออกและราคาสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาด ญี่ปุ่น	III-24
แผนภาพที่ 4.4 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างสับปะรดกระป๋องของไทยกับคู่แข่ง ในตลาดสำคัญ	III-24
แผนภาพที่ 4.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องในตลาด สหรัฐอเมริกา	III-30
แผนภาพที่ 4.6 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องในตลาด สหภาพยุโรป	III-31
แผนภาพที่ 4.7 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องในตลาด ญี่ปุ่น	III-32

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)
สับประรดกระป๋องและน้ำสับประรดเข้มข้น

	หน้า
แผนภาพที่ 5.1 ปริมาณการส่งออกและราคาสับประรดเข้มข้นของไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกา	III-33
แผนภาพที่ 5.2 ปริมาณการส่งออกและราคาน้ำสับประรดเข้มข้นของไทย ในตลาดสหภาพยุโรป	III-34
แผนภาพที่ 5.3 ปริมาณการส่งออกและราคาน้ำสับประรดเข้มข้นของไทย ในตลาดญี่ปุ่น	III-35
แผนภาพที่ 5.4 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างน้ำสับประรดเข้มข้นของไทยกับคู่แข่ง ในตลาดสำคัญ	III-35
แผนภาพที่ 5.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกน้ำสับประรดเข้มข้นในตลาด สหรัฐอเมริกา	III-39
แผนภาพที่ 5.6 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกน้ำสับประรดเข้มข้นในตลาด สหภาพยุโรป	III-40
แผนภาพที่ 5.7 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกน้ำสับประรดเข้มข้นในตลาด ญี่ปุ่น	III-41

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ ข้าวโพดหวาน

	หน้า
แผนภาพที่ 1.1 สัดส่วนปริมาณการส่งออกและผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก ปี พ.ศ.2540	III-87
แผนภาพที่ 1.2 สัดส่วนส่งออกข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540	III-89
แผนภาพที่ 1.3 สัดส่วนส่งออกข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป ปี พ.ศ.2540	III-90
แผนภาพที่ 1.4 สัดส่วนปริมาณนำเข้าข้าวโพดหวานของโลก ปี พ.ศ.2540	III-92
แผนภาพที่ 1.5 สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป ปี พ.ศ.2540	III-94
แผนภาพที่ 1.6 สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของญี่ปุ่น ปี พ.ศ.2540	III-96
แผนภาพที่ 1.7 สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540	III-97
แผนภาพที่ 1.8 สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของสาธารณรัฐเกาหลี ปี พ.ศ.2540	III-99
แผนภาพที่ 2.1 ปริมาณการผลิตข้าวโพดหวานแต่ละประเภท	III-102
แผนภาพที่ 2.2 สัดส่วนต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน	III-105
แผนภาพที่ 3.1 สัดส่วนการจำหน่ายข้าวโพดหวานของไทย ปี พ.ศ.2541	III-107
แผนภาพที่ 3.2 สัดส่วนปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานของไทย ปี พ.ศ.2541	III-113
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาข้าวโพดหวานของไทยในตลาดโลก	III-116
แผนภาพที่ 4.2 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศของไทยกับคู่แข่ง ในตลาดสำคัญ	III-117
แผนภาพที่ 4.3 ผลการพยากรณ์อุปทานการส่งออกข้าวโพดหวานของโลก	III-119

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร อาหารแปรรูป

บทบาทความสำคัญ

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยเนื่องจากการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์รากฐานที่เกี่ยวข้องกับคนไทยจำนวนมาก ปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปที่มีคุณภาพดี และมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมด้านวัตถุดิบทางการเกษตร รวมทั้งมีศักยภาพของผู้ประกอบการของไทยที่สามารถพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาดโลก โดยในปี พ.ศ.2540 และ พ.ศ.2541 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารมีถึง 201,280 ล้านบาท และ 250,587.9 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 24.5 ตลาดส่งออกอาหารที่สำคัญของไทยได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และประเทศในกลุ่มอาเซียน

อย่างไรก็ดีจากภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น การร่วมมือในการกำหนดเขตการค้าเฉพาะ การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบนำเข้า การใช้ข้อกีดกันทางการค้าจากมาตรการที่มีใช้ภาษี โดยเฉพาะด้านการกำหนดมาตรฐานด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมทำให้อุตสาหกรรมผลิตอาหารของไทยต้องเร่งเพิ่มขีดความสามารถทางด้านการผลิตและปรับกลยุทธ์ในการส่งออก

วัตถุประสงค์

งานศึกษาวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปส่งออกและจะเน้นศึกษาปัจจัยที่กำหนดปริมาณการส่งออกในตลาดหลัก โดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ โดยปัจจัยที่กำหนดปริมาณการส่งออก ได้แก่ ราคาส่งออกคิดในรูปเงินสกุลของประเทศผู้นำเข้า รายได้ของประเทศผู้นำเข้า ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างสินค้าของไทยกับราคาสินค้าคู่แข่งในตลาดนำเข้า ฤดูกาล ปริมาณผลผลิต หรือราคาวัตถุดิบที่สำคัญ

ขอบเขตการศึกษา

ในงานศึกษาวิจัยฉบับนี้จะครอบคลุมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป 3 กลุ่มใหญ่ ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ได้แก่
 - 1.1) ปลาทูน่ากระป๋อง
 - 1.2) กุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูป
2. ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป ได้แก่
 - 2.1) สุนัขแปรรูป
 - 2.2) ไก่แปรรูป
3. ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูป ได้แก่
 - 3.1) สับประรดกระป๋อง
 - 3.2) น้ำสับประรด
 - 3.3) ข้าวโพดหวาน

การศึกษาจะวิเคราะห์ปริมาณการส่งออกรายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2541 โดยใช้ข้อมูลจากกรมศุลกากร รายพิภพตัดสินค้าส่งออกเป็นหลัก

1. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเล

1.1 ปลาทูน่ากระป๋อง

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องอันดับสองของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา แต่ในด้านการส่งออกประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ ฟิลิปปินส์ โกลด์คอสต่า เป็นต้น โดยในปี พ.ศ.2541 ปริมาณการส่งออก 227,319 ตัน มูลค่า 611.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 11.6 และ 9.7 ตามลำดับ โดยตลาดส่งออกหลักได้แก่ สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป แนวโน้มการส่งออกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มชะลอตัวลงเนื่องจาก 1) การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากประเทศคู่แข่ง ซึ่งได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และประเทศในกลุ่ม ACP และ ANDEAN และ 2) การลดลงของปริมาณปลาทูน่าสดของโลก

จากการศึกษาวิจัยกำหนดการส่งออกโดยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น นอกจากนั้นพบว่าฤดูกาลมีผลต่อการส่งออกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา การส่งออกจะสูงในไตรมาสที่ 4 เนื่องมาจากผลกระทบของโควต้าภาษีนำเข้า ในการศึกษาไม่พบผลกระทบของปัจจัยทางด้านรายได้ของประเทศผู้นำเข้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นยังพบปัจจัย

จากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากประเทศในกลุ่ม ACP ต่อการส่งออกปลาทุ่นน้ำกระป๋องของไทยทางด้านลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การพยากรณ์ทางเศรษฐกิจพบว่าปริมาณการส่งออกปลาทุ่นน้ำกระป๋องและอัตราการผลิตเปลี่ยนแปลงของการส่งออกของไทยในปี พ.ศ.2542 ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาจะมีปริมาณ 28,635 ตัน หรือลดลงในอัตรา 18.6% สหภาพยุโรป 39,368 ตัน เพิ่มขึ้นในอัตรา 2% และญี่ปุ่น 8,059 ตัน ลดลงในอัตรา 0.6% ทำให้การส่งออกของไทยไปยังสหภาพยุโรปมีปริมาณมากกว่าการส่งออกของสหรัฐอเมริกา

นโยบาย : ปลาทุ่นน้ำกระป๋อง

- เนื่องจากในอุตสาหกรรมส่งออกปลาทุ่นน้ำกระป๋องการแข่งขันด้านราคาเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นผู้ผลิตจำเป็นต้องบริหารจัดการต้นทุนให้อยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาจะต้องพัฒนาความสามารถในการบริหารความเสี่ยงด้วยอัตราแลกเปลี่ยน นอกจากนี้จำเป็นต้องดำเนินการเร่งพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นข้อได้เปรียบประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่า

- นโยบายอัตราแลกเปลี่ยน ระดับอัตราแลกเปลี่ยนในระดับที่เหมาะสมและมีเสถียรภาพมีส่วนสำคัญในการกำหนดความสามารถในการส่งออก นอกจากนี้ยังจะต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนของคู่แข่งทางการค้าจากกลุ่มประเทศแอฟริกา และละตินอเมริกา ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญของการส่งออกปลาทุ่นน้ำกระป๋องของไทยในอนาคต

- ในกรณีที่ภาคเอกชนจำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปในประเทศที่ได้เปรียบในเชิงต้นทุน ภาครัฐจำเป็นต้องดำเนินการส่งเสริมและช่วยเหลือ เพื่อให้ภาคเอกชนได้รับความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม ACP และ ANDEAN

- ทางการจำเป็นต้องเจรจาต่อรองกับสหภาพยุโรปทางด้านสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) ทั้งนี้เพราะการถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษี GSP จะต้องมีผลกระทบทางด้านลบต่อการส่งออกของไทย

1.2 กุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูป

อุตสาหกรรมกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อุตสาหกรรมเลี้ยงกุ้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยสามารถผลิตและส่งออกกุ้งกระป๋อง และ

กุ้งแปรรูปโดยมีปริมาณการผลิตและส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยในปี พ.ศ.2541 ประเทศไทยสามารถส่งออกได้ปริมาณ 84,645 ตัน และมีมูลค่า 901.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือเพิ่มขึ้น 5.7% จากปี พ.ศ. 2540 เนื่องจากผู้นำเข้าสำคัญโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นมีความต้องการบริโภคในลักษณะของ Semi-cooked และ Ready to Eat มากขึ้น เช่น กุ้งค็อกเทล กุ้งชุบแป้ง ต้มยำ และกุ้งต้มปอกเปลือก เป็นต้น

จากผลการศึกษาผลทางเศรษฐกิจพบว่าการส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจมาจากความสามารถในด้านการตลาดหรือด้านการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยด้านราคายังไม่แสดงความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งน่าจะหมายความว่าปริมาณการส่งออกกุ้งกระป๋อง และกุ้งแปรรูปไม่ขึ้นอยู่กักระดับราคา หรือต้นทุนในการผลิตเป็นสำคัญ นอกจากนั้นพบว่าปัจจัยด้านฤดูกาลมีผลต่อการส่งออกในทั้ง 3 ตลาด โดยการส่งออกมีแนวโน้มสูงในไตรมาสที่ 4 จากการพยากรณ์คาดว่า การส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ.2542

นโยบาย : กุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูป

- ในการส่งเสริมการส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปในตลาดญี่ปุ่นและยุโรป จะเป็นการพัฒนารูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาการตลาดมากกว่ากลยุทธ์ด้านราคา อุปสงค์การส่งออกไม่อ่อนไหวต่อระดับราคา ในขณะที่ในตลาดสหรัฐอเมริกา กลยุทธ์ด้านราคามีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งจากประเทศแคนาดา ดังนั้นการควบคุมต้นทุนเป็นสิ่งจำเป็น

- ภาครัฐต้องส่งเสริมและกำกับคุณภาพของสินค้าในเรื่องสุขอนามัย

2. ผลกระทบเนื้อสัตว์แปรรูป

2.1 สุกเกอร์แปรรูป

ในช่วงที่ผ่านมาการส่งออกสุกเกอร์แปรรูปของไทยในปัจจุบันนับว่ายังมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกไม่สูงมากนัก แต่อย่างไรก็ดีการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นมาตามลำดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดญี่ปุ่น ตลาดส่งออกสุกเกอร์แปรรูปของไทย ได้แก่ ตลาดญี่ปุ่นและตลาดฮ่องกง ปัญหาสำคัญของการส่งออกสุกเกอร์แปรรูป คือ ปัญหาโรคปากเปื่อยเท้าเปื่อย และปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งรายอื่นๆ

จากการศึกษาเศรษฐกิจพบว่าปัจจัยด้านราคาส่งออกและราคาวัตถุดิบภายในประเทศ และราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาการส่งออกของไทยกับประเทศคู่แข่งไม่มีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่นและฮ่องกงนอกจากนั้นพบว่า ปัจจัยด้านฤดูกาลมีผลต่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยการส่งออกจะสูงสุดในไตรมาสที่ 4 ในขณะที่การส่งออกไปยังประเทศฮ่องกง ปัจจัยทางฤดูกาลไม่มีผลในทางสถิติต่อการส่งออก

การพยากรณ์โดยแบบจำลองทางเศรษฐกิจคาดว่าปริมาณการส่งออกไปยังฮ่องกงจะมีค่า 107 ตันในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราเพิ่มขึ้น 15.8% ในขณะที่การส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นจะมี ปริมาณ 3,535 ตัน และมีอัตราเพิ่มขึ้น 10.5% ดังนั้นจะเห็นว่าแนวโน้มการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยน่าจะมีแนวโน้มดีในอนาคตโดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่น

นโยบาย : สุกรแปรรูป

ในการส่งเสริมการส่งออกสุกรแปรรูปควรเน้นด้านพัฒนารูปแบบ คุณภาพ และสุขอนามัยของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาด้านการตลาดเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะอุปสงค์ของการส่งออกไม่อ่อนไหวต่อราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ไก่แปรรูป

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกเนื้อไก่ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก สำหรับการผลิตไก่แปรรูปซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ไก่สดแช่แข็ง ผู้ผลิตมักจะเป็นรายเดียวกับผู้ผลิตไก่สดแช่แข็ง โดยจะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกมากกว่าการจำหน่ายในประเทศ แนวโน้มการส่งออกไก่แปรรูปของไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังค่าเงินบาทลอยตัว โดยในปี พ.ศ.2541 ปริมาณการส่งออกของไทยมีปริมาณ 62,336 ตัน และมีมูลค่า 8,654.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49.68% และ 74.81% ตามลำดับ คู่แข่งที่สำคัญของการส่งออกของไทย คือ จีน บราซิล และสหรัฐอเมริกา

โดยสรุปการศึกษาพบว่า การส่งออกไก่แปรรูปของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรปและตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจากการประมาณการปัจจัยด้านราคาจะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกไก่แปรรูปของไทย แต่จากการพยากรณ์การอ่อนตัวของค่าเงินบาท จะมีส่วนสำคัญ ต่อการส่งออกของไทย ในปี พ.ศ.2542 นอกจากนี้พบว่า การส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นยังขึ้นกับปัจจัยด้านฤดูกาลโดยจะส่งออกได้สูง ในไตรมาสที่ 4 การพัฒนารูปแบบและ

คุณภาพผลิตภัณฑ์และนโยบายอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสมจะมีส่วนสำคัญยิ่งต่อการส่งออกไม้แปรรูปของไทย

นโยบาย : ไม้แปรรูป

ในการส่งเสริมการส่งออกไม้แปรรูป ควรเน้นการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาด้านการตลาดเป็นหลัก ทั้งนี้เนื่องจากอุปสงค์ของการส่งออกไม่อ่อนไหวต่อราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูป

3.1 สับประรดกระป๋อง

ที่ผ่านมาประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก โดยมีคู่แข่งคือ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และ เคนยา ตามลำดับ โดยมีตลาดการค้าที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และ ญี่ปุ่น โดยในปี พ.ศ.2541 มีปริมาณการส่งออก 226,535 ตัน หรือมีอัตราลดลง 18.9% และมีมูลค่าการส่งออก 6,925 ล้านบาท หรือมีอัตราเพิ่ม 17.3% การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยได้ชะลอตัวอย่างมากในตลาดสหรัฐอเมริกานับตั้งแต่ปี พ.ศ.2538 เป็นต้นมา เมื่อถูกสหรัฐอเมริกาเก็บอากรต่อต้านการทุ่มตลาดโดยผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยได้หันไปให้ความสำคัญต่อการส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ โดยเฉพาะตลาดสหภาพยุโรปมากขึ้น ซึ่งในปี พ.ศ.2537 สัดส่วนการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีสูงถึงร้อยละ 49.5 ของปริมาณที่ไทยส่งออกทั้งหมด นอกจากนั้นการส่งออกลดลงในปี พ.ศ.2539-2540 เนื่องจากการขาดแคลนสับประรดสดที่จะป้อนโรงงาน

จากการประมาณทางแบบจำลองเศรษฐกิจ พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการส่งออกของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการที่ผู้ส่งออกไทยถูกเก็บภาษีการต่อต้านการทุ่มตลาดในตลาดสหรัฐอเมริกาและถูกมาตรการภาษี GSP ในตลาดสหภาพยุโรป จะทำให้ไทยเสียเปรียบในด้านการแข่งขัน การส่งออกสับประรดกระป๋องอย่างมาก และจากการคำนวณพบว่ามาตรการภาษี Antidumping ในอัตรา 24.64% ทำให้การส่งออกของไทยลดลงประมาณ 29% นอกจากนั้นพบว่าปัจจัยทางด้านฤดูกาลมีผลต่อการส่งออกโดยในตลาดสหรัฐอเมริกา การส่งออกจะอยู่ในระดับสูงในไตรมาสที่ 1 และ 2 และต่ำสุดในไตรมาสที่ 3 ในขณะที่ตลาดสหภาพยุโรปการส่งออกจะมีปริมาณสูงสุดในไตรมาสที่ 4 และต่ำสุดในไตรมาสที่ 3 และจากการศึกษาไม่พบปัจจัยทางด้านรายได้ต่อการส่งออกในทั้ง 3 ตลาด

นอกจากนั้นการที่สับปะรดกระป๋องของไทยไม่ได้รับสิทธิ GSP ในสหภาพยุโรปตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 เป็นต้นไป จะทำให้เสียเปรียบคู่แข่งอื่นๆ ที่ยังได้รับสิทธิ GSP

จากการพยากรณ์คาดว่าจะการส่งออกของไทยในปี พ.ศ.2542 ไปยังสหรัฐอเมริกาจะอยู่ในปริมาณ 40,490 ตัน หรือลดลง 0.5% และในตลาดสหภาพยุโรปปริมาณ 149,660 ตัน หรือลดลง 10.9% สำหรับในตลาดญี่ปุ่นมีปริมาณ 14,527 ตัน หรือลดลง 6.4% ทั้งการลดค่าเงินของไทยน่าจะมีส่วนทำให้ปริมาณการผลิตสับปะรดสดของไทยสูงขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อการส่งออกของไทยให้สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ดีการลดลงของค่าเงินในภูมิภาคอาจทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบคู่แข่งจากประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ในขณะที่ได้เปรียบประเทศคู่แข่งจากประเทศในกลุ่มแอฟริกา แนวนโยบายที่สำคัญ คือ การเร่งเจรจาต่อรองให้ไทยพ้นจากมาตรการ Antidumping และเร่งปรับต้นทุนการผลิต

3.2 น้ำสับปะรดกระป๋อง

ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลกโดยมีคู่แข่งคือ ฟิลิปปินส์และเคนยา ตามลำดับ โดยมีตลาดการค้าที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา แคนาดา และญี่ปุ่น ที่ผ่านมามีปริมาณส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปี พ.ศ.2539 การส่งออกมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากภาวะขาดแคลนสับปะรดสดซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญโดยปี พ.ศ.2541 ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดบรรจุภาชนะอัดลมมีปริมาณ 12,079 ตัน และมีมูลค่า 570.1 ล้านบาท หรือมีอัตราลดลง 23.2% ในขณะที่มูลค่ามีอัตราสูงขึ้น 14.4% นอกจากนั้นการส่งออกน้ำสับปะรดที่มีได้บรรจุภาชนะอัดลมมีปริมาณ 56,599 ตัน และมีมูลค่า 1,875.1 ล้านบาท หรือมีอัตราเพิ่มขึ้น 21.8% ในขณะที่มูลค่าลดลง 9.2%

จากการศึกษาประมาณการในทางเศรษฐกิจพบว่าระดับราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งไม่มีผลต่อการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น นอกจากนั้นพบว่าระดับรายได้มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในตลาดสหภาพยุโรป และพบว่าปัจจัยด้านฤดูกาลมีผลกระทบต่อส่งออกโดยการส่งออกจะมีแนวโน้มสูงในไตรมาสที่ 1 และ 2 และต่ำสุดในไตรมาสที่ 4

จากการพยากรณ์คาดว่าจะการส่งออกน้ำส้มประรดในปีพ.ศ.2542 ไปยังสหรัฐอเมริกาจะมี ปริมาณ 22,388 ตัน เพิ่มขึ้น 21.4% ในขณะที่การส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปในปี พ.ศ.2542 จะมีปริมาณ 54,097 ตัน หรือเพิ่มขึ้น 39.6% ดังนั้นคาดว่าจะการส่งออกน้ำส้มประรด ของไทยจะมีแนวโน้มที่ดีในอนาคต

นโยบาย : ส้มประรดกระป๋องและน้ำส้มประรดกระป๋อง

- เนื่องจากระดับราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งออกของไทย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ ต้องพยายามในการลดต้นทุนการผลิต อาทิเช่นการใช้พื้นที่เพาะปลูกส้มประรดอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาความรู้ทางด้านเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกร เป็นต้น

- นโยบายอัตราแลกเปลี่ยนที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และไม่ผันผวนเป็นสิ่งจำเป็นใน การตัดสินใจของชาวไร่ส้มประรด และความสามารถในการส่งออกของไทย

3.3 ข้าวโพดหวาน

การผลิตและการส่งออกข้าวโพดหวานแปรรูปของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดย ในปี พ.ศ.2541 สามารถส่งออกได้ 11,888 ตัน และมีมูลค่า 679 ล้านบาท หรือมีอัตราเพิ่ม 20.8% และ 49.1% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2540 ตามลำดับ ตลาดส่งออกสำคัญ คือ สหองกง สหภาพยุโรป และเกาหลีใต้ ผู้ผลิตรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท นิธิเวเนเจอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด โดย มีส่วนแบ่งการผลิตและส่งออกร้อยละ 80-85 ของปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานของไทย

จากการศึกษาโดยแบบจำลองทางเศรษฐมิติพบว่าอุปทานของการส่งออกข้าวโพดหวาน แปรรูปของไทยขึ้นอยู่กับระดับราคา ระดับผลผลิตข้าวโพดหวานแปรรูปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นจากการพยากรณ์โดยแบบจำลองคาดว่าจะปริมาณการส่งออกในปี พ.ศ.2542 จะอยู่ ในระดับ 23,927 ตัน หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 28 และการอ่อนตัวของค่าเงินบาทในช่วงที่ ผ่านมามีส่วนสำคัญทำให้ปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานแปรรูปของไทยน่าจะเพิ่มขึ้นอย่างมาก

นโยบาย : ข้าวโพดหวาน

- นโยบายด้านอัตราแลกเปลี่ยน ที่อยู่ในระดับที่เหมาะสมและมีเสถียรภาพ จะเป็น สิ่งจำเป็นต่ออุปทานของข้าวโพดหวาน

โดยสรุปการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรกรรมมีศักยภาพสูงในการส่งออกจะเห็นได้จากการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในผลิตภัณฑ์ กุ้งแปรรูป สุนัขแปรรูป ไก่แปรรูป ข้าวโพดหวานแปรรูป และน้ำสับปะรด เป็นต้น อย่างไรก็ตามในผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในส่วนที่ใช้เทคโนโลยีไม่สูงมากนัก เช่น สับปะรดกระป๋อง และปลาทูนากะป๋องต้องแข่งขันกับประเทศส่งออกอื่นๆ ในแถบอาเซียน และกลุ่มประเทศในแอฟริกา นอกจากนี้ประเทศไทยยังเสียเปรียบคู่แข่งในกรณีที่ถูกตัดภาษี GSP และมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด เป็นต้น ประกอบกับอุปสรรคของการส่งออกของไทยยังมีแนวโน้มที่จะถูกกีดกันจากประเทศผู้นำเข้า โดยอ้างมาตรการสุขอนามัยและมาตรการทางด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นในการเสริมศักยภาพการส่งออกของไทย ภาครัฐและเอกชนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากล และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และหาแนวทางในการลดต้นทุน เร่งพัฒนากลยุทธ์ในการแสวงหาตลาดเพิ่มเติมและเร่งสร้าง Brand Name ของตัวเอง นอกจากนี้นโยบายอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสมจะเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมศักยภาพในการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปของไทยในอนาคต

นโยบาย

เนื่องจากปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนและภาวะเศรษฐกิจในต่างประเทศของประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่ง เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ดังนั้นภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจะติดตามภาวะการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน และภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่ง เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางนโยบาย และเผยแพร่ให้ภาคธุรกิจเกษตรกรรมรับทราบ และปรับตัวให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทนำรวม

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารที่มีคุณภาพดีและมีชื่อเสียงที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการผลิตเพื่อการส่งออก การมีความพร้อมด้านวัตถุดิบรวมถึงศักยภาพของผู้ประกอบการของไทยที่สามารถพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาดได้ ทำให้ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารในอันดับต้น ๆ ของโลก หลายรายการ เช่น สับปะรดกระป๋อง ทุ่นากระป๋อง และกุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง เป็นต้น

ในระยะตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา ประเทศไทยส่งออกสินค้าอาหารไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศได้เฉลี่ยถึงปีละ 176,500 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.3 ของมูลค่าสินค้าที่ไทยส่งออกทั้งหมด และในปี พ.ศ.2540 ที่ผ่านมามีมูลค่าส่งออก 201,280 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ.2541 ส่งออกได้ 250,587.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากระยะเวลาเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ร้อยละ 24.5

ตลาดส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และอาเซียน

อย่างไรก็ตาม จากภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงมากขึ้น การร่วมมือในการกำหนดเขตการค้าเฉพาะ การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบนำเข้าของนานาประเทศ การใช้ข้อกีดกันทางการค้าจากมาตรการที่มีใช้ภาษี โดยเฉพาะการกำหนดมาตรฐานด้านสุขอนามัย และมาตรการที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานของไทยที่ลดลง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยผลักดันอุตสาหกรรมการผลิตอาหารของไทยต้องเร่งเพิ่มขีดความสามารถทางด้านการผลิต และปรับกลยุทธ์ในการส่งออก เพื่อรักษาความเป็นประเทศ ผู้นำด้านการส่งออกสินค้าอาหารของโลกไว้ต่อไป

1. วัตถุประสงค์

งานศึกษาวิจัยส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบ

- 1) ศึกษาโครงสร้างการผลิตและการค้าของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทยและต่างประเทศ

- 2) ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ตัวสินค้าส่งออกประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร โดยมีปัจจัยด้านอุปสงค์ได้แก่ ราคาสินค้าส่งออก อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งของไทย รายได้ของประเทศนำเข้า ปัจจัยด้านฤดูกาลในการนำเข้า นโยบายกีดกันทางการค้า ระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรม เป็นต้น รวมทั้งปัจจัยด้านอุปทานของสินค้าส่งออกประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร
- 3) ศึกษาอุปสงค์การส่งออกโดยแยกการศึกษาในแต่ละตลาดที่สำคัญสำหรับสินค้าส่งออกของไทย ในแต่ละประเภทเพื่อพิจารณาความแตกต่างและเปรียบเทียบระหว่างตลาดต่างๆ
- 4) ทำการประมาณการผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา อัตราภาษีนำเข้า อัตราแลกเปลี่ยน ต่อการอุปสงค์ส่งออก เพื่อนำไปสู่แนวนโยบายในการส่งเสริมการส่งออก

2. ขอบเขต

ในการศึกษานี้จะศึกษาถึงพฤติกรรมการส่งออกของอาหารแปรรูปของไทยโดยแบ่งผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มอาหารทะเลแปรรูป ประกอบด้วย ปลาทูน่ากระป๋อง และกุ้งกระป๋อง และกุ้งแปรรูป
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป ประกอบด้วย สุนัขแปรรูป และไก่แปรรูป
3. กลุ่มผักและผลไม้แปรรูป ประกอบด้วย สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดเข้มข้น และข้าวโพดหวาน

3. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการสร้างแบบจำลองมีดังนี้

- 1) ข้อมูลการส่งออกปริมาณและมูลค่ารายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2541 (ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า) จากกรมศุลกากร รายพิภพสินค้าส่งออก
- 2) ข้อมูลด้านอัตราแลกเปลี่ยน เงินเฟ้อ และระดับรายได้ของประเทศต่างๆ จากฐานข้อมูล Datastream และพยากรณ์ตัวแปรมหภาคจาก Consensus Survey ในเดือนตุลาคม พ.ศ.2541

4. แบบจำลอง

แบบจำลองอุปสงค์ต่อสินค้าส่งออกประเภทผลิตภัณฑ์อาหารของไทย

$$\log(Q_t^{ij}) = \beta_0 + \beta_1 \log(\text{price}_t^{ij}) + \beta_2 \log(\text{GDP}_t^j) + \beta_3 \log(\text{relative price index}_t^{ij}) + \beta_4 S_1 + \beta_5 S_2 + \beta_6 S_3 + \beta_7 \text{trend} + \beta_8 D_t + \beta_9 (\text{output of raw material}) + U_t$$

โดยที่ $U_t = \beta U_{t-1} + \varepsilon$, และ U_t คือค่าความคลาดเคลื่อน i คือสินค้า j ตลาดที่ j และ t คือไตรมาสที่ t

โดยที่ Q_t^{ij} = ปริมาณการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปประเภท i ไปยังตลาด j ณ ไตรมาส t

Price_t^{ij} = ราคาส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปของไทยประเภท i ไปยังตลาด j ณ ไตรมาส t ซึ่งรวมถึงมาตรการของภาชีนำเข้าในตลาดต่างๆ ในค่าเงินสกุลหลักของตลาด

$\text{Relative Price}_t^{ij}$ = ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างสินค้าอาหารแปรรูปของไทยประเภท i ประเทศคู่แข่งของไทยที่สำคัญในตลาด j ณ เวลาที่ t

GDP_t^j = ระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเบื้องต้นในตลาด j ณ ไตรมาส t

S_1 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 1

S_2 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 2

S_3 = ตัวแปรหุ่นไตรมาสที่ 3

Trend = แนวโน้มเวลา

D_t = ตัวแปรหุ่นแทนมาตรการกีดกันต่างๆ และการแข่งขันที่รุนแรง เช่น Anti Dumping, นโยบาย Quota, สิทธิพิเศษทางด้านภาชี GSP และการทุ่มตลาด เป็นต้น

Output of Raw Material = ปริมาณผลผลิตที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำคัญ ได้แก่ ปริมาณผลผลิตข้าวโพดหวาน ปริมาณผลผลิตสับปะรด และกุ้งสด

5. สมมติฐาน

การสร้างแบบจำลองอุปสงค์ต่อสินค้าส่งออกของไทยในแต่ละตลาดหลัก มีสมมติฐานดังต่อไปนี้

- 5.1) ระดับราคาสินค้าส่งออกเป็นปัจจัยกำหนดอุปสงค์การส่งออก โดยมีสมมติฐานว่ามีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออก
- 5.2) ระดับรายได้ของประเทศนำเข้า (GDP) โดยมีสมมติฐานว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของประเทศนำเข้ากับปริมาณการส่งออกสินค้าไทยเป็นบวกและอาจเป็นลบในกรณีที่เป็น INFERIOR GOODS
- 5.3) ราคาเปรียบเทียบระหว่างสินค้าส่งออกของไทยกับสินค้าจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดต่างๆ (Relative Price) โดยมีสมมติฐานว่าหากราคาของสินค้าไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งลดลง จะทำให้ปริมาณส่งออกของไทยสูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศ มีข้อสมมติว่าเกิดได้จาก
1) การเปลี่ยนแปลงของระดับต้นทุนในการผลิตของสินค้าในแต่ละประเทศ และ
2) ระดับอัตราแลกเปลี่ยน หากต้นทุนการผลิตหรืออัตราแลกเปลี่ยนของไทยลดลง น่าจะส่งผลทำให้ราคาเปรียบเทียบของไทยลดลงและปริมาณการส่งออกของไทยสูงขึ้น
- 5.4) ตัวแปรฤดูกาล (S) สมมติฐานของตัวแปรฤดูกาล คือ ฤดูกาลมีผลต่ออุปสงค์ของการส่งออกสินค้าของไทย อาทิเช่น อุปสงค์ในการบริโภคในช่วงฤดูร้อนหรือฤดูหนาว อิทธิพลของ Quota Tariff ซึ่งทำให้ระดับภาษีนำเข้ามีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาของปี นอกจากนั้นตัวแปรฤดูกาลอาจแทนอุปทานของสินค้าเกษตรที่อาจขึ้นอยู่กับฤดูกาล
- 5.5) ตัวแปรแนวโน้ม (Trend) ซึ่งไปเป็นตัวแทนปัจจัยด้านอุปทานและอุปสงค์ที่ไม่อาจจัดเป็นปริมาณที่ชัดเจน จะถูกแทนด้วยตัวแปรแนวโน้มเวลา เพื่อแสดงถึงกำลังการผลิตสินค้า ทิศทางการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ แนวโน้มการแข่งขันหรือการเปลี่ยนแปลงด้านประชากรและรสนิยม เป็นต้น มีส่วนสำคัญในการกำหนดปริมาณการส่งออกของสินค้าอาหารไทย ในการศึกษาในเบื้องต้นนี้จะใช้ตัวแปรแนวโน้มกรณีสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ค่อนข้างใหม่และยังไม่มีที่อิมตัวของตลาด เช่น สุกกรแปรรูป ไก่แปรรูป เป็นต้น

- 5.6) ผลผลิตของวัตถุดิบที่สำคัญ (Output of Raw Material) คือ แสดงถึงปริมาณผลผลิตของสินค้าขั้นต้นในประเทศที่เป็นวัตถุดิบที่สำคัญ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดปริมาณการส่งออก อันได้แก่ ปริมาณข้าวโพดหวานและปริมาณสับปะรดสด เป็นต้น
- 5.7) ตัวแปรหุ่น (D) ซึ่งแสดงช่วงเวลาที่มีการออกมาตรการหรือมีการเปลี่ยนแปลงมาตรการต่างๆ อาทิเช่น มาตรการ Anti Dumping การเปลี่ยนแปลงสิทธิทางภาษีศุลกากร GSP เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจแสดงช่วงเวลาที่มีการทุ่มตลาด
- 5.8) กำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนมีคุณสมบัติ $AR(t)$ กล่าวคือ ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์จากแบบจำลองในไตรมาสที่แล้วมีความสัมพันธ์กับความคลาดเคลื่อนในไตรมาสปัจจุบัน

6. การคำนวณค่าตัวแปรหลัก

- 6.1) ราคาส่งออกของสินค้าอาหารของประเทศไทย คำนวณจากมูลค่าส่งออกอาหารด้วยปริมาณการส่งออกและหารด้วยอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างค่าเงินบาทกับเงินสกุลหลักในตลาดนั้นๆ นอกจากนั้นในบางกรณีรวมอัตรารายเข้าซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาต่างๆ กัน
- 6.2) ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศ คำนวณจากการนำค่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศไทย ซึ่งแสดงถึงระดับราคาสินค้าส่งออกของไทย หารด้วยค่าเฉลี่ยของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย โดยน้ำหนักด้วยส่วนแบ่งตลาดในตลาดนั้นๆ นอกจากนั้นในการคำนวณดัชนีราคาเปรียบเทียบกำหนดให้มีฐาน คือ ปี พ.ศ.2533 และใช้ดัชนีราคาผู้บริโภคแทนระดับราคาของต้นทุนการผลิต ในกรณีที่สินค้ามีต้นทุนที่มาจาก การนำเข้า (Import Content) จะนำสัดส่วนของ Import Content เข้ามาคำนวณการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนด้วย

7. วิธีการประมาณการ

ในการศึกษาผลกระทบระยะสั้นของปัจจัยต่างๆ ต่อปริมาณการส่งออกนั้นได้ใช้วิธีทางเศรษฐมิติแนวโน้มเวลา โดยวิธี Autoregressive Model เพื่อขจัดปัญหา Autocorrelation



ปลาทูน่ากระป๋อง
และ
กุ่มกระป๋องและกุ่มแปรรูป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

การผลิตและการค้าของโลก

1.1 หน้ากะป่อง

1.1.1 การผลิต

จากรายงานของ FAO ในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2537-2539) การผลิตหน้ากะป่องของโลกค่อนข้างคงที่ ปีละประมาณ 1,200,000 ตัน สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกประมาณ 300,000 ตัน ไทยปีละ 200,000 ตัน สเปนปีละ 150,000 ตัน อิตาลี ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และโกตดิวัวร์ ผลิตได้น้อยกว่า 100,000 ตัน (ตารางสถิติที่ 1.1)

สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกก็ประสบปัญหาในเรื่องของวัตถุดิบเช่นเดียวกับผู้ผลิตรายอื่นๆ สำหรับขนาดบรรจุภัณฑ์ในสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่จะผลิตขนาด 6 ออนซ์ การผลิตภายในจะมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยมีผู้ผลิตรายใหญ่ คือ Star Kist ที่มีส่วนแบ่งตลาดครึ่งหนึ่งของหน้ากะป่องของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่า 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ Bubble Bee เป็นผู้ผลิตอันดับ 2 มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ ร้อยละ 23 นอกจากนี้แล้วก็มีบริษัท Van Camp Seafood ถือหุ้นโดยบริษัทของไทย คือ Thai Union International ซึ่งเป็นบริษัทรายใหญ่ในด้านการผลิตหน้ากะป่องของโลก

1.1.2 การส่งออก

การส่งออกหน้ากะป่องของโลกในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2537-2539) ส่งออกเฉลี่ยประมาณปีละ 590,796 ตัน การส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงจากร้อยละ 5.8 ในปี พ.ศ.2538 เหลือร้อยละ 2.3 ในปี พ.ศ.2539 โดยมีไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งของโลก รองลงไป คือ ฟิลิปปินส์ โกตดิวัวร์ สเปน อินโดนีเซีย และฝรั่งเศส การส่งออกของไทยและฟิลิปปินส์ลดลง แต่ในขณะเดียวกันโกตดิวัวร์ และสเปน การส่งออกขยายตัวสูงขึ้นมาก (ตารางสถิติที่ 1.2)

1.1.3 การนำเข้า

ในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2537-2539) การนำเข้าของโลกได้เพิ่มขึ้นจาก 564,374 ตัน ในปี พ.ศ.2537 เพิ่มขึ้นเป็น 610,970 ตัน ในปี พ.ศ.2539 แต่ก็เป็น การเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเช่นกัน ผู้นำเข้ารายสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ประเทศในสหภาพยุโรป เช่น ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเยอรมนี

สหรัฐอเมริกา เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลก แต่ส่งออกน้อยเนื่องจากใช้บริโภคภายใน การนำเข้าลดลง เนื่องจากเศรษฐกิจชะลอตัว (ตารางสถิติที่ 1.3)

1.2 กู้กระป๋องและแปรรูป

1.2.1 การผลิต

จากรายงานของ FAO ในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2537-2539) การผลิตกึ่งกระป๋องและแปรรูปของโลกมีแนวโน้มลดลง จากปริมาณ 199,067 ตันของปี พ.ศ.2537 เหลือปริมาณ 156,480 ตัน ในปี พ.ศ.2539 ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก ปีละประมาณ 100,000 ตัน กรีนแลนด์ และเดนมาร์กผลิตมากกว่า 10,000 ตัน เนเธอร์แลนด์ มาเลเซีย นอร์เวย์ ผลิตน้อยกว่า 10,000 ตัน (ตารางสถิติที่ 1.4)

1.2.2 การส่งออก

การส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูปในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2537-2539) การส่งออกเพิ่มขึ้นจากปริมาณ 174,647 ตัน ในปี พ.ศ.2537 เพิ่มสูงขึ้นปริมาณ 189,056 ตัน ในปี พ.ศ.2539 โดยมีไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ โดยในปี พ.ศ.2539 ส่งออกปริมาณ 67,248 ตัน รองลงไป คือ ไชล์แลนด์ เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ กรีนแลนด์ และนอร์เวย์ (ตารางสถิติที่ 1.5)

1.2.3 การนำเข้า

ในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2537-2539) การนำเข้ากึ่งกระป๋องและแปรรูปของโลกสูงขึ้นจาก 173,742 ตัน ของปี พ.ศ.2537 สูงขึ้นปริมาณ 194,207 ตัน ในปี พ.ศ.2539 โดยมีสหราชอาณาจักรเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลก โดยในปี พ.ศ.2539 นำเข้าปริมาณ 34,854 ตัน รองลงไปคือ สหรัฐอเมริกา เดนมาร์ก ญี่ปุ่น และเยอรมนี (ตารางสถิติที่ 1.6)

บทที่ 2

โครงสร้างการผลิตของไทย

ประเทศไทย ได้เริ่มทำการประมงมาตั้งแต่เมื่อไรไม่แน่ชัด สันนิษฐานกันว่าบรรพบุรุษของไทยโดยเฉพาะผู้ที่อาศัยริมแม่น้ำและทะเลได้ใช้ประโยชน์จากการจับสัตว์น้ำทะเลเป็นอาหารสะสมประสบการณ์เป็นระยะเวลานาน และจับสัตว์น้ำในปริมาณมากขึ้นก่อให้เกิดการบริโภคกันอย่างกว้างขวาง นำมาใช้เป็นกิจกรรมในเชิงพาณิชย์ (Commercial fisheries) และใช้เครื่องมือจับปลาที่ทันสมัย จับปลาได้ปริมาณมากทำให้เกิดการพัฒนาแนวคิดในการแปรรูปสัตว์น้ำ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2515 เป็นการเริ่มต้นส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปได้เริ่มพัฒนามาตั้งแต่ปี พ.ศ.2515 เป็นต้นมา บริษัทที่ได้รับการส่งเสริม คือ Safcol Thailand Co.,Ltd. โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างไทย ออสเตรเลียและไต้หวัน และในปัจจุบันไทยมีโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปประมาณ 50-60 โรงงาน ในจำนวนนี้เป็นโรงงานผลิตปลาทูนากระป๋อง จำนวน 20 ราย ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตอาหารทะเลชนิดอื่นๆ บรรจุกระป๋องและแปรรูป ได้แก่ กุ้ง หอยลาย ปลาหมึก ซีฟู้ดคอกเทล ชาร์ดิน และเมคเคอร์ล ซึ่งในแต่ละโรงงานจะมีการผลิตสินค้ามากกว่า 1 ชนิด เนื่องจากความไม่สม่ำเสมอของวัตถุดิบ ที่จับจากทะเลและจากการเพาะเลี้ยง นอกจากนี้แล้วผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าบรรจุกระป๋องอื่นๆ ด้วย เช่น ผักผลไม้กระป๋อง เนื่องจากเครื่องจักรที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อใช้ชนิดเดียวกันได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสามารถในการปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าจากชนิดหนึ่งไปเป็นอีกชนิดหนึ่งได้ด้วยต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก

จากสถิติหน่วยธุรกิจการประมงปี พ.ศ.2536 ปริมาณสัตว์น้ำสดที่ใช้ในการแปรรูป โดยใช้ในกิจการห้องเย็นปริมาณ 833,853 ตัน ผลิตสัตว์น้ำกระป๋อง 899,952 ตัน ปลาป่น 1,374,683 ตัน และผลิตสินค้าประเภทอื่นๆ ปริมาณ 174,676 ตัน

สัตว์น้ำที่ส่งเข้าห้องเย็น ส่วนใหญ่เป็นจังหวัดติดกับทะเล ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร สงขลา สุราษฎร์ธานี ปัตตานี สมุทรปราการ ตรัง กรุงเทพฯ และระยอง เป็นต้น

สำหรับโรงงานอาหารทะเลกระป๋องก็จะตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบและติดกับทะเล ในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สงขลา ปัตตานี สุราษฎร์ธานี ตรัง และสตูล เป็นต้น

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ปลาทู ปลาหลังเขียว ปลาทูแขก ปลาโอ และปลาเบญจพรรณ ปลาทูน่า (Skip-jack) เป็นต้น นอกจากนี้ก็เป็นสัตว์น้ำครัสตาเซียอื่นๆ ได้แก่ กุ้ง ปู ปลาหมึก หอย

2.1 โครงสร้างการผลิตทูน่ากระป๋อง

2.1.1 การผลิต

วัตถุดิบที่ใช้เป็นปลาที่จับได้โดยชาวประมงของไทยร้อยละ 20 ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด ปลาทูน่าที่มีในไทยเรียกว่า ปลาโอ มีขนาดตัวไม่โตมากนัก ความยาวประมาณ 13-57 เซนติเมตร หรือ 37 เซนติเมตร ในขณะที่ปลาทูน่าชนิดอื่นๆ มีขนาดโตเต็มที่มีความยาวระหว่าง 40-150 เซนติเมตร ปลาโอที่จับได้จากธรรมชาติยังมีขนาดเล็กลง ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2534-2538) ปริมาณการจับปลาโอลดลงจาก 169,000 ตัน ของปี พ.ศ.2535 เหลือ 129,500 ตันในปี พ.ศ.2538 (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 ปริมาณและมูลค่าการจับปลาโอของไทย

ปี (พ.ศ.)	ปริมาณการจับ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่าต่อ กก. ⁽¹⁾ (บาท)	ราคา / กก. ⁽²⁾ (บาท)
2534	152,200	3,089.3	20.30	28.55
2535	169,000	3,151.3	18.60	33.00
2536	147,600	3,197.7	21.60	29.00
2537	149,000	2,024.2	13.50	35.50
2538	129,500	1,724.5	13.32	34.00

ที่มา: สถิติการประมงทะเล กรมประมง

(1) คำนวณโดยมูลค่า/ปริมาณ

(2) เป็นราคาฐานนิยม ณ ทำขึ้นปลาขององค์การสะพานปลา

จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องของไทยแต่อดีตดิบภายในประเทศจำกัด ดังนั้นจึงต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าจากต่างประเทศอีกประมาณร้อยละ 80 ของวัตถุดิบที่ใช้ โดยส่วนใหญ่วัตถุดิบที่ใช้เป็นปลาทูน่าสคิปแจ็ก (Skip-jack) ร้อยละ 75 อีกประมาณร้อยละ 25 เป็นปลาทูน่าครีบบาว ทูน่าครีบลีโง และปลาทูน่าอื่นๆ

ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2535-2539) การนำเข้ามีแนวโน้มลดลง คือ จากปริมาณ 508,431 ตัน มูลค่า 18,395.7 ล้านบาท จากปี พ.ศ.2535 เหลือ 319,189 ตัน มูลค่า 8,910.0 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2539 เนื่องจากความจำกัดของทรัพยากรจากธรรมชาติ จากข้อสังเกตจะเห็นว่าราคาต่อหน่วยของทูน่านำเข้าลดลงจนถึงปี พ.ศ.2538 สาเหตุจากขนาดของทูน่าเล็กลง ในปี พ.ศ.2539 ต่อเนื่องกับปี พ.ศ.2540 เกิดการขาดแคลนทูน่าส่งผลให้ราคาขยับตัวสูงขึ้น สำหรับในปี พ.ศ.2541 มีปริมาณและมูลค่านำเข้าสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตส่งออกสูงขึ้นรวมทั้งความผันผวนของค่าเงินบาท ส่งผลให้ราคานำเข้าสูงขึ้น (ตารางที่ 2.2) แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ กิริบати หมู่เกาะโซโลมอน และปาปัวนิวกินี

ตารางที่ 2.2 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็ง

ปี (พ.ศ.)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่าต่อหน่วย บาท/กก
2534	496,187	22,651.7	45.65
2535	508,431	18,395.7	36.18
2536	407,132	14,187.8	34.84
2537	407,713	11,414.5	28.00
2538	401,106	9,081.5	22.64
2539	319,189	8,910.0	27.91
2540	337,202	13,007.7	38.58
2541	395,687	18,671.8	47.19

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

2.1.2 โครงสร้างต้นทุนการผลิต

การผลิตทูน่ากระป๋องร้อยละ 87.1 ของต้นทุนการผลิตเป็นวัตถุดิบ (ปลา, น้ำมัน, ซอส) สารเคมีร้อยละ 2.1, แรงงานร้อยละ 3.1, บรรจุร้อยละ 4.8, อื่นๆ (กระป๋อง, ฉลาก, ไฟฟ้า, ดอกเบี้ย, เก็บรักษา และค่าเสื่อมเครื่องจักร) ร้อยละ 2.9

ตารางที่ 2.3 โครงสร้างต้นทุนการผลิตทูน่ากระป๋อง

ประเภทของต้นทุน	(%)
- วัตถุดิบ	87.1
- สารเคมี	2.1
- แรงงาน	3.1
- บรรจุภัณฑ์	4.8
- อื่นๆ	2.9
รวม	100.0

ที่มา: รายงานการศึกษาอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเล
กระป๋องและแปรรูป, สมพร อิศวิลานนท์ 2540

2.2 กุ้งกระป๋องและแปรรูป

2.2.1 การผลิต

กุ้งที่นำมาแปรรูปเป็นวัตถุดิบ กุ้งกระป๋องและแปรรูป จะเป็นกุ้งขนาดเล็กที่ได้จากการทำประมงอวนลาก เป็นกุ้งประเภท กุ้งทราย กุ้งตา และกุ้งเปลือกแข็งหรือกุ้งหิน ที่จับได้จากน่านน้ำไทย และน่านน้ำของประเทศเพื่อนบ้าน ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2536-2540) ปริมาณการจับกุ้งของไทยเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจาก 95,571 ตัน ในปี พ.ศ.2536 เป็น 105,000 ตัน ในปี พ.ศ.2540 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการจับกุ้งไม่เพียงพอกับความต้องการ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ อินเดีย เดนมาร์ก ไอร์แลนด์ แคนาดา บังคลาเทศ ญี่ปุ่น เวียดนาม และอินโดนีเซีย (ตารางที่ 2.4)

ตารางที่ 2.4 ปริมาณการจับกุ้งทะเล ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทย

ปี (พ.ศ.)	ปริมาณการจับกุ้งทะเล ¹ (ตัน)	นำเข้า ²	
		ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2536	95,571	4,823	716.8
2537	97,773	3,497	437.2
2538	100,700	10,016	1,656.2
2539	103,700	9,344	1,560.5
2540	105,000	12,198	2,283.1
2541	NA	14,577	4,936.3

ที่มา: ¹ กรมประมง

² กรมศุลกากร

ตามสถิติของกรมโรงงานอุตสาหกรรมปี พ.ศ.2538 จำนวนโรงงานแปรรูปกุ้งกระป๋องทั้งหมด 17 โรงงาน ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ได้แก่ สมุทรปราการ 1 โรง, สมุทรสาคร 2 โรง, ตรวต 2 โรง, สุราษฎร์ธานี 2 โรง, สตูล 1 โรง, สงขลา 2 โรง, ชุมพร 2 โรง และปัตตานี 5 โรง แต่ในปี พ.ศ.2540 มีโรงงานที่ผลิตกุ้งกระป๋องเพียง 6-8 โรงงาน ขนาดของโรงงานจะมีทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

2.2.2 โครงสร้างของต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตกุ้งกระป๋อง (ตัวอย่างโรงงานขนาดเล็กโดยเฉลี่ย) ร้อยละ 69.3 เป็นวัตถุดิบ อีกประมาณ ร้อยละ 30.7 เป็นส่วนอื่นๆ ของต้นทุนการผลิต (ตารางที่ 2.5)

จากการผลิตกุ้งกระป๋องในน้ำเกลือ ขนาด 7 ออนซ์ จะเห็นว่าในส่วนของวัตถุดิบ โรงงานขนาดกลาง มีความได้เปรียบมากที่สุด ในขณะที่โรงงานขนาดใหญ่ ต้นทุนที่เป็นแรงงานสูงกว่า โรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง แต่อย่างไรก็ตามโรงงานขนาดใหญ่ จะมีความได้เปรียบในการบรรจุที่โรงงานขนาดใหญ่ใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็ก

ตารางที่ 2.5 ต้นทุนการผลิตคู่แข่งในน้ำเกลือ

ประเภทของต้นทุน	โรงงานขนาดเล็ก (7 ออนซ์)(%)	โรงงานขนาดกลาง (7 ออนซ์)(%)	โรงงานขนาดใหญ่ (7 ออนซ์)(%)
วัตถุดิบ	69.3	65.0	71.8
สารเคมี	1.0	1.9	1.1
แรงงาน	7.6	7.3	11.7
บรรจุภัณฑ์	6.1	7.2	2.6
อื่นๆ	16.0	18.6	12.8
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ กระจก, ฉลาก, ไฟฟ้า, ดอกเบี้ย/เก็บรักษา และค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร

ที่มา: โครงการศึกษาวิจัยความสามารถในการแข่งขันของอาหารทะเลกระป๋อง มกราคม 2537

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

โครงสร้างการค้าของไทย

3.1 โครงสร้างทางการค้าของไทย

ที่จะศึกษาทั้งตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การบริโภคอาหารทะเลกระป๋องภายในประเทศ คนไทยส่วนมากนิยมบริโภคซาร์ดีน และแมคเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากซาร์ดีนจำหน่ายภายในประเทศค่อนข้างหลากหลายมากขึ้น เพราะมีราคาถูก สำหรับการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องอื่นๆ รวมทั้งทูน่ากระป๋องค่อนข้างน้อย เนื่องจากไม่ถูกรสนิยมของคนไทย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันผู้ผลิตส่วนหนึ่งได้หันมาสนใจตลาดภายในประเทศแทนการทำทูน่ากระป๋องในน้ำเกลือหรือน้ำมันพืช ผลิตภัณฑ์ทูน่ากระป๋องที่ผลิตขึ้นสำหรับตลาดภายในประเทศ ได้แก่ ทูน่าผัดเผ็ด มัสมั่นปลาทูน่าแกงเขียวหวานปลาทูน่า พะแนงทูน่า เป็นต้น ปัจจุบันเริ่มเป็นที่นิยมบริโภคในวัยคนทำงานที่ไม่มีเวลาในการประกอบอาหาร

สำหรับวิถีการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป แยกออกได้ 2 วิธี ดังนี้

(1) การขายตรง เริ่มจากโรงงานแปรรูปหรือผู้ผลิต (Packer) ขายและส่งออกให้กับบริษัทนำเข้าหรือผู้ขายส่งในต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของโรงงานผู้ผลิตเอง หรือตราของบริษัทผู้นำเข้าหรือขายส่งในต่างประเทศ

(2) ขายโดยผ่านบริษัทส่งออกภายในประเทศ บริษัทส่งออกขายให้กับบริษัทนำเข้าในต่างประเทศ โดยบริษัทส่งออกในไทยใช้ตราของบริษัทเอง หรือใช้ตราของบริษัทผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศ หรือบางครั้งบริษัทส่งออกของไทยขายให้กับบริษัทการค้าระหว่างประเทศ (Trading Firm) ที่ตั้งอยู่ในไทย สิงคโปร์ และฮ่องกง

สำหรับบริษัทส่งออกไทยแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มบริษัทส่งออกเฉพาะราย และบริษัทที่ทำการค้าส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป

สำหรับบริษัทนำเข้าหรือผู้ขายส่งในต่างประเทศ จำแนกได้ 4 ประเภท

บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารเอเชีย จะนำเข้าโดยใช้ตราของโรงงานผู้ผลิตของไทยแล้ว
จำหน่ายให้กับภัตตาคาร และร้านค้าปลีก ที่จะขายให้กับคนไทย

บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารเอเชียใช้ตราของตัวเอง โดยมีร้านค้าปลีกในเครือของบริษัท
ในขณะเดียวกันสามารถขยายการค้าสู่ซูเปอร์มาร์เก็ต บริษัทเหล่านี้สร้างตราของบริษัทเอง เพื่อ
ให้ผู้บริโภคเกิดความนิยม หรือติดตราของบริษัท (Consumer Brand Royalty)

บริษัทนำเข้าเป็นบริษัทผู้ค้าส่งรายใหญ่ และมีเครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ต โดยนำเข้าจาก
ไทยโดยตรงกับโรงงานแปรรูป ภายใต้อเครื่องหมายการค้าของตนเอง วางจำหน่ายตาม ซูเปอร์
มาร์เก็ต และคอนเวเนียนส์โตร์

บริษัทนำเข้า เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่ผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าเดียวกับโรงงานที่
ผลิตในประเทศไทย ให้โรงงานในไทยผลิตตามมาตรฐานของบริษัทผู้นำเข้า แต่ระบุว่าผลิตใน
ประเทศไทย (ผลิตตามคำสั่งซื้อของผู้นำเข้า)

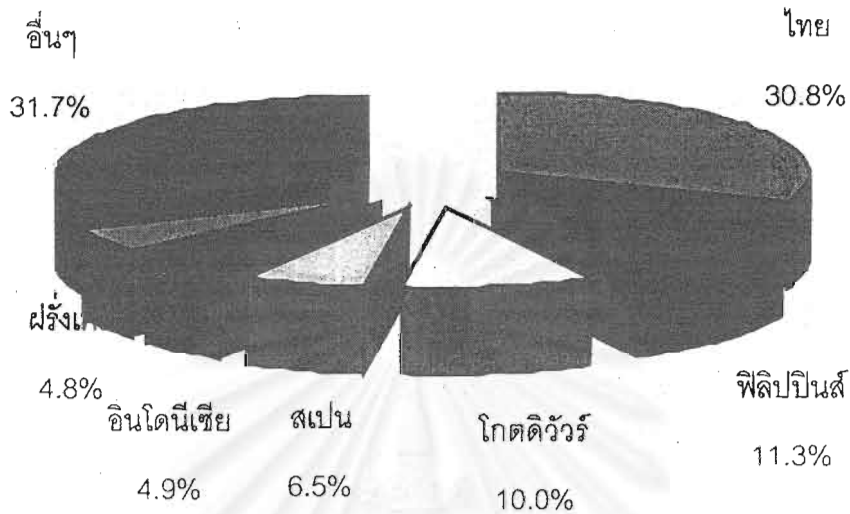
3.2 การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

3.2.1 การส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย

ในปี พ.ศ.2539 ไทยเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออกทูน่ากระป๋องในอันดับ 1 ของโลก
โดยไทยมีสัดส่วนส่งออก ร้อยละ 30.8 รองลงมาเป็นฟิลิปปินส์ ร้อยละ 11.3 โกตดิวัวร์ ร้อยละ 10.0
สเปน ร้อยละ 6.5 จากตารางจะเห็นว่าในระยะ 3 ปี (พ.ศ.2537-2539) ฟิลิปปินส์ โกตดิวัวร์ สเปน
อินโดนีเซีย และฝรั่งเศส แนวโน้มการส่งออกขยายตัวสูงขึ้น (แผนภาพที่ 3.1, 3.2 และตารางสถิติ
ที่ 1.2)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 3.1 ส่วนแบ่งตลาดของปริมาณการส่งออกทูน่ากระป๋องของโลก

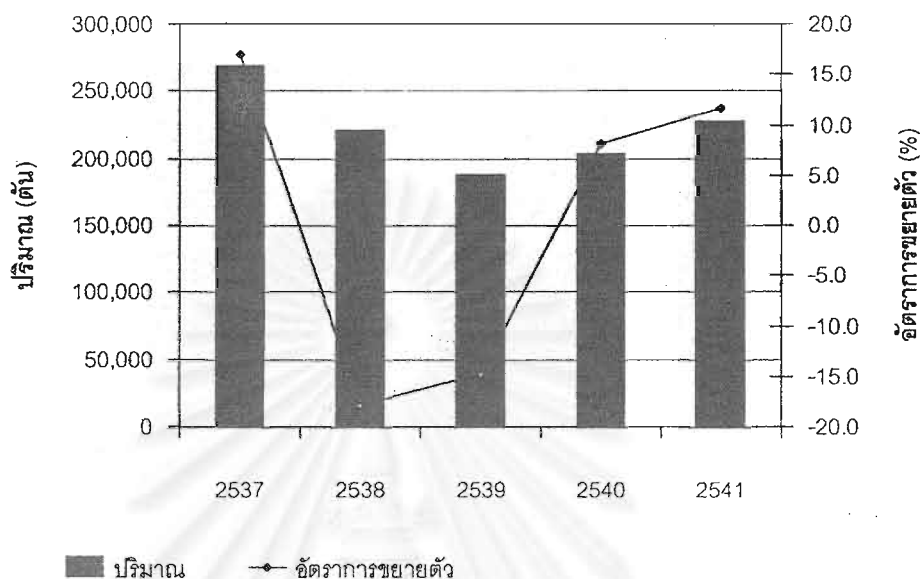


ที่มา : FAO Yearbook 1996

ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2537-2541) การส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยมีการเปลี่ยนแปลงลดลงจากปริมาณ 268,974 ตัน มูลค่า 15,619.7 ล้านบาท ปี พ.ศ.2537 เหลือปริมาณ 188,464 ตัน มูลค่า 12,384.8 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2539 จากปัญหาของวัตถุดิบที่จับได้ลดลงประกอบกับผู้ผลิตรายใหญ่ของไทยประสบปัญหาการผลิตภายใน ปี พ.ศ.2540. ส่งออกทูน่ากระป๋องได้สูงขึ้นปริมาณ 203,763 ตัน มูลค่า 17,338.6 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 8.1 และ 40.0 ตามลำดับ

ปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 227,319 ตัน มูลค่า 25,177.8 ล้านบาท เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 สูงขึ้นร้อยละ 11.6 และ 45.2 ตามลำดับ และมูลค่าในรูปของเงินเหรียญสหรัฐฯ 611.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สูงขึ้นร้อยละ 9.7 เนื่องจากการปรับค่าเงินบาท ทำให้อาณานิคมนำเข้าทูน่ากระป๋องในตลาดต่างประเทศลดลง ในปีนี้จึงส่งออกได้มากขึ้น (แผนภาพที่ 3.2 และตารางสถิติที่ 3.1, 3.2)

แผนภาพที่ 3.2 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย

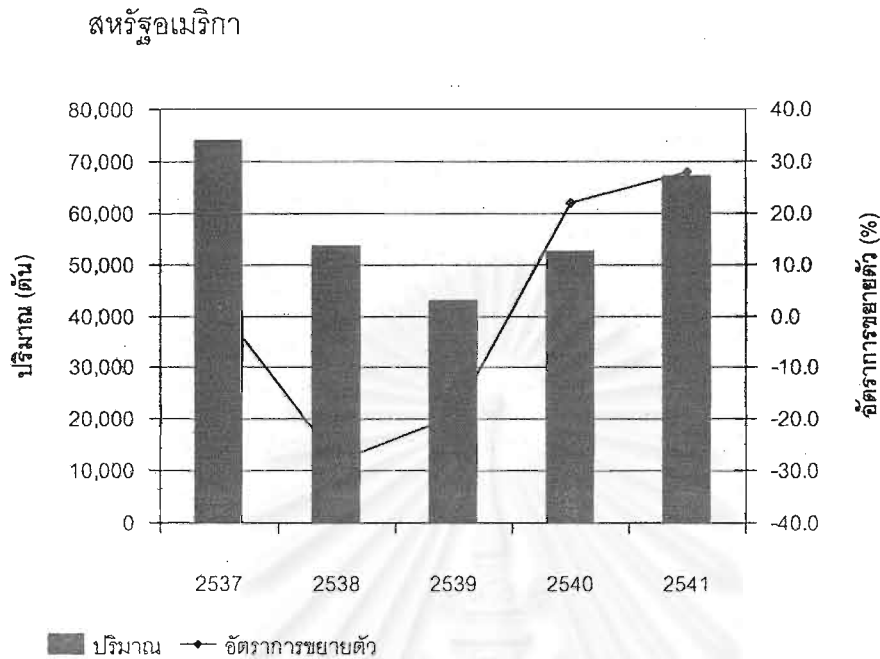


ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตลาดส่งออกทูน่ากระป๋องสำคัญของไทย มีดังนี้

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกทูน่ากระป๋อง อันดับหนึ่งของไทย ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2537-2541) ไทยส่งออกมีแนวโน้มลดลงจากปริมาณ 74,203 ตัน มูลค่า 4,492.4 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2537 เหลือปริมาณ 52,453 ตัน มูลค่า 4,621.4 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2540 โดยปริมาณลดลงร้อยละ 29.3 แต่มูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 2.9 เนื่องจากต้องแข่งขันกับประเทศส่งออกอื่นๆ เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเม็กซิโก สำหรับในปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 67,042 ตัน มูลค่า 7,532.3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 สูงขึ้นร้อยละ 27.8 และ 63.0 ตามลำดับ มูลค่าในรูปของเงินเหรียญสหรัฐฯ 184.2 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.2 (แผนภาพที่ 3.3)

แผนภาพที่ 3.3 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศ



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ไทยมีส่วนแบ่งตลาดจากร้อยละ 62.1 ในปี พ.ศ.2536 ลดลงเหลือร้อยละ 51.8 ในปี พ.ศ.2540 คู่แข่งขันที่สำคัญ คือ ฟิลิปปินส์ (31.6%) อินโดนีเซีย (11.0%) มาเลเซีย (2.0%) สำหรับเม็กซิโก (1.4%) สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าในปี พ.ศ.2540 คาดว่าเม็กซิโก จะเป็นคู่แข่งที่สำคัญอีกประเทศหนึ่งในตลาดนี้ในอนาคต จากการที่เม็กซิโกเป็นสมาชิกของ NAFTA ซึ่งได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

สหภาพยุโรป เป็นตลาดส่งออกทูน่ากระป๋องในอันดับ 2 ของไทย จากแผนภาพที่ 3.4 พบว่า ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2537-2541) การส่งออกได้อ่อนตัวลงเป็นลำดับ จาก 67,541 ตัน มูลค่า 3,890.4 ล้านบาท ปี พ.ศ.2537 เหลือ 41,231 ตัน มูลค่า 3,391.0 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2540 เนื่องจากการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของสหภาพยุโรป จากประเทศที่สามที่มีในกลุ่ม ACP และ ANDEAN เพิ่มสูงขึ้นมาก สหภาพยุโรปได้ปรับเปลี่ยนนโยบายการประมงเพื่อเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องในยุโรปและเป็นการช่วยเหลือกลุ่ม ACP¹ และ ANDEAN² ให้

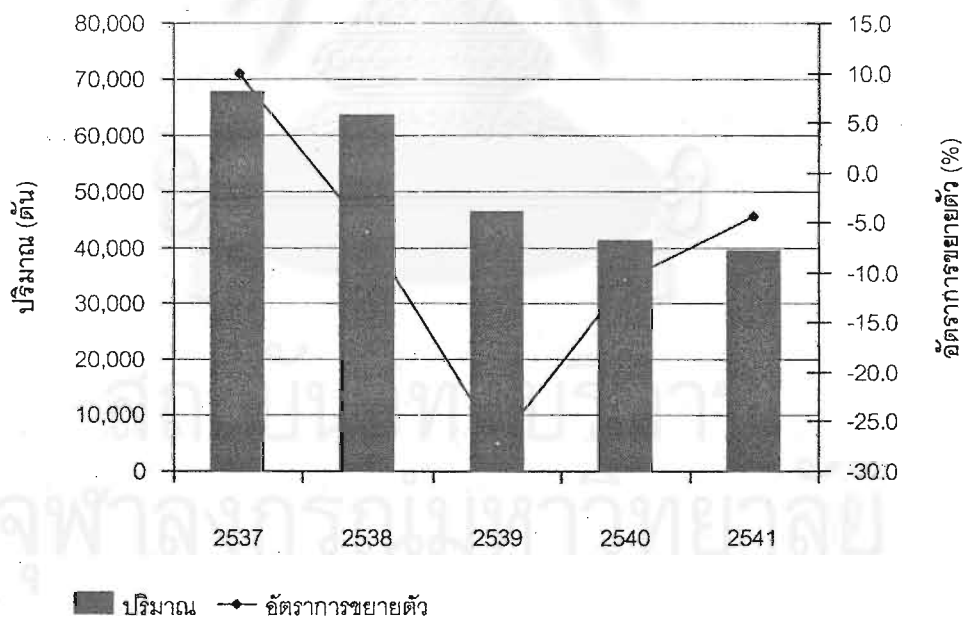
¹ ACP (African Caribbean and Pacific Countries) ได้แก่ประเทศฟีจี มอริเชียส หมู่เกาะมัลดีฟ และหมู่เกาะโซโลมอน

² Andean คือประเทศในละตินอเมริกา ได้แก่ โบลิเวีย โคลัมเบีย เอกวาดอร์ เปรู และเวเนซุเอลา

สามารถแข่งขันในสหภาพยุโรปได้มากขึ้น ด้วยการกำหนดโควตานำเข้าทั่วไป (Global Quota) ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2536 เป็นระยะเวลา 4 ปี ส่งผลให้การส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปสหภาพยุโรป มีการแข่งขันมากขึ้น อีกทั้งการนำเข้าจากไทยไม่ได้ GSP เสียภาษีร้อยละ 24 ขณะที่กลุ่ม ACP และ ANDEAN ไม่เสียภาษี

สำหรับในปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 39,432 ตัน มูลค่า 4,270.1 ล้านบาท เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ปริมาณลดลงร้อยละ 4.4 แต่มูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 25.9 ส่วนมูลค่าส่งออกในรูปของเงินเหรียญสหรัฐซึ่งมีมูลค่า 103.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.3 โดยมีประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป ที่นำเข้าจากไทย ได้แก่ สหราชอาณาจักร เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และสวีเดน เป็นต้น

แผนภาพที่ 3.4 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

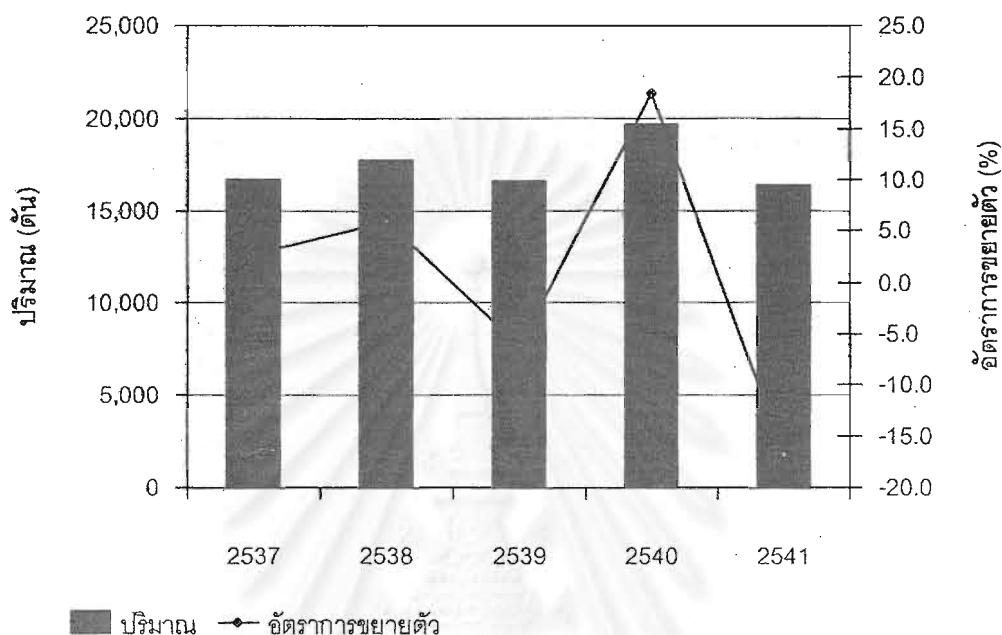
คู่แข่งที่สำคัญของไทยในสหภาพยุโรป เป็นประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรป คือ สเปน ที่เป็นผู้ผลิตทูน่ากระป๋อง นอกจากนั้นไทยยังต้องแข่งขันกับกลุ่มประเทศ ACP และ ANDEAN ในกลุ่มตลาดสหภาพยุโรป ซึ่งให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2536-2540) โทตติวัวร์ส่วนแบ่งตลาดขยายตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 16.2 ในปี พ.ศ.2536 เพิ่มเป็นร้อยละ 16.4 ในปี พ.ศ.2540 ขณะที่สเปนมีส่วนแบ่งตลาดขยายตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 6.8 ในปี พ.ศ.2536 สูงขึ้นเป็นร้อยละ 13.2 ในปี พ.ศ.2540 สำหรับไทยมีส่วนแบ่งตลาดในอันดับสาม ช่วงระยะ 5 ปี มีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 18.8 ในปี พ.ศ.2536 เหลือร้อยละ 8.1 ในปี พ.ศ.2540 ในขณะที่เอกวาดอร์ โคลัมเบีย กานา และเซเชล มีส่วนแบ่งตลาดขยายตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 5.9 ,3.6 ,0.2 และ 1.8 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 7.1 ,6.7 ,6.3 , และ 5.2 ตามลำดับ

แคนาดา เป็นตลาดส่งออกทูน่ากระป๋องอันดับสามของไทย จากแผนภาพที่ 3.5 พบว่า ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2537-2541) ส่งออกไม่สม่ำเสมอ โดยส่งออกปริมาณ 16,689 ตัน มูลค่า 1,109.8 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2537 เพิ่มขึ้นเป็นปริมาณ 19,656 ตัน มูลค่า 1,916.6 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2540 สูงขึ้นร้อยละ 17.8 และ 72.7 ตามลำดับ

สำหรับปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 16,346 ตัน มูลค่า 2,244.2 ล้านบาท เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ปริมาณลดลงร้อยละ 16.8 มูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 17.1 และมีมูลค่าส่งออกในรูปเงินเหรียญสหรัฐฯ 53.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 13.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 3.5 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศ
แคนาดา



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

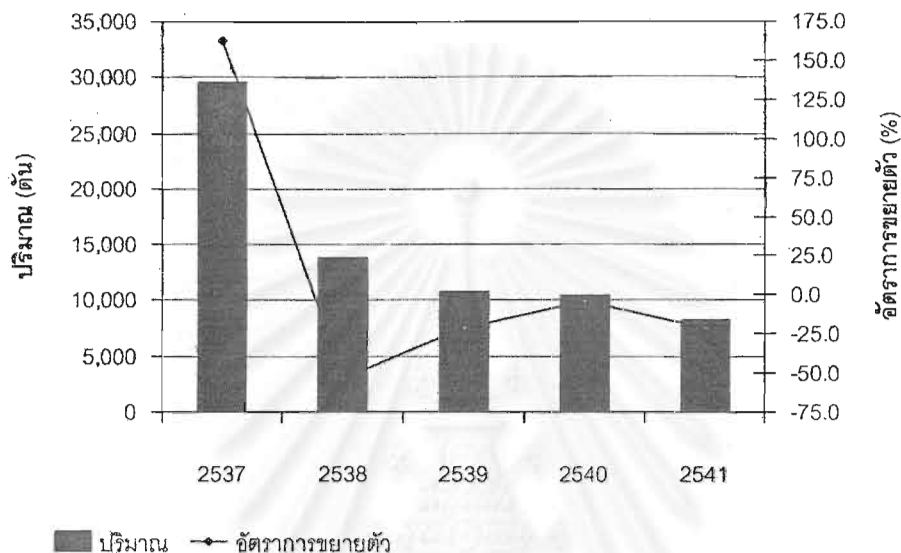
ในตลาดนี้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดอันดับหนึ่งในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2534-2538) ส่วนแบ่งตลาดขยายตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 50.4 ในปี พ.ศ.2534 เป็นร้อยละ 64.8 ในปี พ.ศ.2538 คู่แข่งขันที่สำคัญในตลาดนี้ คือ ฟิลิปปินส์ ฟิจิ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเอกวาดอร์

ญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกอันดับสี่ของไทย ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2537-2541) ส่งออกได้มากที่สุดปี พ.ศ.2537 ปริมาณ 29,557 ตัน มูลค่า 1,154.5 ล้านบาท ลดลงเหลือ 10,821 ตัน มูลค่า 904.8 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2539 ในปี พ.ศ.2540 ส่งออกได้ปริมาณ 10,423 ตัน มูลค่า 1,081.2 ล้านบาท ปริมาณลดลงร้อยละ 3.7 แต่มูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 19.5

สำหรับปี พ.ศ.2541 ญี่ปุ่นเป็นตลาดในอันดับห้าของทูน่ากระป๋อง ส่งออกปริมาณ 8,203 ตัน มูลค่า 1,140.2 ล้านบาท เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ปริมาณลดลงร้อยละ 21.3 มูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 5.5 และมูลค่าในรูปเงินเหรียญสหรัฐฯ 27.4 ล้านเหรียญ

สหรัฐฯ หรือลดลงร้อยละ 21.2 เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของญี่ปุ่นชะลอตัวต่อเนื่องจากปี พ.ศ.2540 รวมทั้งความผันผวนของค่าเงินเยน (แผนภาพที่ 3.6)

แผนภาพที่ 3.6 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น



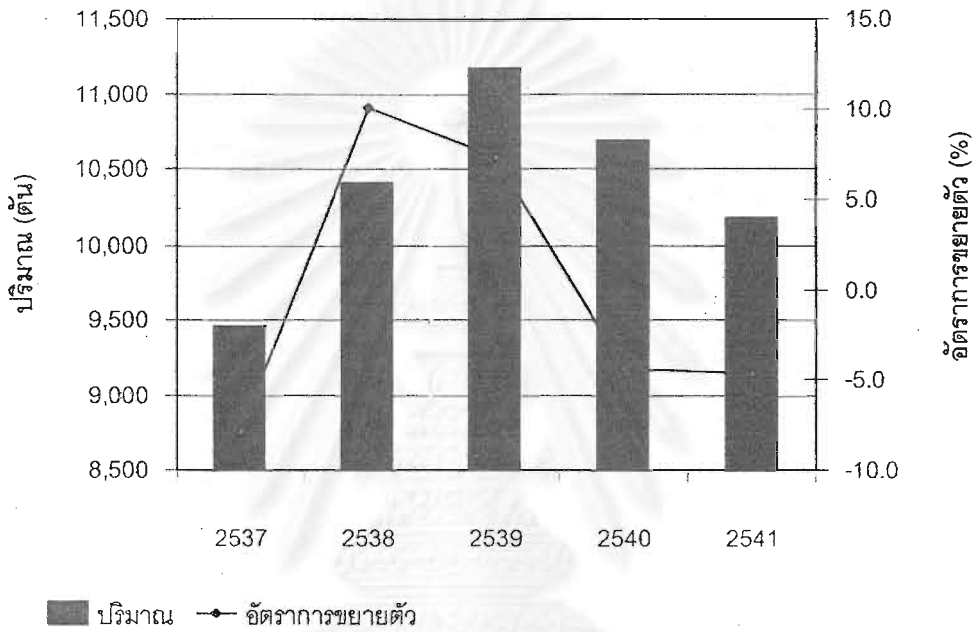
ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2536-2540) ไทยมีส่วนแบ่งตลาดอันดับหนึ่งในปี พ.ศ.2536 ร้อยละ 67.3 ลดเหลือร้อยละ 56.0 ในปี พ.ศ.2540 คู่แข่งขันที่สำคัญคือ อินโดนีเซีย ที่มีส่วนแบ่งตลาดขยายตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 5.0 ในปี พ.ศ.2536 เพิ่มเป็นร้อยละ 30.1 ในปี พ.ศ.2540 ฟิลิปปินส์ก็มีส่วนแบ่งตลาดลดลงเช่นเดียวกับไทย คือ จากร้อยละ 21.8 ในปี พ.ศ.2536 เหลือร้อยละ 11.8 ในปี พ.ศ.2540

ออสเตรเลีย ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2537-2541) ไทยส่งออกทูน่ากระป๋องไปออสเตรเลียได้ไม่สม่ำเสมอเช่นเดียวกับตลาดอื่นๆ เนื่องจากปัญหาของวัตถุดิบ ที่ส่งออกได้โดยเฉลี่ยประมาณปีละ 10,270 ตัน มูลค่า 663.4 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ.2541 ส่งออกได้ปริมาณ 10,185 ตัน มูลค่า 1,333.4 ล้านบาท เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ปริมาณลดลงร้อยละ 4.7 แต่มูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 35.9 และมูลค่าในรูปของเงินเหรียญสหรัฐฯ 32.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 ในตลาดนี้ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2534-2538) ไทยมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ

หนึ่ง โดยมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 90 คู่แข่งขันรายอื่น ได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และหมู่เกาะโซโลมอน

แผนภาพที่ 3.7 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

อย่างไรก็ตาม นอกจากส่งออกในลักษณะทูน่ากระป๋องแล้ว ไทยยังส่งออกในลักษณะของผลิตภัณฑ์ทูน่า (Tuna loin) แนวโน้มการส่งออกเหมือนกับทูน่ากระป๋อง คือ การส่งออกชะลอลดลงจากปริมาณ 28,580 ตัน มูลค่า 1,865.6 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2536 เหลือ 21,862 ตัน มูลค่า 1,683.4 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2539 สำหรับในปี พ.ศ.2540 ส่งออกได้ปริมาณ 24,861 ตัน มูลค่า 2,568.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 และ 52.6 ตามลำดับ จากการสอบถามภาคเอกชนของไทย สหรัฐอเมริกาจะหันมานำเข้าในลักษณะของผลิตภัณฑ์ทูน่ามากขึ้น ตลาดส่งออกสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เป็นต้น

สำหรับปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 21,776 ตัน มูลค่า 2,971.4 ล้านบาท หรือ 72.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ปริมาณลดลงร้อยละ 12.4 มูลค่าในรูปของเงินบาทสูงขึ้นร้อยละ 15.7 แต่มูลค่าในรูปเงินเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 12.5

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก

การส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยเพิ่มขึ้นหรือลดลง ขึ้นกับปัจจัยสำคัญดังนี้

- (1) สภาพเศรษฐกิจของผู้นำเข้าสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป
- (2) ปริมาณของวัตถุดิบโดยเฉพาะทูน่า ลดลง ส่งผลให้ราคาของทูน่ามีแนวโน้มสูงขึ้น
- (3) การแข่งขันจากผู้ผลิตรายอื่น ในตลาดสหภาพยุโรป โดยที่ไทยเสียภาษีร้อยละ 24 ขณะที่สหภาพยุโรป ให้สิทธิพิเศษกับกลุ่มประเทศ ACP และ ANDEAN โดยไม่ต้องเสียภาษี
- (4) การย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีต้นทุนสูง ไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า และใกล้แหล่งวัตถุดิบ เช่น ตั้งโรงงานในประเทศกานา และเซเชล สหภาพยุโรป นำเข้าจากประเทศดังกล่าวโดยไม่เสียภาษี
- (5) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งจะมีผลกับต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบ เช่น ปลาทูน่า กุ้งกระป๋อง นำเข้าจากต่างประเทศ
- (6) อัตราค่าจ้างแรงงาน

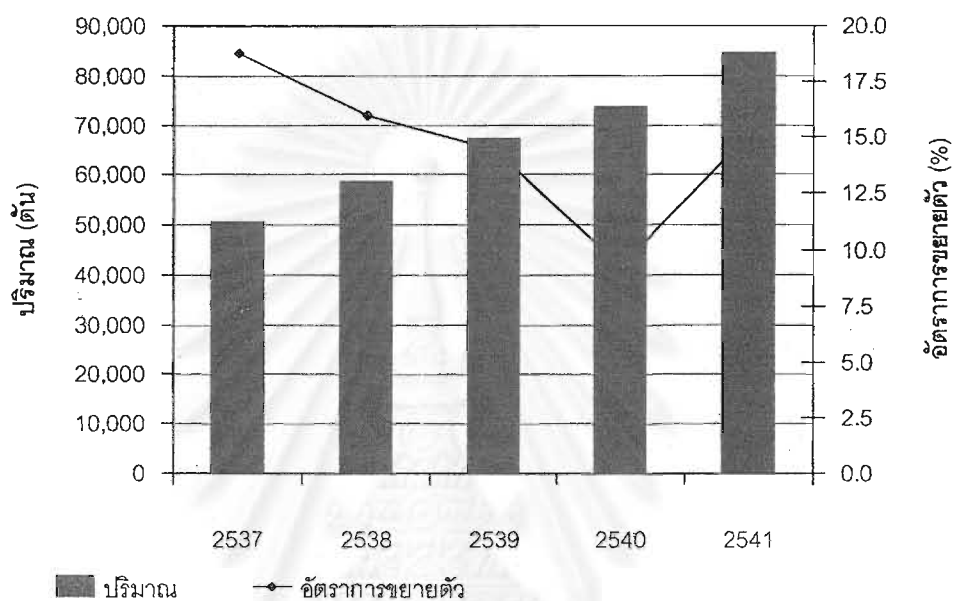
3.2.2 การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูป

ไทยผลิตกุ้งกระป๋องเพื่อการส่งออกเกือบทั้งหมด แต่ตามพิกัดกรมศุลกากรได้รวมสินค้ากุ้งกระป๋องและแปรรูป (ในปัจจุบันกุ้งต้มสุกปกเปลือกแช่เย็นแช่แข็ง) ไว้ในพิกัดเดียวกัน คือ พิกัด HS 1605.200-003

ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2537-2541) ไทยส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูป ได้เพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ ปี พ.ศ.2537 ส่งออกได้ปริมาณ 50,666 ตัน มูลค่า 13,301.8 ล้านบาท และในปี พ.ศ.2540 ส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น ปริมาณ 73,493 ตัน มูลค่า 28,115.4 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 84,645 ตัน มูลค่า 37,011.3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.2 และ 31.6 ตามลำดับ ส่วนมูลค่าส่งออกในรูปเงินเหรียญสหรัฐฯ 901.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 เนื่องจากผู้นำเข้าสำคัญโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น มีความต้องการบริโภคในลักษณะของ semi-cooked และ ready to eat มากขึ้น เช่น

กุ้งค็อกเทล กุ้งห่อเกลือ กุ้งชุบแป้ง ดিমขำ และกุ้งต้มปอกเปลือก เป็นต้น (แผนภาพที่ 3.8 และ ตารางสถิติที่ 3.3, 3.4)

แผนภาพที่ 3.8 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทย

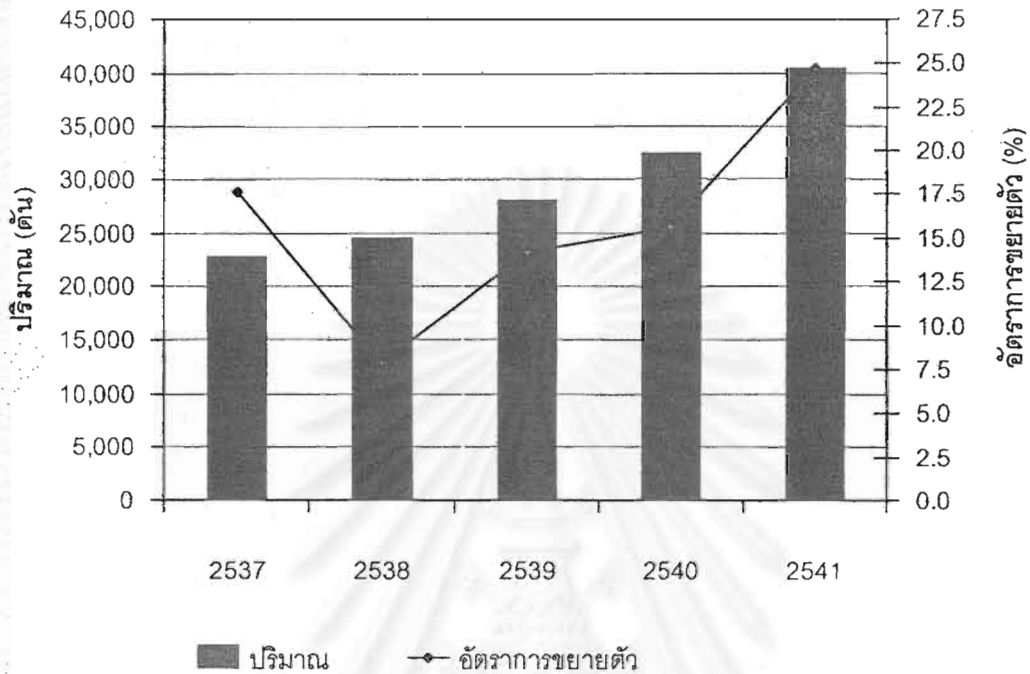


ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตลาดส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปที่สำคัญของไทย ได้แก่

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกหลักที่ปริมาณและมูลค่าสัดส่วน ร้อยละ 47.8, 53.6 ตามลำดับ ของการส่งออกรวม ไทยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ในอันดับ 2 ลดลงจากร้อยละ 27.8 ของปี พ.ศ.2537 เหลือร้อยละ 5.6 ในปี พ.ศ.2539 คู่แข่งขันที่สำคัญ ได้แก่ แคนาดา ที่มีส่วนแบ่งตลาดขยายตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 20.0 ของปี พ.ศ.2537 เป็นร้อยละ 90.6 ในปี พ.ศ.2539 ฟิลิปปินส์ ส่วนแบ่งตลาดลดลงเช่นเดียวกับไทย สำหรับในปี พ.ศ.2540 ไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้นเป็นร้อยละ 6.9 ขณะที่แคนาดาลดลงเหลือร้อยละ 73.3 แต่คู่แข่งรายอื่น ได้แก่ ใต้หวัน เดนมาร์ก มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ สัดส่วนสูงขึ้นเช่นกัน (แผนภาพที่ 3.9)

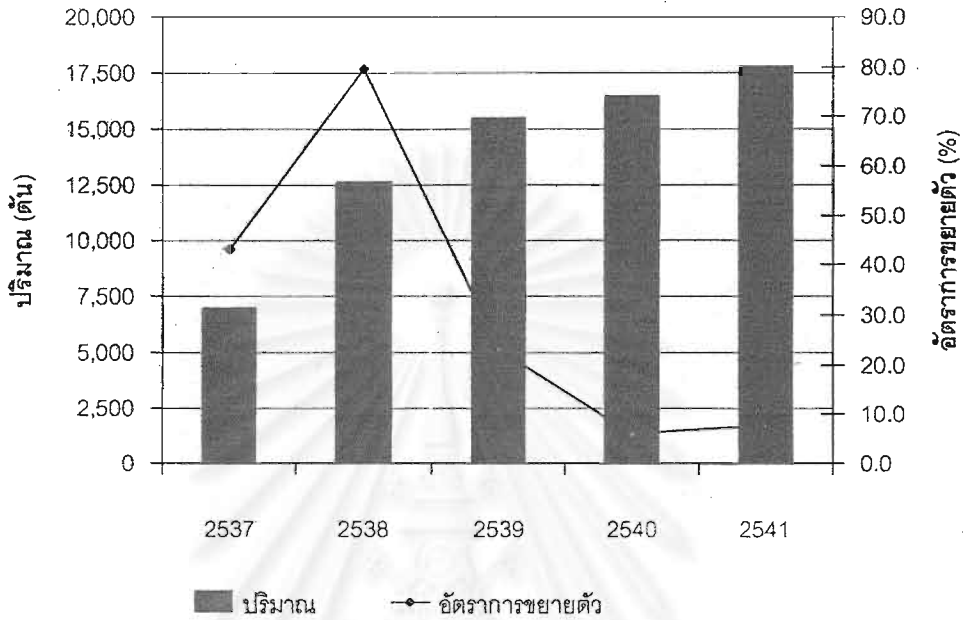
แผนภาพที่ 3.9 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูป ของไทยไปยัง
ประเทศสหรัฐอเมริกา



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ญี่ปุ่น เป็นตลาดรองของการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูป ปริมาณและมูลค่า สัดส่วนร้อยละ 21.0 และ 22.4 ตามลำดับ ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2536-2540) ญี่ปุ่นนำเข้ากุ้ง กระป๋องและแปรรูป โดยส่วนใหญ่จะเป็นกุ้งแปรรูปอื่นๆ ได้แก่ กุ้งชุบแป้ง นกเก็ดกุ้ง ต้มชำ เป็นต้น แนวโน้มการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 36.8 ในปี พ.ศ.2539 ไทยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ในอันดับ 1 ร้อยละ 73.6 แต่ในปี พ.ศ.2540 ลดลงเหลือร้อยละ 66.4 คู่แข่งขันอื่นๆ คือ อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ จีน เวียดนาม และไต้หวัน (แผนภาพที่ 3.10)

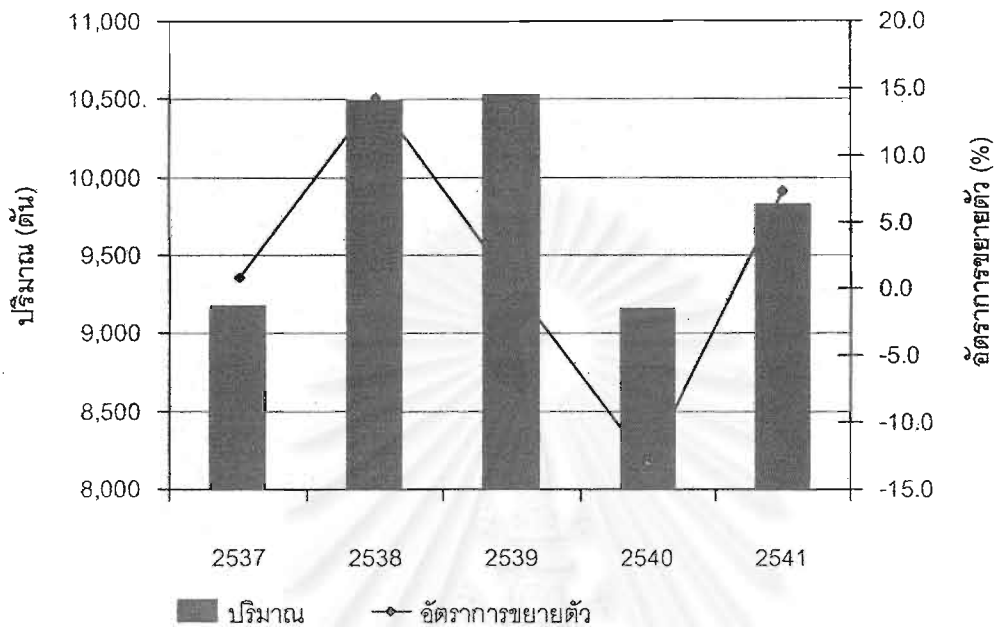
แผนภาพที่ 3.10 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

สหภาพยุโรป เป็นตลาดรองอันดับสาม โดยมีสัดส่วนร้อยละ 11.6 และ 7.6 ของปริมาณและมูลค่าการส่งออกรวมกุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยตามลำดับ ในปี พ.ศ.2540 ไทยมีส่วนแบ่งตลาดอันดับสี่ ร้อยละ 8.7 ลดลงจากปี พ.ศ.2539 ที่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 9.9 โดยมีคู่แข่งสำคัญที่มีส่วนแบ่งตลาดในอันดับต้น คือ ไชล์แลนด์ นอร์เวย์ และ กรีนแลนด์ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 21.6, 11.4, และ 9.4 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 3.11)

แผนภาพที่ 3.11 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทย ไปยังกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

แนวโน้มการส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูป

การพัฒนาทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงขนาดของครอบครัวเป็นครอบครัวขนาดเล็กลง การบริโภคอาหารในลักษณะของอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปที่เน้นความสะดวกในการปรุงและบริโภคจะมีมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของไทยที่เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าอาหารในลักษณะดังกล่าว อีกทั้งคุณภาพก็เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ แม้ว่าจะผลิตตามคำสั่งซื้อของผู้นำเข้า ดังนั้นกุ้งกระป๋องและแปรรูป ยังมีช่องทางขยายการส่งออกได้เพิ่มขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

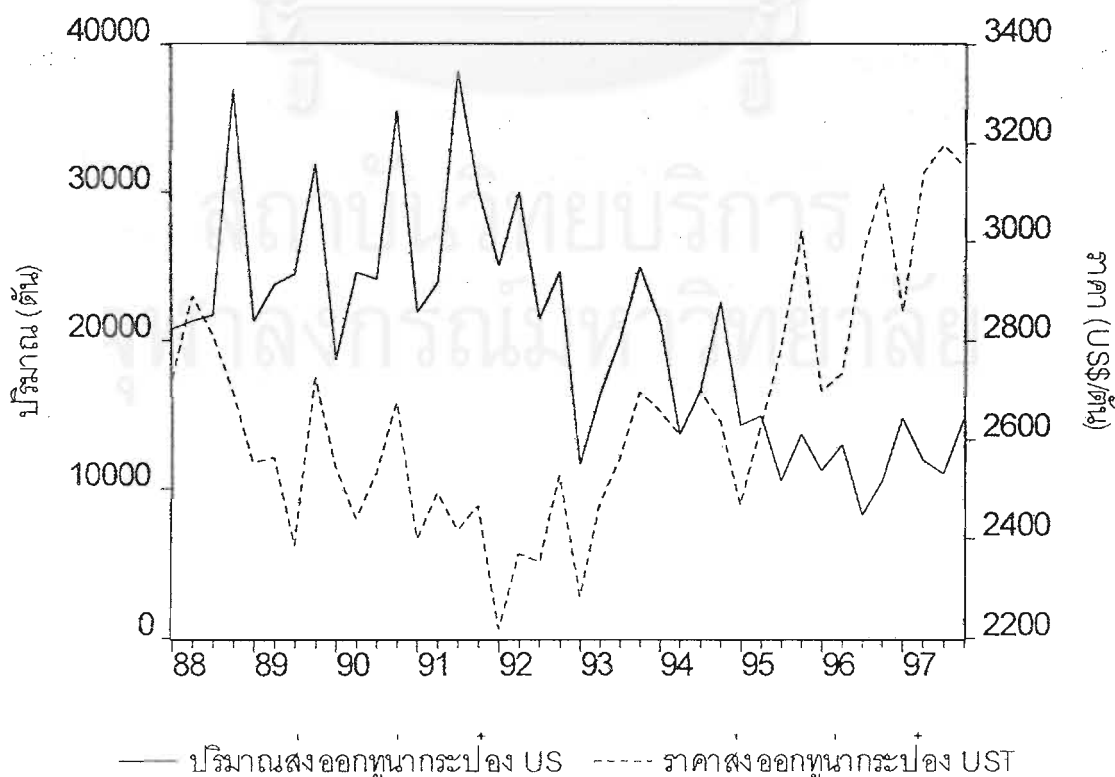
ผลประมาณการ และพยากรณ์ของปลาทูน่ากระป๋อง

4.1 สถิติเบื้องต้น

ตลาดสหรัฐอเมริกา

การส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่อยู่ในรูปกระป๋องที่มีขนาดกระป๋องขนาดเล็กประมาณ 6 ออนซ์ และเป็นทูน่าในน้ำเกลือ สินค้ามีราคาค่อนข้างต่ำเนื่องจากตลาดมีการแข่งขันด้านราคาสูง คู่แข่งขันที่สำคัญของไทยคือ ฟิลิปปินส์และผู้ผลิตภายในประเทศ นอกจากนั้น ราคาขึ้นอยู่กับ Catching Season ของคู่แข่ง การส่งออกจะสูงในช่วงไตรมาสที่ 4 จากแผนภาพที่ 4.1 อุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับสูงในช่วงปี พ.ศ.2534-2535 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ราคาปลาทูน่ามีราคาต่ำ จากนั้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 ถึงปัจจุบัน การส่งออกมีแนวโน้มลดลง ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ปริมาณการจับปลาทูน่าของโลกลดลงและราคาปลาทูน่ากระป๋องเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยได้เปรียบทางด้านราคาเปรียบเทียบ เมื่อเทียบกับคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศฟิลิปปินส์แข็งขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาวะเงินเฟ้อในอัตราสูง (แผนภาพที่ 4.4)

แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา



ตลาดสหภาพยุโรป

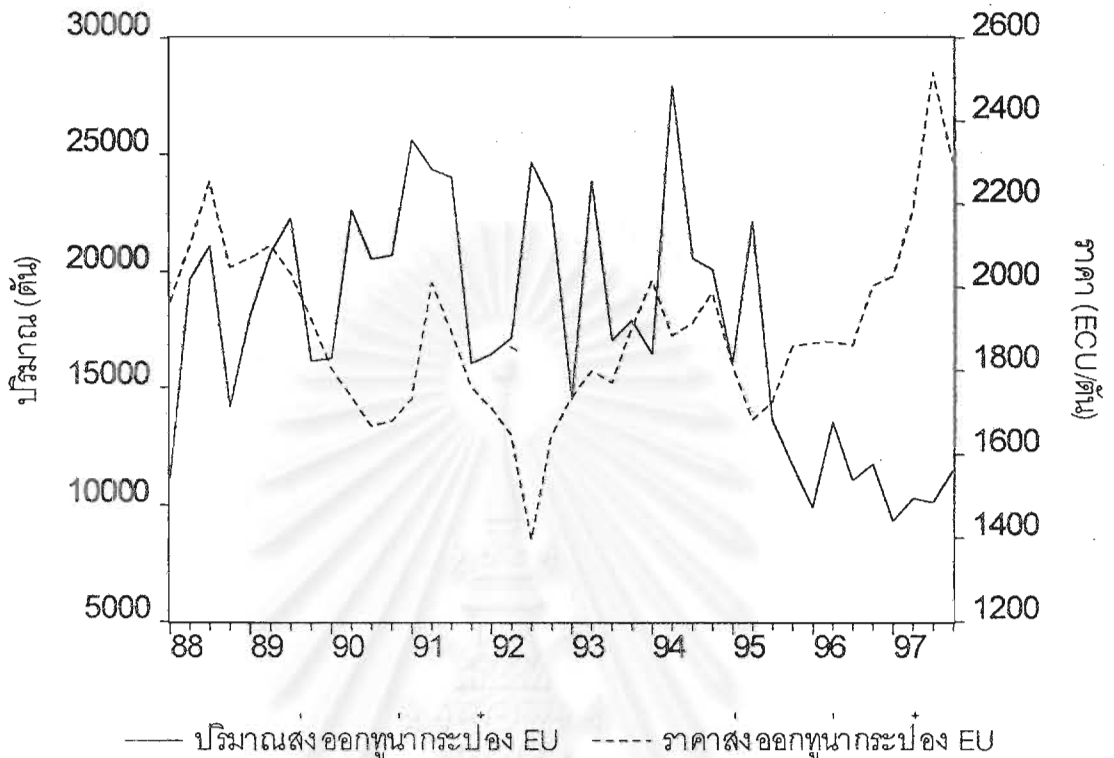
การส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังตลาดสหภาพยุโรป ส่วนใหญ่อยู่ในกระป๋องขนาด 6.5-7 ออนซ์ โดยทูน่ากระป๋องส่วนมากอยู่ในรูปทูน่าในน้ำมันพืช ซึ่งแตกต่างจากตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งอยู่ในรูปทูน่าในน้ำเกลือ ตลาดสำคัญ ได้แก่ ประเทศเยอรมันนี สหราชอาณาจักร และ สวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น สินค้าที่มีราคาสูงกว่าสินค้าในตลาดสหรัฐอเมริกาเล็กน้อย ประเทศคู่แข่งจะได้เปรียบไทยที่อัตราภาษีการนำเข้าของไทยสูง คือ 24% การส่งออกจะเน้นในไตรมาสที่ 3 ซึ่งเป็นช่วงหน้าร้อนและเทศกาลต่างๆ เช่น Easter เป็นต้น

ในภาพรวมปริมาณส่งออกของปลาทูน่าในตลาดสหภาพยุโรป ตลอดจนราคาเปรียบเทียบของสินค้าไทยกับประเทศคู่แข่งมีทิศทางเช่นเดียวกับในตลาดสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ จากแผนภาพที่ 4.2 อุปสงค์การส่งออกอยู่ในระดับสูงในช่วงปี พ.ศ.2532-2535 ซึ่งเป็นช่วงที่ราคาปลาทูน่ากระป๋องมีราคาต่ำ จากนั้นแนวโน้มการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปลดลง ซึ่งเป็นเวลาเดียวกับที่ราคาปลากระป๋องของไทยและราคาทูน่ามีราคาสูงขึ้น

แต่อย่างไรก็ดีประเทศไทยได้เปรียบทางด้านระดับราคาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง (แผนภาพที่ 4.4) เนื่องจากค่าเงินเปโซที่แท้จริงของประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญแข็งขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับค่าเงินบาท

นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นจากประเทศในกลุ่ม ACP และกลุ่ม ANDEAN ซึ่งได้เปรียบสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีในการนำเข้าสหภาพยุโรป ในขณะที่เดียวกันมีการกำหนดโควตาการนำเข้าปลาทูน่าในช่วง 1 มกราคม พ.ศ.2536 ถึง 1 มกราคม พ.ศ.2540

แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดสหภาพยุโรป



ตลาดญี่ปุ่น

ตลาดญี่ปุ่นเป็นตลาดการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยตลาดหนึ่ง ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับตลาดส่งออกในสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ทั้งนี้เนื่องจากในญี่ปุ่นนิยมบริโภคในลักษณะอาหารสดมากกว่าอาหารกระป๋อง อุปสงค์ของทูน่ากระป๋อง นิยมบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงาม ราคาสินค้าค่อนข้างสูงและแปรผันตามคุณภาพสินค้า ลูกคามี Brand Royalty สูง ผู้ผลิตในประเทศจึงมีส่วนแบ่งตลาดขายปลีกที่สูง การส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นจะมีสูงในช่วงไตรมาสที่ 4 เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาล และต่ำสุดในช่วงไตรมาสที่ 1

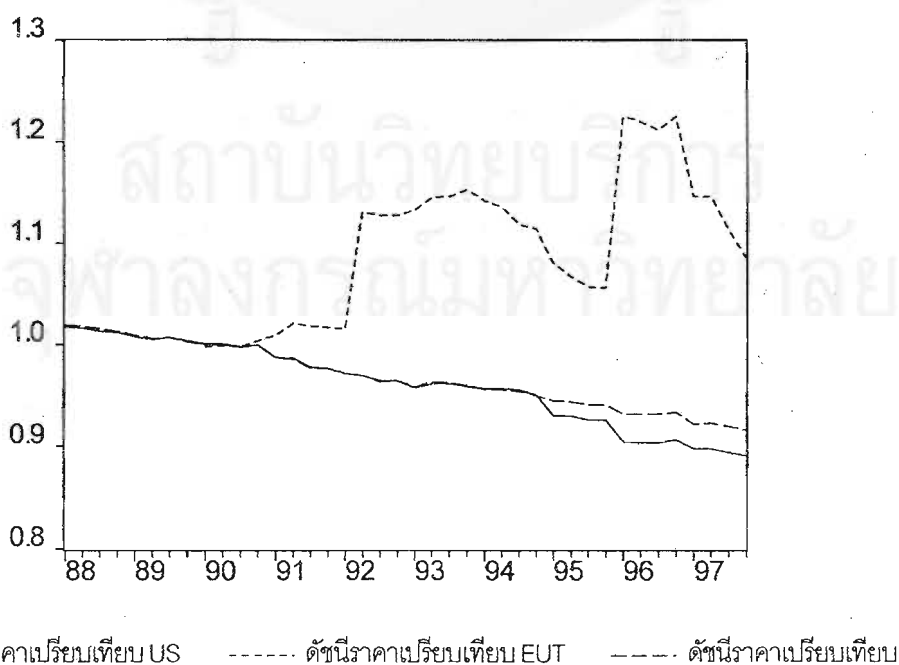
ปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องไปประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มตรงข้ามกับราคาปลาทูน่ากระป๋อง จากแผนภาพที่ 4.3 อุปสงค์ของการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นจากปี พ.ศ.2531 ถึง พ.ศ.2538 ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับราคาปลาทูน่ากระป๋องจากไทยมีแนวโน้มต่ำลง ทั้งนี้เนื่องมาจากราคาปลาทูน่าที่ลดลงถึงปี พ.ศ.2535 และค่าเงินเยนที่แข็งตัวจนกระทั่งปี พ.ศ.2538 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2538 ปริมาณการส่งออกปลาทูน่าไปยังญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่ราคาปลาทูน่ากระป๋องส่งออกจากไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นแพงขึ้น เนื่องจากราคาปลาทูน่าสดที่แพงขึ้นและค่าเงินเยนที่มีแนวโน้มอ่อนตัวลง

แต่อย่างไรก็ดีระดับราคาของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งมีค่าลดลงทั้งนี้เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของเปโซของฟิลิปปินส์มีค่าแข็งขึ้นอย่างต่อเนื่อง (แผนภาพที่ 4.4)

แผนภาพที่ 4.3 ปริมาณการส่งออกและราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดญี่ปุ่น



แผนภาพที่ 4.4 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างปลาทูน่ากระป๋องของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ



4.2 ผลการประมาณการ

ตลาดสหรัฐอเมริกา

ในการประมาณการส่งออกปริมาณปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาพบว่าอุปสงค์ของสหรัฐอเมริกาต่อผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย ซึ่งโดยมากเป็นปลาทูน่าในน้ำเกลือมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคา (ในเงินสกุลดอลลาร์) ประมาณ -1.38 ณ ราคานัยสำคัญทางสถิติที่ 5%³ (ตารางที่ 4.1) ซึ่งนับว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่อราคาในระดับสูงพอสมควร ทั้งนี้อาจเนื่องจากสินค้าปลาทูน่ากระป๋องในสหรัฐอเมริกาคือเป็นสินค้าอาหารแปรรูปราคาถูกและมีสินค้าทดแทนค่อนข้างมาก ดังนั้นการขึ้นราคาสินค้าดังกล่าวในสหรัฐอเมริกาทำได้ยาก การที่ราคาสินค้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยราคาสูงขึ้น อันเนื่องมาจากการลดลงของอุปทานปลาทูน่าสดในตลาดโลกลดลง จะทำให้ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายมีส่วนกำไรลดลง และทำให้มีการโฆษณาตลาด ซึ่งจะมีผลทำให้อุปสงค์ปลาทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้มาตรการในการรณรงค์พิทักษ์ปลาโลมาตั้งแต่ พ.ศ.2531 อาจส่งผลทางอ้อมให้ราคาปลาทูน่าสดมีราคาสูงขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทย

ระดับรายได้ของคนสหรัฐอเมริกาไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย

จากผลการประมาณการ พบว่า ระดับราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นราคาสินค้านำเข้าจากประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบกับราคาสินค้านำเข้าจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์ของปลาทูน่ากระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีลักษณะเป็นฤดูกาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยจะอยู่ในระดับสูงในช่วงไตรมาสที่ 4 ทั้งนี้มีสาเหตุประการสำคัญคือ การที่สหรัฐอเมริกาคำหนด Tariff Quota โดยมีอัตราภาษีนำเข้า 2 อัตรา คือ 6% ในช่วงโควต้าและ 12% หลังหมด Quota โดยเริ่มนับโควต้าการนำเข้าในเดือนมกราคม ดังนั้นถ้านำเข้าในช่วงมกราคม-กุมภาพันธ์จะเสียภาษีนำเข้าในอัตราต่ำและ

³ ในการคำนวณราคาปลาทูน่ากระป๋องนำเข้าเป็นราคาล้างเสียภาษีนำเข้าในระบบโควต้าภาษีซึ่งสมมติให้ช่วงไตรมาสแรกถูกเก็บอัตราภาษีนำเข้าในอัตรา 6% และ 12% ในช่วงไตรมาส 2, 3 และ 4

ทำให้ต้องส่งออกจากไทยในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี นอกจากนี้อุปสงค์ในการบริโภคปลากระป๋องของสหรัฐอเมริกาเริ่มในช่วงไตรมาสที่ 2 ในขณะที่อุปสงค์การบริโภคในสหภาพยุโรปเริ่มในช่วงไตรมาสที่ 3



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกปลาหมึกกระป๋องในตลาดต่างๆ

ตลาดสหรัฐอเมริกา			ตลาดสหภาพยุโรป			ตลาดญี่ปุ่น		
2531:1-2540:2			2533:1-2540:2			2533:1-2540:2		
ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat
ค่าคงที่	25.155	1.714	ค่าคงที่	13.008	1.857	ค่าคงที่	-14.733	-0.441
LOG(ราคาและภาษีนำเข้า)	-1.378	-2.122	LOG(ระดับราคา)	-0.204	-0.425	LOG(ระดับราคา)	-1.755	-4.784
LOG(ระดับรายได้)	-0.586	-0.399	LOG(ระดับรายได้)	-0.309	-0.414	LOG(ระดับรายได้)	3.728	1.407
LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	4.060	0.761	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	1.020	0.563	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	-6.691	-1.137
ไตรมาส 1	-0.393	-3.303	ไตรมาส 1	-0.108	-1.168	ไตรมาส 1	-0.200	-1.589
ไตรมาส 2	-0.289	-2.742	ไตรมาส 2	0.144	1.588	ไตรมาส 2	-0.172	-1.512
ไตรมาส 3	-0.304	-3.006	ไตรมาส 3	0.065	0.700	ไตรมาส 3	-0.039	-0.311
			ระบบโควต้า	-0.002	-0.021			
			การแข่งขัน	-0.397	-2.252			
AR(1)	0.156	0.825	AR(1)	0.019	0.073	AR(1)	-0.119	-0.551
Adjusted R-squared	0.682		Adjusted R-squared	0.724		Adjusted R-squared	0.815	
Durbin-Watson stat	1.948		Durbin-Watson stat	1.992		Durbin-Watson stat	1.893	
F-statistic	12.008		F-statistic	9.174		F-statistic	19.281	

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดสหภาพยุโรป

ผลการประมาณการอุปสงค์ในตารางที่ 4.1 พบว่า อุปสงค์ของสหภาพยุโรปต่อสินค้าปลาทูน่ากระป๋องของไทย ไม่ขึ้นอยู่กับระดับราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อุปสงค์ในตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ขึ้นอยู่กับระดับราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

นอกจากนั้นสินค้าปลาทูน่ากระป๋องในตลาดสหภาพยุโรปไม่มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ อย่างมีความสัมพันธ์ทางสถิติ

จากการประมาณการพบว่า ราคาหรือต้นทุนเปรียบเทียบระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นราคาสินค้านำเข้าจากประเทศไทย ในตลาดสหภาพยุโรปเมื่อเปรียบเทียบกับราคาหรือต้นทุนนำเข้าจากสินค้าประเทศคู่แข่ง ได้แก่ สเปน เซเนกัล และกานา เป็นต้น ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์ของสินค้าส่งออกของไทย

นอกจากนี้พบว่า การส่งออกสินค้าทูน่ากระป๋องไปยังสหภาพยุโรปไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลและจากผลการประมาณการพบว่าตัวแปรหุ่นมาตรฐานการโคเวตต้าที่สหภาพยุโรปใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 ถึงปลายปี พ.ศ.2539 ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกของไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ⁴

นอกจากนั้นพบว่าตัวแปรการแข่งขันที่เป็นตัวแปรหุ่นของการแข่งขันที่สูงขึ้นจากผู้ผลิตและส่งออกใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศเซเนกัลส่งผลกระทบทางด้านลบต่อการส่งออกของไทยในตลาดสหภาพยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นปัจจัยด้านการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่ น่าจะเป็นตัวปัจจัยสำคัญที่ทำให้การส่งออกลดลงในช่วงหลังจากปี พ.ศ.2538 เป็นต้นมา

⁴ ในการประเมินผลกระทบของการลดสิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากร GSP ของไทยเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศ ACP และ ANDEAN จากผลการประมาณการคาดว่าจะส่งผลทางด้านลบต่อการส่งออกของไทย แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากพบว่าระดับราคาและระดับราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในทางสถิติในการอธิบายการส่งออกของไทยไปยังสหภาพยุโรป

ตลาดญี่ปุ่น

จากการประมาณการอุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นในตารางที่ 4.1 พบว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่อระดับราคาประมาณ -1.75 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ทั้งนี้อาจเนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมและมีสินค้าทดแทนค่อนข้างมาก ดังนั้นการที่ราคาปลาทูน่ากระป๋องมีแนวโน้มสูงขึ้นเนื่องมาจากการลดลงของอุปทานปลาทูน่าที่วัดได้จะส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้ผลการประมาณการพบว่า ปริมาณการส่งออกของไทยมีความสัมพันธ์ทางด้านบวกกับระดับรายได้ของชาวญี่ปุ่น แต่ความสัมพันธ์ยังไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องจะสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 4 สัมประสิทธิ์ของตัวแปรฤดูกาล รายไตรมาส แสดงว่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นลดลงในช่วงไตรมาสที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเปรียบเทียบกับในไตรมาสที่ 4

ตัวแปรระดับราคาโดยเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่ง ซึ่งได้แก่ประเทศไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์ของปลาทูน่ากระป๋องจากประเทศไทยไปยังญี่ปุ่น

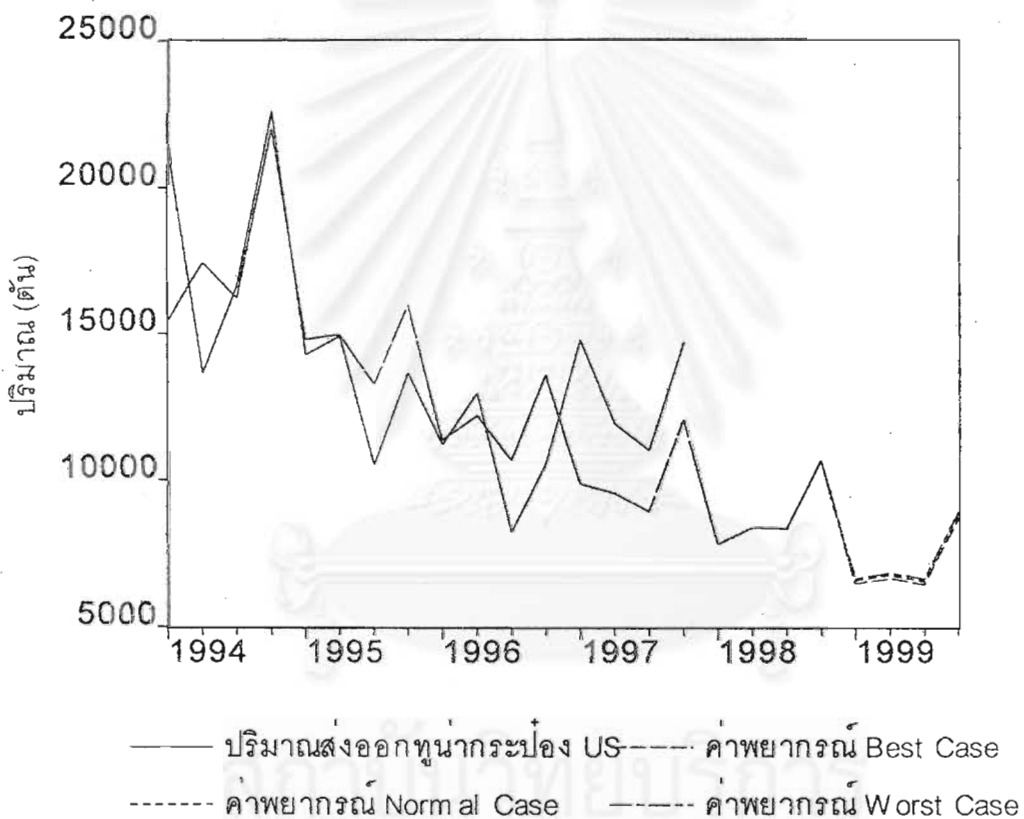
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 การพยากรณ์

ตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลง กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 35,158 ตัน ในปี พ.ศ.2541 และประมาณ 28,635 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต -13% ในปี พ.ศ.2541 และ -18.6% ในปี พ.ศ.2542

แผนภาพที่ 4.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกทูน่ากระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา

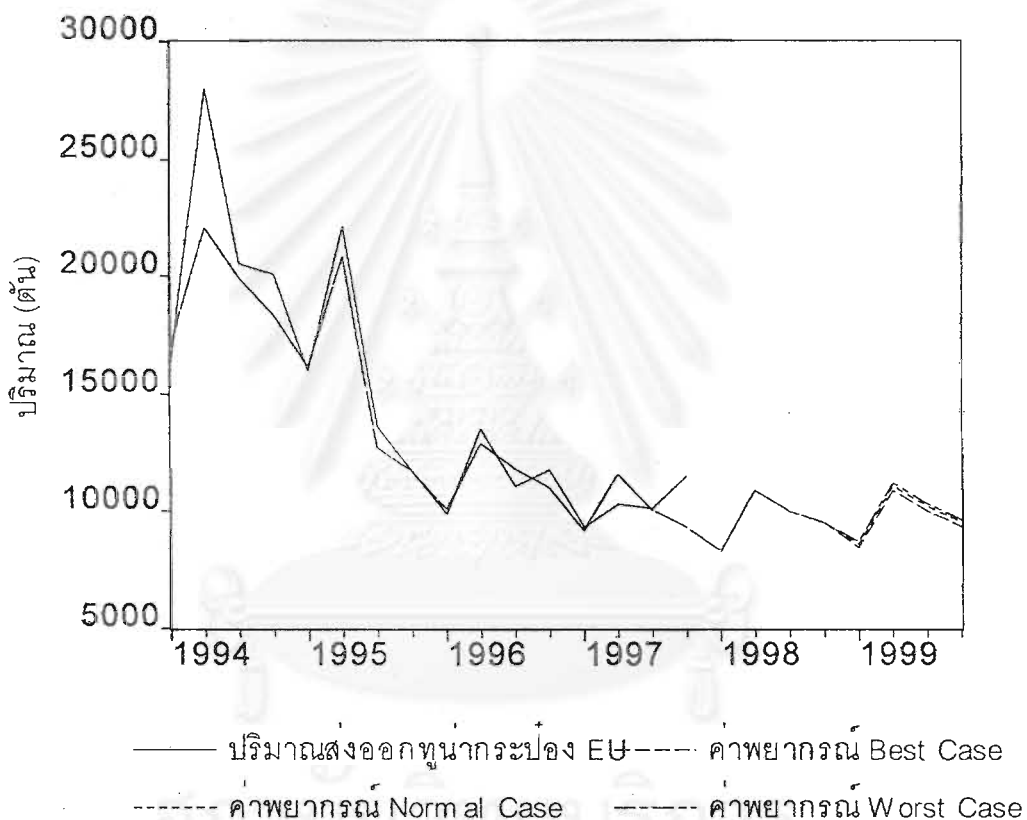


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดสหภาพยุโรป

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิจ คาดว่าปริมาณการส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังตลาดสหภาพยุโรปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 38,612 ตัน ในปี พ.ศ.2541 และประมาณ 39,368 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต -3.7% ในปี พ.ศ.2541 และ 2% ในปี พ.ศ.2542

แผนภาพที่ 4.6 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกทูน่ากระป๋องในตลาดสหภาพยุโรป

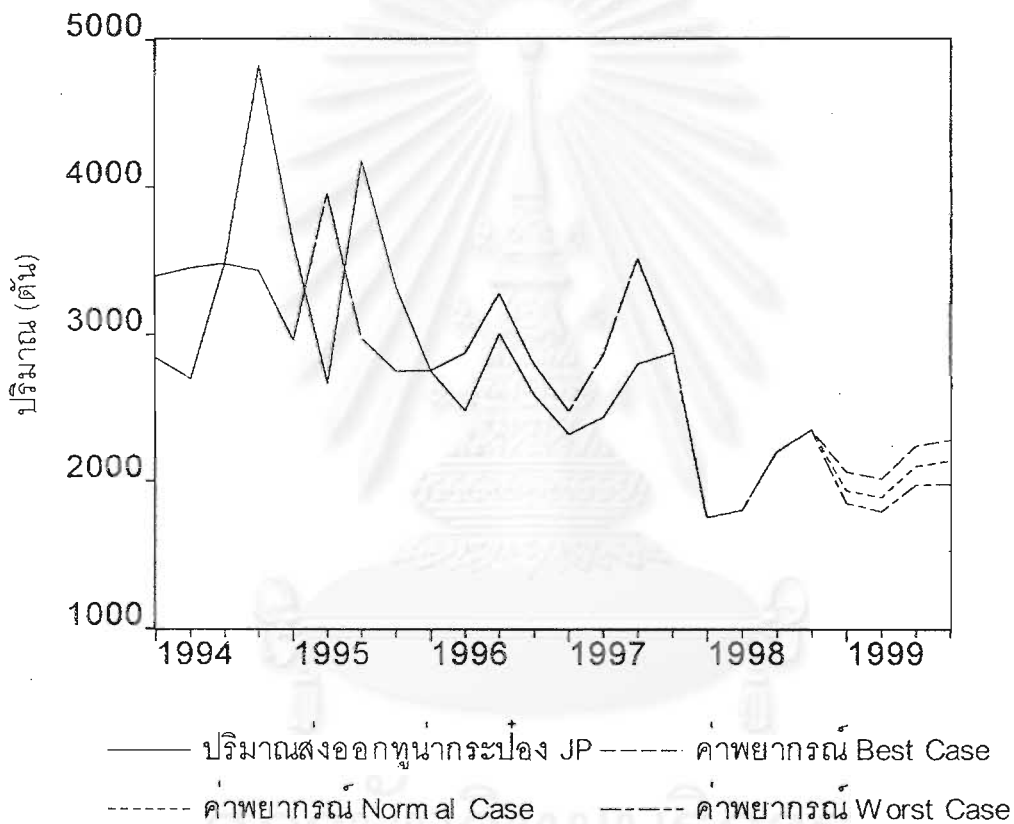


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดญี่ปุ่น

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลง กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 8,106 ตัน ในปี พ.ศ.2541 และประมาณ 8,059 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต -31.1% ในปี พ.ศ.2541 และ -0.6% ในปี พ.ศ.2542

แผนภาพที่ 4.7 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกทูน่ากระป๋องในตลาดญี่ปุ่น



โดยสรุปการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อระดับการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ระดับการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปยังขึ้นอยู่กับฤดูกาลและมาตรการโควต้าภาษี ทำให้การส่งออกออกไปมีแนวโน้มสูงในไตรมาสที่ 4 จากแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้ปริมาณการส่งออกของไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ดีการอ่อนตัวของค่าเงินบาทจะช่วยทำให้การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

บทที่ 5

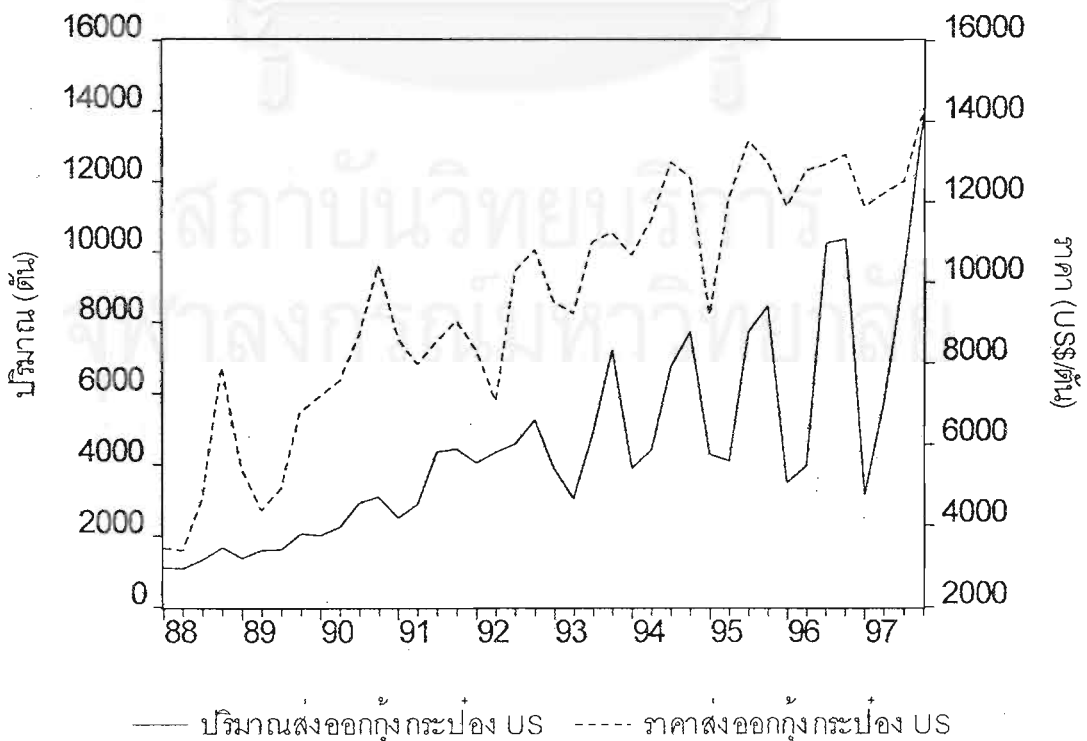
ผลประมาณการ และพยากรณ์ของกุ้งกระป๋องและแปรรูป

5.1 สถิติเบื้องต้น

ตลาดสหรัฐอเมริกา

การส่งออกกุ้งกระป๋องแปรรูปไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมากอยู่ในรูป Shrimp in Brine ซึ่งเป็นรูปแบบดั้งเดิม และราคาสินค้าอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับตลาดอื่น เนื่องจากมาตรฐานและคุณภาพที่ FDA กำหนดอยู่ในระดับสูง การแข่งขันเน้นด้านคุณภาพเป็นหลักมีการนำเข้าสม่ำเสมอทั้งปีหรือขึ้นอยู่กับการทำ Promotion ของผู้นำเข้าเอง การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ราคากุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปจากประเทศไทยในรูปดอลลาร์ไปยังสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (แผนภาพที่ 5.1) นอกจากนี้ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างสินค้าไทยกับคู่แข่งมีแนวโน้มเสียเปรียบเล็กน้อยช่วงปี พ.ศ.2536-2538 เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของไทยมีแนวโน้มแข็งขึ้น เมื่อเทียบกับค่าเงินดอลลาร์แคนาดา แต่หลังจากค่าเงินบาทลอยตัวในปี พ.ศ.2540 ราคาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งของไทยลดลงอย่างมาก (แผนภาพที่ 5.4)

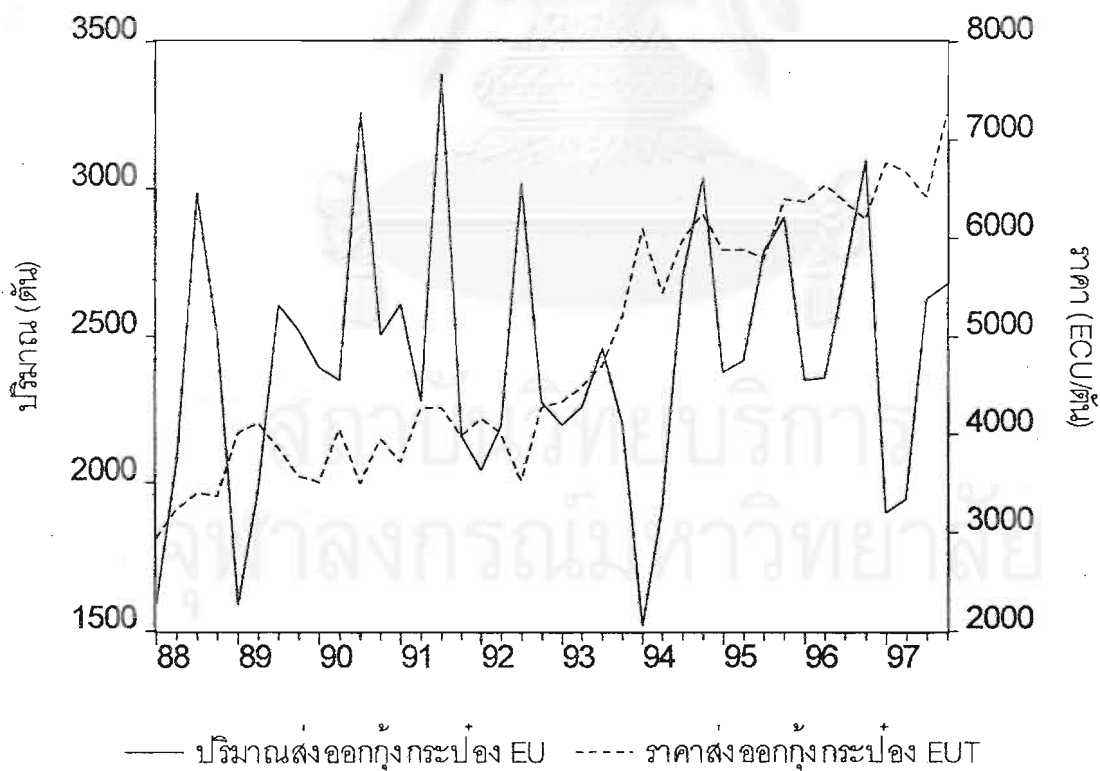
แผนภาพที่ 5.1 ปริมาณการส่งออกและราคากุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา



ตลาดสหภาพยุโรป

การส่งออกกุ้งกระป๋องแปรรูปไปยังตลาดสหภาพยุโรป เน้นในรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมตามกฎหมายของประเทศนำเข้าว่าต้องมี DW 125g แต่อาจขยายรูปแบบเป็น Value Added ได้ราคาของผลิตภัณฑ์จะถูกกว่าในตลาดสหรัฐอเมริกา ทางด้านสิทธิภาษี GSP ประเทศไทยไม่ได้สิทธิ GSP ตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ทำให้ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตรา 20% ซึ่งเสียเปรียบคู่แข่ง เช่น อินโดนีเซียและมาเลเซีย ในขณะที่อินโดนีเซียและมาเลเซียเสียในอัตรา 7% การนำเข้าจะสูงในช่วงเทศกาล ได้แก่ Easter, X'Mas และช่วงหน้าร้อน การส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปของไทยไปยังสหภาพยุโรปในช่วงปีมีแนวโน้มทรงตัวในช่วงปี พ.ศ.2531 ถึง พ.ศ.2540 ในขณะที่ระดับราคากุ้งกระป๋องและแปรรูปส่งออกของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (แผนภาพที่ 5.1) ในขณะที่ดัชนีราคาสินค้าไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งมีแนวโน้มสูงขึ้นจากปี พ.ศ.2535 ถึง พ.ศ.2540 หลังจากค่าเงินบาทลอยตัว ดัชนีราคาเปรียบเทียบจนถึงไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2541 ลดลงอย่างมาก (แผนภาพที่ 5.4)

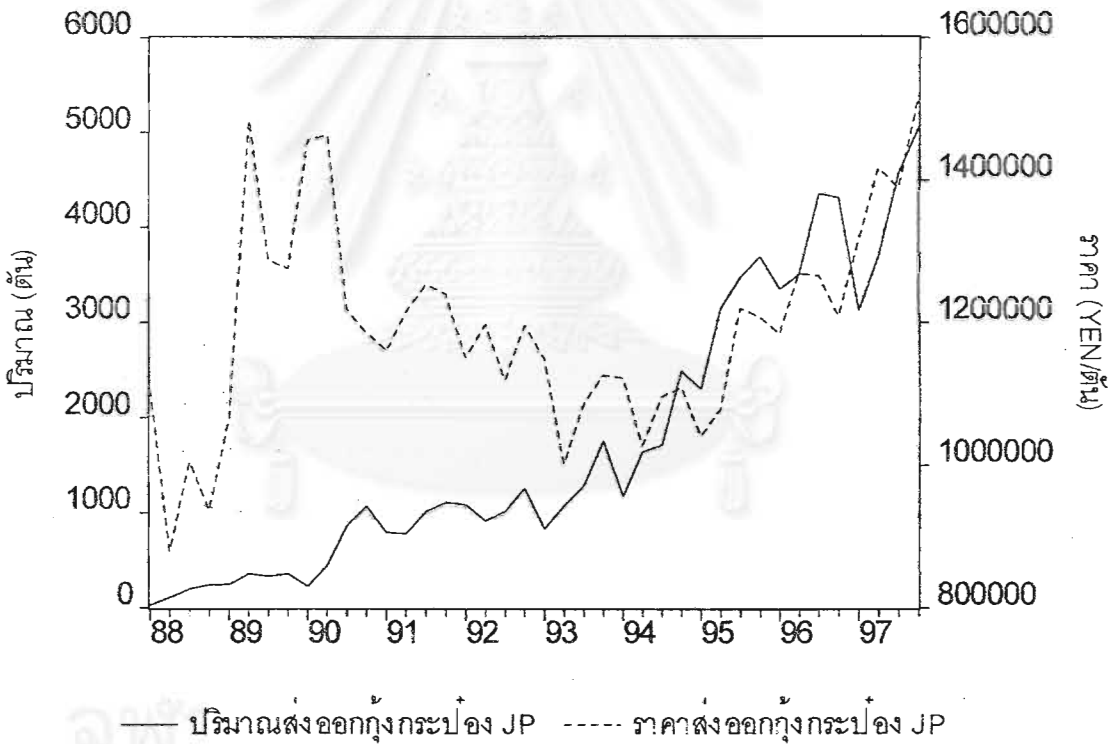
แผนภาพที่ 5.2 ปริมาณการส่งออกและราคากุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยในตลาดสหภาพยุโรป



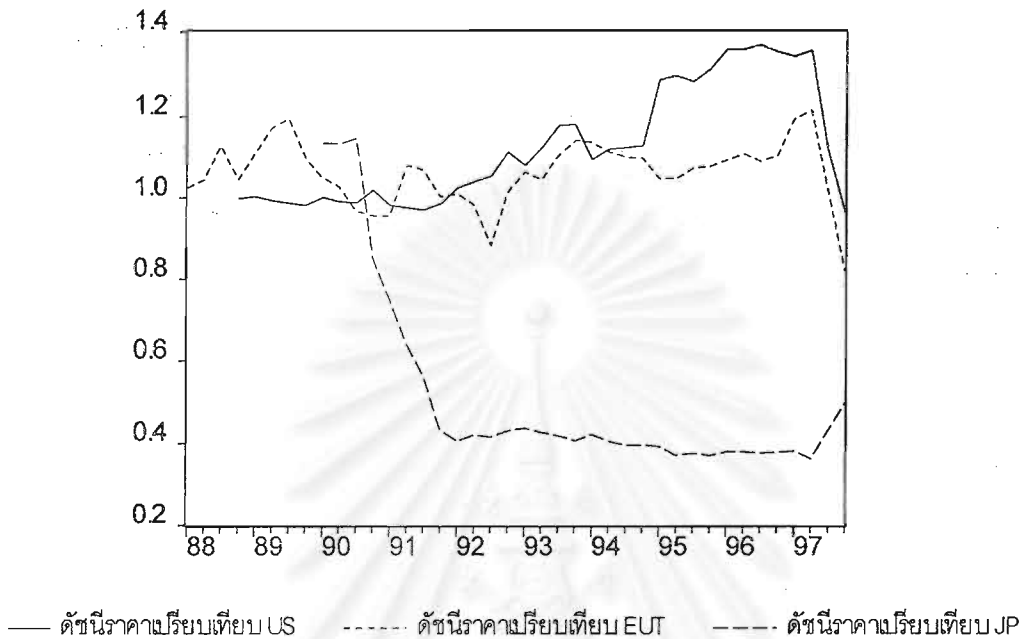
ตลาดญี่ปุ่น

การส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่แล้วอยู่ในรูป กุ้งแปรรูปหรือกุ้งชุบแป้ง โดยใช้กุ้งกุลาดำเป็นหลัก ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (แผนภาพที่ 5.3) ในขณะที่ราคากุ้งแปรรูปส่งออกของไทย ทั้งในรูปของเงินเยนและเงินบาทและราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ระหว่างปี พ.ศ.2536 ถึง พ.ศ.2540 หลังลดค่าเงินบาทในปี พ.ศ.2540 ราคากุ้งส่งออกในรูปเงินเยนลดลงอย่างมาก แต่อย่างไรก็ดี ในตั้งแต่ช่วงกลางปี พ.ศ.2541 ค่าเงินเยนมีแนวโน้มอ่อนลง ทำให้ราคาสินค้าส่งออกของไทยมีแนวโน้มแพงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (แผนภาพที่ 5.4)

แผนภาพที่ 5.3 ปริมาณการส่งออกและราคากุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น



แผนภาพที่ 5.4 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างกุ้งกระป๋องและแปรรูปของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ



5.2 ผลการประมาณการ

ตลาดสหรัฐอเมริกา

จากผลการประมาณการอุปสงค์ต่อการส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาในตารางที่ 5.1 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรระดับราคากุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ในขณะที่ระดับราคาโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งได้แก่ แคนาดา และฟิลิปปินส์ มีความสัมพันธ์ทางด้านลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ต่ออุปสงค์ของการส่งออกจากประเทศไทย กล่าวคือ ถ้าราคากุ้งแปรรูปส่งออกจากไทยมีราคาลดลงโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 1% จะทำให้การส่งออกกุ้งแปรรูปของไทยเพิ่มขึ้นถึง 2.26%

นอกจากนั้นการส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปของไทยขึ้นอยู่กับฤดูกาล กล่าวคือ การส่งออกกุ้งจะสูงในช่วงไตรมาสที่ 3 และ 4 และจะต่ำในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 2

ปริมาณกุ้งที่จับได้ตามธรรมชาติของไทยซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญของกุ้งแปรรูป ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออก ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรแนวโน้มมีค่าเป็นบวกแสดงแนวโน้มการเติบโตของการส่งออกอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจสะท้อนถึงการพัฒนาด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง

ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายพฤติกรรมการส่งออกได้ประมาณ 80% (Adjusted $R^2 = 0.80$)⁵



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁵ ตัวแปรระดับรายได้ไม่ได้รวมเข้ามา ณ การประมาณการเนื่องจากปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 5.1 ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปในตลาดต่างๆ

ตลาดสหรัฐอเมริกา			ตลาดสหภาพยุโรป			ตลาดญี่ปุ่น		
2531:2-2540:2			2531:1-2540:2			2531:1-2540:2		
ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat
ค่าคงที่	4.680	0.519	ค่าคงที่	15.672	1.150	ค่าคงที่	22.922	2.854
LOG(ระดับราคา)	0.228	0.633	LOG(ระดับราคา)	-0.158	-0.410	LOG(ระดับราคา)	-0.759	-1.658
LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	-2.264	-1.863	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบและภาษี)	-1.438	-0.844	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	0.365	0.923
แนวโน้ม	0.061	2.608	แนวโน้ม	-0.898	-1.465	แนวโน้ม	0.088	8.327
ไตรมาส 1	-0.496	-4.058	ไตรมาส 1	0.023	0.930	ไตรมาส 1	-0.279	-4.303
ไตรมาส 2	-0.424	-3.328	ไตรมาส 2	-0.200	-3.565	ไตรมาส 2	-0.214	-3.178
ไตรมาส 3	-0.091	-0.792	ไตรมาส 3	-0.142	-2.418	ไตรมาส 3	-0.102	-1.679
LOG(ระดับผลผลิตกึ่งจากธรรมชาติ)	-0.030	-0.037	LOG(ระดับผลผลิตกึ่งจากธรรมชาติ)	0.116	2.065	LOG(ระดับผลผลิตกึ่งเลี้ยง)	-0.697	-2.011
AR(1)	0.038	0.188	AR(1)	0.457	0.960	AR(1)	0.552	3.597
Adjusted R-squared	0.800		Adjusted R-squared	0.505		Adjusted R-squared	0.952	
Durbin-Watson stat	1.932		Durbin-Watson stat	2.055		Durbin-Watson stat	1.779	
F-statistic	17.502		F-statistic	5.088		F-statistic	69.745	

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดสหภาพยุโรป

พฤติกรรมของอุปสงค์ต่อสินค้ากุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปของไทยในสหภาพยุโรป จากการศึกษาการแสดงผลในตารางที่ 5.1 มีดังนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรราคาและดัชนีราคาเปรียบเทียบจะเป็นลบแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าการนำเข้ากุ้งแปรรูปของสหภาพยุโรปไม่อ่อนไหวต่อระดับราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นพฤติกรรมเดียวกับอุปสงค์ในตลาดญี่ปุ่น

นอกจากนี้พบว่าระดับรายได้และตัวแปรแนวโน้มเวลาไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์การส่งออกของไทย

อย่างไรก็ตามการส่งออกกุ้งแปรรูปของไทยมีลักษณะขึ้นอยู่กับฤดูกาลกล่าวคือการส่งออกจะสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 4 และลดลงมาในช่วงไตรมาส 2 และ 3

ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายพฤติกรรมการส่งออกได้ประมาณ 50% ($\text{Adjusted } R^2 = 0.5$)

ตลาดญี่ปุ่น

ปัจจัยด้านระดับราคา ราคาเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่ง (ซึ่งได้แก่ จีน ไต้หวัน อินเดีย และฟิลิปปินส์ เป็นต้น) มีผลทางด้านลบต่ออุปสงค์การส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านระดับรายได้มีอิทธิพลทางด้านบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดการส่งออกของไทย (แผนภาพที่ 5.1)

นอกจากนั้นการส่งออกยังมีลักษณะขึ้นอยู่กับฤดูกาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการส่งออกจะลดลงต่ำสุดในช่วงไตรมาสแรกและไตรมาสสองและจะสูงสุดในช่วงไตรมาส 4 ดังนั้น กุ้งแปรรูปจากไทยน่าจะมีการบริโภคสูงสุดในช่วงไตรมาส 4 ซึ่งเป็นช่วงหน้าหนาวในประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนั้นอุปสงค์กุ้งแปรรูปขึ้นอยู่กับตัวแปรแนวโน้ม ซึ่งเป็นตัวแปรที่แทนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มเวลา อาทิเช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์กุ้งแปรรูปประเภทใหม่ๆ และการหาตลาดใหม่ๆ เป็นต้น ทั้งนี้แสดงถึงว่าการพัฒนาของตลาดกุ้งแปรรูปในญี่ปุ่นยังไม่ถึงระดับอิ่มตัว ยังมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกต่อเนื่อง⁶

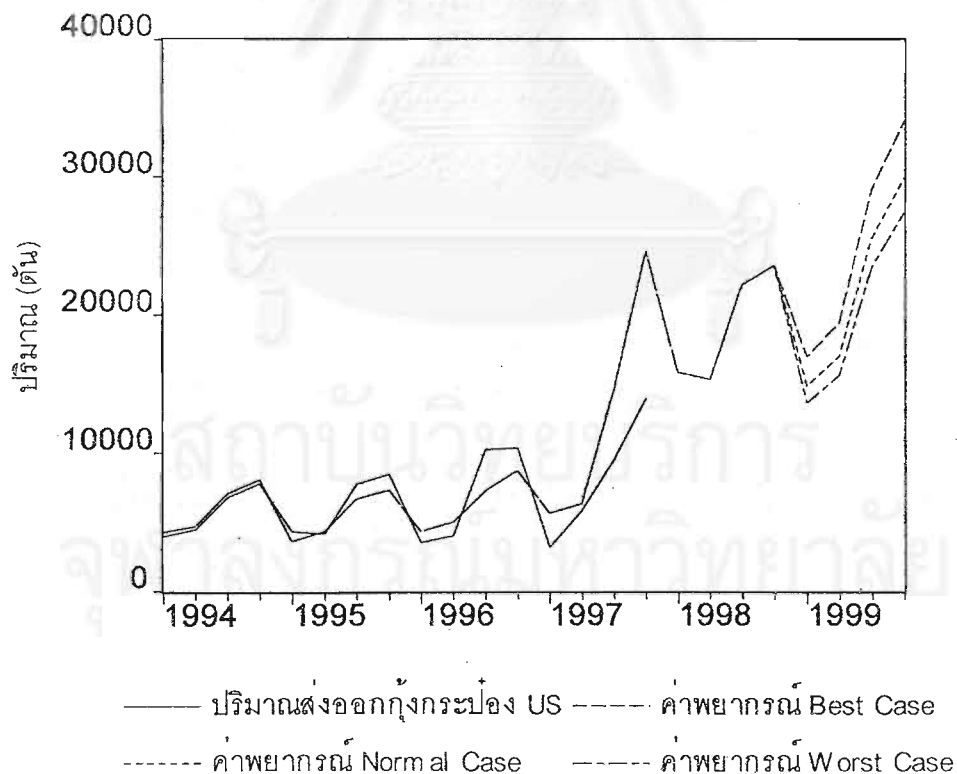
ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 95% แสดงถึงความสามารถในการอธิบายการส่งออกได้ดี

5.3 การพยากรณ์

ตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกกุ้งกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ประมาณ 79,331 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 0.7 %

แผนภาพที่ 5.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา

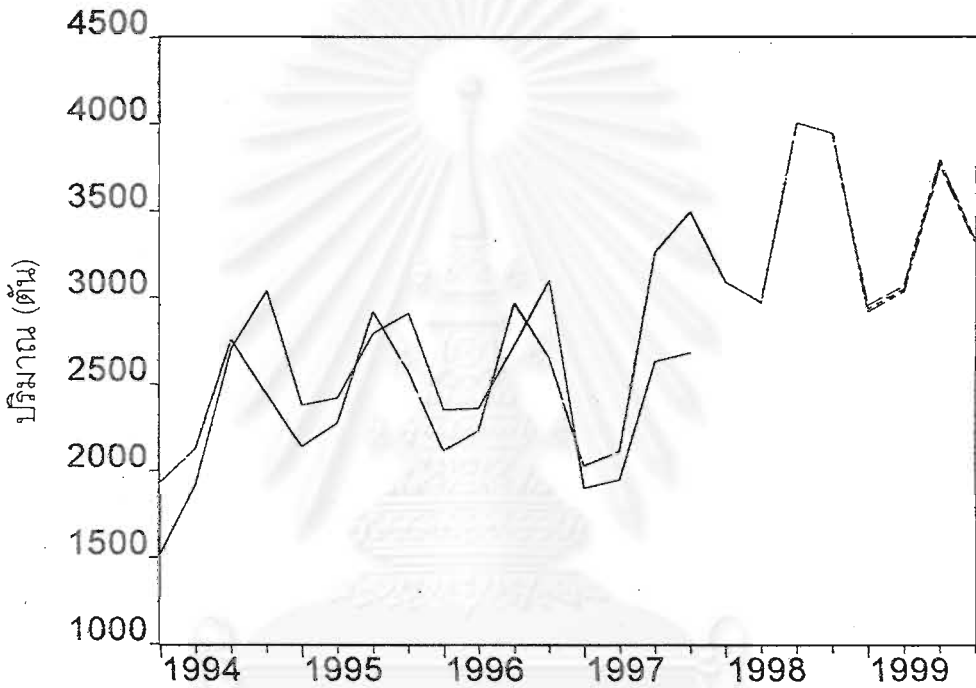


⁶ เมื่อเทียบกับอุปสงค์ส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป โดยมากอยู่ในรูปกุ้งกระป๋อง ซึ่งไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวแปรแนวโน้ม ซึ่งอาจแปรได้ว่าตลาดเริ่มอิ่มตัว

ตลาดสหภาพยุโรป

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกกุ้งกระป๋องไปยังตลาดสหภาพยุโรปมีแนวโน้มลดลง กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 13,082 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต -6.5%

แผนภาพที่ 5.6 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องในตลาดสหภาพยุโรป



— ปริมาณส่งออกกุ้งกระป๋อง EU ——— ค่าพยากรณ์ Best Case
----- ค่าพยากรณ์ Normal Case ——— ค่าพยากรณ์ Worst Case

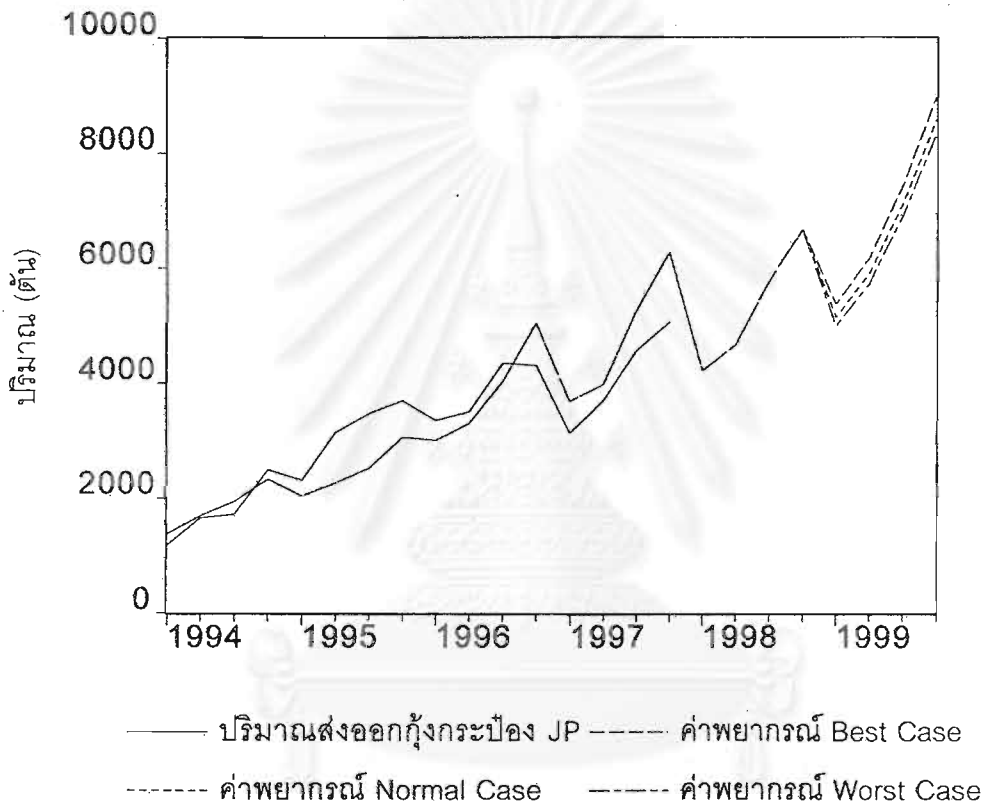
การประเมินผลกระทบของการตัดสิทธิพิเศษทางภาษี GSP

การประเมินผลกระทบของการตัดสิทธิพิเศษทางภาษี GSP ต่อการส่งออกกุ้งแปรรูปของไทยไปยังสหภาพยุโรป จากการที่สหภาพยุโรปตัดลดสิทธิทางภาษี GSP ของอาหารทะเลซึ่งรวมถึงกุ้งแปรรูปในปี พ.ศ.2542 ซึ่งให้กุ้งแปรรูปของไทยจะต้องเสียภาษีนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 13.5 เป็น 20% ซึ่งทำให้ราคานำเข้าและราคาเปรียบเทียบระหว่างเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6.5 นั้น จากแบบจำลองพบว่าจะทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 10

ตลาดญี่ปุ่น

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกกุ้งแปรรูปไปยังตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 26,749 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 25.3%

แผนภาพที่ 5.7 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกกุ้งกระป๋องในตลาดญี่ปุ่น



โดยสรุปจากการศึกษาพบว่า การส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจมาจากความสามารถในด้านการตลาดหรือด้านการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับปัจจัยด้านราคานั้นไม่แสดงความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับการส่งออกในทั้ง 3 ตลาด นอกจากนั้นพบว่าปัจจัยด้านฤดูกาลมีผลต่อการส่งออกในทั้ง 3 ตลาด โดยการส่งออกมีแนวโน้มสูงในไตรมาสที่ 4 และจากการพยากรณ์คาดว่า การส่งออกกุ้งกระป๋องและกุ้งแปรรูปจะยังมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ.2542

บทที่ 6

ปัญหา กฎระเบียบและนโยบาย

จากการที่อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเป็นสินค้าอาหาร ประเทศผู้นำเข้าจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับสุขอนามัยของผู้บริโภคภายในประเทศ ดังนั้นสินค้านำเข้าจะต้องมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ จะต้องมีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานของประเทศผู้ส่งออก และหน่วยงานของประเทศผู้นำเข้าสินค้านั้นจึงจะสามารถจำหน่ายในประเทศเหล่านั้นได้

นอกจากนี้ภายใต้กรอบขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization :WTO) ได้มีการตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการด้านสุขอนามัย (Sanitary and Phytosanitary: SPS) และการตกลงเกี่ยวกับอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barrier to Trade: TBT) ที่เป็นการกำหนดกติกา การใช้ข้อกำหนดทางเทคนิคเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ หีบห่อ การติดฉลาก ตลอดจนกระบวนการขั้นตอน การตรวจประเมินว่าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตามที่กำหนดโดยมิได้เป็นอุปสรรคต่อการค้าโดยไม่จำเป็น

6.1 มาตรการภายในของไทย

- กรณีทั่วไปมิได้รับรองคุณภาพด้านสุขอนามัย (Health Certificate) ตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้า
- กรณีของกลุ่มตลาดสหภาพยุโรป โรงงานผลิตจะต้องได้รับการรับรองของกรมประมง (Competent Authority) และอยู่ในบัญชีรายชื่อที่สหภาพยุโรปให้การรับรองและการส่งออกจะต้องมีใบรับรองสุขอนามัยจากกรมประมง
- ผู้ส่งออกทูน่ากระป๋อง ต้องเป็นสมาชิกสมาคมอาหารสำเร็จรูปเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการส่งออกทูน่ากระป๋อง
- การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) แก่ประเทศไทย จะต้องมีใบรับรองแหล่งกำเนิดของสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยได้ผลิตสินค้าตามมาตรฐาน Codex โดยมีสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นหน่วยงาน และจัดทำมาตรฐานของสินค้าให้สอดคล้องตามมาตรฐานของ Codex

6.2 มาตรการภายในของผู้นำเข้า

6.2.1 มาตรการภาษี

อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของประเทศพัฒนาแล้วได้กำหนดอัตราภาษีไว้แตกต่างกัน คือ การให้เป็นการทั่วไปกับประเทศผู้ส่งออกทุกประเทศ (Most Favoured Nation: MFN) นอกจากนี้ก็มีการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรกับประเทศกำลังพัฒนา (Generalized Systems of Preferences: GSP) ที่ประเทศผู้นำเข้าให้กับประเทศผู้ส่งออกบางประเทศเท่านั้น

สหรัฐอเมริกา

การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย ยกเว้นทุนำกระป๋องจะได้รับ GSP จากสหรัฐอเมริกา แม้ว่าปูและกุ้งบรรจุกระป๋องกำหนดอัตราภาษี MFN ไว้ที่ระดับร้อยละ 5-10 หอยลายกระป๋องไว้ที่ระดับร้อยละ 7-14 แต่สินค้านำเข้าจากประเทศไทย ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรโดยไม่ต้องเสียภาษี จากการที่ไทยยังคงได้รับ GSP ก็เป็นการช่วยให้ไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปตลาดดังกล่าวได้มากขึ้น

สำหรับปลาทูน่ากระป๋อง สหรัฐอเมริกาได้มีมาตรการโควตาภาษี (Tariff Quota) ของปลาทูน่ากระป๋องในน้ำเกลือ ภายใต้โควตาเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 6 นอกโควตาเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 12.5 ทั้งนี้สมาชิก NAFTA จะได้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) โดยเฉพาะ แคนาดาร้อยละ 0.6 เม็กซิโกร้อยละ 4.4 ไทยส่งออกประมาณ 60% ของปลาทูน่าที่ส่งออกในตลาดนี้

สำหรับปลาทูน่ากระป๋องในน้ำมัน ไม่มีระบบโควตาไทยต้องเสียภาษีอัตราเดียวร้อยละ 35 แคนาดาและเม็กซิโกได้ GSP เสียภาษีร้อยละ 3.5 และ 25.6 ตามลำดับ สำหรับทูน่ากระป๋องในน้ำมัน สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยเพียงเล็กน้อย

สหภาพยุโรป

การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังสหภาพยุโรปนั้น สินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปที่ไทยเคยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ได้แก่ กุ้งกระป๋อง ปูบรรจุกระป๋อง หอยลายบรรจุกระป๋อง ปลาหมึกบรรจุกระป๋อง ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 7.6-13.5 แต่หลังจากปี พ.ศ.2542 เป็นต้นไป สหภาพยุโรปยกเลิกการให้ GSP กับไทยทั้งหมด ส่งผลให้กุ้งกระป๋องและแปรรูปเสียภาษีอัตราร้อยละ 20 นอกจากนั้นสหภาพยุโรปได้ให้สิทธิพิเศษทางการค้ากับประเทศกลุ่ม ACP โดยเฉพาะทูน่ากระป๋องเก็บจากไทยร้อยละ 24 ขณะที่กลุ่ม ACP ที่มีข้อตกลงพิเศษนั้นได้รับยกเว้นภาษี

แคนาดา

ไทยส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปแคนาดา โดยเฉพาะทูน่ากระป๋อง ได้กำหนดอัตราร้อยละนำเข้าตามข้อตกลง WTO จากร้อยละ 14 เหลือร้อยละ 9.1 ภายใน 6 ปี (พ.ศ.2538 ถึง 31 ธ.ค. 2543) และตั้งแต่ 1 ม.ค. พ.ศ.2539 เป็นต้นมา แคนาดาได้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) กับปลาทูน่ากระป๋องที่ผลิตจากปลาสดแช่แข็ง ร้อยละ 8 ส่วนปลาที่ผลิตจากปลาแอตแลนติกโบนิโตจะไม่ได้รับสิทธิพิเศษ แต่ไทยส่งออกปลาโบนิโตและสดแช่แข็งภายใต้พิกัดเดียวกัน

ญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปที่เพิ่มความสำคัญมากขึ้น ในปัจจุบันให้ GSP กับประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งไทยด้วย ทั้งนี้ปูกระป๋อง ซาร์ดีนกระป๋อง แมคเคอร์ริลกระป๋อง หอยลายกระป๋อง และปลาหมึกกระป๋อง ภาษีทั่วไปร้อยละ 9.6 ไทยได้ GSP เสียภาษีร้อยละ 7.2 สำหรับกุ้งกระป๋องภาษีทั่วไปร้อยละ 4.8 ไทยได้ GSP เสียร้อยละ 3.2

6.2.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

สหรัฐอเมริกา

1. ตามกฎหมายอาหารและยา เครื่องสำอางของสหรัฐอเมริกา กำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า รวมถึงผู้จำหน่ายอาหารต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสินค้าที่เรียกว่า CGMP (Current Good Manufacturing Practice)

2. กระทรวงเกษตร สหรัฐอเมริกา และกระทรวงสาธารณสุข สหรัฐอเมริกา ยังกำหนดให้นำระบบมาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) มาใช้ กับผลิตภัณฑ์ของอาหารทะเล ตั้งแต่ธันวาคม พ.ศ.2540 เป็นต้นไป โดยการควบคุมตั้งแต่ขั้นตอน การจับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การเก็บสินค้า การขนส่งจนถึงมือผู้บริโภค จากเดิมที่เคย กำหนดเฉพาะสินค้าสำเร็จรูป (Final Products) เท่านั้น

3. ขั้นตอนการนำเข้า

3.1 ผู้นำเข้าแจ้งประเภทสินค้าต่อเจ้าหน้าที่ ณ ด้านศุลกากร โดยข้อมูล จะถูกส่งไปยังสำนักงานองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (USFDA)

3.2 ผู้นำเข้าต้องกรอกเอกสารการนำเข้า ซึ่งระบุข้อมูลต่างๆ เช่น ตัว สินค้า ปริมาณสินค้า ชื่อผู้นำเข้าหรือ Broker ชื่อผู้ผลิต ประเทศผู้ผลิต วันเวลาที่สินค้าเทียบ ท่าเรือ และด่านที่สินค้าเข้า

3.3 FDA จะพิจารณาตรวจสอบเอกสารนำเข้า เพื่ออนุญาตให้นำเข้า สินค้า ซึ่งขึ้นกับปัจจัยตามเกณฑ์ของ FDA ถ้าพิจารณาเห็นว่าสินค้านั้นมีปัญหา สินค้าจะถูกส่งตัวอย่างนำไปตรวจสอบว่ามีปัญหาและข้อบกพร่อง และข้อขัดแย้งกับกฎหมาย FDA รวมถึงประวัติ การนำเข้าด้วย ถ้าพบว่าผิดกฎหมายสินค้านั้นจะถูกกักกันและห้ามนำออกจำหน่าย

4. เมื่อ USFDA ตรวจพบว่าสินค้านั้นมีปัญหาจะถูกกักกัน และจะระบุในรายชื่อ ของสินค้าที่ถูกกักกัน (Detention List) หากสินค้านั้นถูกระงับการนำเข้า สาเหตุจากเป็นอันตราย ต่อสุขภาพของผู้บริโภค ผู้ผลิตรายนั้นจะถูกขึ้นทะเบียนเป็น Automatic Detention การแก้ไข ปรับปรุง หากสามารถนำเข้าครั้งต่อไปโดยไม่ถูกระงับ 5 ครั้งติดต่อกัน ผู้ผลิตรายนั้นจะหลุดจาก รายชื่อ Automatic Detention

5. อาหารที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกา จะต้องปฏิบัติตามระเบียบในการกำหนด ฉลากสินค้า โดยเฉพาะอาหารที่มีภาชนะบรรจุจะต้องแสดงประเทศผู้ผลิต ชื่อ ที่อยู่ ของบริษัท ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย รวมทั้งผู้บรรจุหรือตัวแทนจำหน่าย ชื่อสามัญของผลิตภัณฑ์ สารเสริมแต่ง (Food additive) ใช้ตามปริมาณสัดส่วนตามที่กำหนด นอกจากนั้นฉลากอาหารจะต้องมีการ ระบุข้อมูลทางโภชนาการไว้ก่อน เช่น ปริมาณพลังงาน โปรตีน ไขมัน เป็นต้น

6. มาตรการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตามที่สหรัฐอเมริกา ได้ห้ามนำเข้าปลาทูน่าและผลิตภัณฑ์ทูน่าครึ่งเหลืองที่จับด้วยอวนล้อมในเขตร้อนบริเวณมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออก ตามกฎหมายการคุ้มครองปลาโลมาและสภาพแวดล้อมทางทะเลรวมทั้งการอนุรักษ์ จนได้รับการร้องจากประเทศผู้ส่งออกต่อ GATT/WTO ในปี พ.ศ.2534 ในที่สุดประเทศผู้ส่งออกได้พยายามเจรจาตามปฏิญญาปานามา เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ.2538 ได้ตกลงที่จะแก้ไขกฎหมายคุ้มครองปลาโลมาและยกเลิกการห้ามนำเข้าดังกล่าว ถ้าในปี พ.ศ.2542 สหรัฐอเมริกาจะออกกฎระเบียบการปิดฉลาก "Dolphin-Safe" ภายใต้กฎหมาย Dolphin Protection Consumer Information Act ให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าปลาทูน่าระบุบนฉลากว่าการจับปลาทูน่าโดยวิธีที่ไม่เป็นอันตรายต่อปลาโลมา

การห้ามนำเข้ากุ้งของสหรัฐอเมริกาตามกฎหมายอนุรักษ์เต่าทะเล (PL101-162 Section 609) ในการใช้เครื่องมือ TEDs (Turtle Excluder Devices) มีผลกับการส่งออกกุ้งกระป๋องของไทยที่ใช้วัตถุดิบที่จับจากทะเล แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐของไทยก็ได้เจรจาจนสหรัฐอเมริการับรองให้นำเข้ากุ้งจากไทยได้ว่าการจับกุ้งของไทยไม่เป็นอันตรายต่อเต่าทะเล

สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปเข้มงวดทางด้านคุณภาพของสินค้าอาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล สหภาพยุโรปกำหนดให้โรงงานผลิตในประเทศผู้ส่งออกจะต้องได้รับการรับรองจากกรมประมง (Competent Authority) และอยู่ในบัญชีรายชื่อที่สหภาพยุโรปให้การรับรอง อีกทั้งการส่งออกสินค้าประมง จะต้องมีการรับรองสุขอนามัยจากกรมประมง นอกจากนั้นสหภาพยุโรปจะเข้มงวดในเรื่องของบรรจุภัณฑ์หีบห่อ การควบคุมความปลอดภัยของอาหาร รวมทั้งการปิดฉลากของสินค้าในทำนองเดียวกับของสหรัฐอเมริกา

แคนาดา

ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับกฎหมายภายในของแคนาดานั้น จะครอบคลุมกฎหมายหลายฉบับ เช่น การตรวจสอบคุณภาพอาหาร (Food Inspection Act and Regulation) กฎหมายอาหารและยา (Food and Drug Regulation) ที่ได้กำหนดให้ใช้หลักการปฏิบัติที่ดีของโรงงาน (GMP) โดยกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการร่วมกับกระทรวงเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร และกระทรวงการประมงและมหาสมุทร สำหรับอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปการควบคุมคุณภาพภายใต้ Quality Management Program (QMP)

ญี่ปุ่น

การนำเข้าสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป จะต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (Healthy certificate) จากหน่วยงานของรัฐบาลโดยความเห็นชอบของประเทศญี่ปุ่น การนำเข้าจะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยของอาหาร (Food Sanitation Law) โดยกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานคุณภาพสินค้าเกษตร (Japanese Agricultural Standard, JAS) โดยกระทรวงเกษตรป่าไม้และประมง

สำหรับมาตรการสุขอนามัยของอาหารนั้นกำหนดรายละเอียดในเรื่องสารเจือปนอาหาร ซึ่งจะต้องระบุในฉลากสินค้าตามที่กำหนดสารปนเปื้อนและสารตกค้างเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.1 มาตรการภาษีและมาตรการอื่นๆ ของอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปในตลาดสำคัญ

ประเทศ	มาตรการภาษี	มาตรการมิใช่ภาษี
สหรัฐอเมริกา	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทุ่นำกระป๋อง <ul style="list-style-type: none"> - ทุ่นำกระป๋องในน้ำเกลือมีโควตาภาษี (Tariff Quota) ในโควตาภาษีร้อยละ 6 นอกโควตาร้อยละ 12.5 แคนาดา เม็กซิโก ได้ GSP ภาษีร้อยละ 0.6 และ 4.4 ตามลำดับ - ทุ่นำกระป๋องในน้ำมัน ไม่มีโควตาภาษี (Non-Tariff Quota) ภาษีร้อยละ 35 แคนาดา และเม็กซิโกได้ GSP ภาษีร้อยละ 3.5 และ 25.6 ตามลำดับ 2. ชาร์ดินกระป๋องในน้ำมัน <ul style="list-style-type: none"> - ภาษีร้อยละ 1.6 แคนาดา เม็กซิโกได้ GSP โดยแคนาดา ภาษีร้อยละ 0.4 เม็กซิโกร้อยละ 1.4 3. กุ้งกระป๋อง <ul style="list-style-type: none"> - อัตราภาษีร้อยละ 5-10 ไทยได้ GSP โดยไม่เสียภาษี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตามกฎหมายอาหารและยา เครื่องสำอางของสหรัฐอเมริกา กำหนดให้ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่าย จะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสินค้าระบบ CGMP (Current Good Manufacture Practice) 2. กระทรวงเกษตรและกระทรวงสาธารณสุขสหรัฐอเมริกา กำหนดให้โรงงานต้องเข้าสู่ระบบมาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis And Critical Control Point) ตั้งแต่วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ.2540 เป็นต้นไป 3. สหรัฐอเมริกานำมาตรการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นข้อกีดกัน ในทางการค้า เช่น เรื่อง อนุรักษ์ปลาโลมา อนุรักษ์เต่าทะเล เป็นต้น

ประเทศ	มาตรการภาษี	มาตรการมิใช่ภาษี
สหภาพยุโรป	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้นำกระป๋อง ภาษีร้อยละ 24 ACP, ANDEAN ไม่เสียภาษี 2. กุ้งกระป๋อง ภาษีร้อยละ 20 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เข้มงวดด้านคุณภาพของสินค้าในเรื่องของสุขอนามัย กำหนดให้โรงงานในประเทศผู้ส่งออกจะต้องผ่านการรับรอง (Healthy Certificate) คุณภาพสุขอนามัยโดยหน่วยงานของรัฐบาลไทย (กรมประมง) ที่ผ่านความเห็นชอบของสหภาพยุโรป
แคนาดา	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้นำกระป๋องภาษีร้อยละ 10.1 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2539 ไทยได้ GSP โดยเฉพาะผู้นำกระป๋องผลิตจากปลาสดคิปล้างร้อยละ 8 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การนำเข้าสินค้าอาหารจะต้องปฏิบัติตาม Food Inspection Act and Regulation และ Food and Drug Regulation สำหรับอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ควบคุมคุณภาพภายใต้ Quality Management Program (QMP)
ญี่ปุ่น	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้นำกระป๋อง ภาษีร้อยละ 10.7 2. ชาร์ดินกระป๋องภาษีร้อยละ 9.6 ไทยได้ GSP ร้อยละ 7.2 3. กุ้งกระป๋อง ภาษีร้อยละ 3.2 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การนำเข้าจะต้องมีใบรับรองสุขอนามัย(Healthy Certificate) โดยหน่วยงานของรัฐบาลไทย ที่ผ่านความเห็นชอบของรัฐบาลญี่ปุ่น 2. การนำเข้าจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยของอาหาร (Food Sanitation Law)

บทที่ 7

สรุปและศักยภาพ

7.1 ศักยภาพของสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของไทย

จุดเด่น

1. ประเทศไทยตั้งอยู่ในศูนย์กลางการค้าปลาทูน่าของโลก ทำให้มีปลาทูน่าบ่อนโรงงานผลิตได้ตลอดปี และสามารถเลือกแหล่งวัตถุดิบที่การจับปลาทูน่า ไม่ได้ทำลายปลาโลมาและสัตว์ทะเลอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับกฎระเบียบของรัฐบาลนานาชาติ ตามนโยบายของกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. ความได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีในระดับกลางและระดับสูง อีกทั้งแรงงานมีคุณภาพ ทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของไทยโดยภาพรวมยังต่ำกว่าคู่แข่งที่เป็นประเทศพัฒนาแล้ว และเป็นผู้บริโภคนำกระป๋อง
3. มาตรฐานคุณภาพของสินค้าเป็นที่เชื่อถือของต่างประเทศ และสามารถผลิตได้ตามความต้องการของผู้สั่งซื้อ

จุดด้อย

1. ความไม่สม่ำเสมอของวัตถุดิบที่จับได้จากธรรมชาติที่มีแนวโน้มลดลงส่งผลให้เกิดความผันผวนของราคาโดยเฉพาะทูน่าแช่แข็ง ชาร์ดีน กุ้ง เป็นต้น
2. ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของไทย ส่วนใหญ่จะผลิตตามคำสั่งของลูกค้าต่างประเทศ ทำให้ไม่มีเครื่องหมายการค้า (Brand Name) ของตนเอง
3. การกีดกันการนำเข้าของประเทศคู่ค้าทั้งมาตรการภาษีและมาตรการไม่ใช่ภาษี เช่น สหรัฐอเมริกา เข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า สหภาพยุโรปเก็บภาษีสูง (ร้อยละ 24) ในขณะที่ให้สิทธิพิเศษกับกลุ่ม ACPC (African Caribbean and Pacific Countries: ประเทศพิจิมอริเชียส หมู่เกาะมัลดีฟ และหมู่เกาะโซโลมอน และ ANDEAN (ประเทศในละตินอเมริกันได้แก่ โบลิเวีย โคลัมเบีย เอกวาดอร์ เปรู และเวเนซุเอลา)

7.2 ศักยภาพการผลิตการแข่งขันของไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นสำคัญ

แม้ว่าไทยจะเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปรายสำคัญของโลก แต่อย่างไรก็ตามมีประเทศในอาเซียน คือ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ก็เป็นผู้ส่งออกในตลาดโลก เช่นเดียวกับไทย แต่เนื่องจากความจำกัดของข้อมูลจึงได้วิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการผลิต และการแข่งขันของไทยกับอินโดนีเซียเท่านั้น (ตารางที่ 7.1)

ตารางที่ 7.1 เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันของไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นสำคัญ

รายการ	ไทย	อินโดนีเซีย
1. วัตถุดิบ	- วัตถุดิบที่ใช้เป็นปลาที่จับได้จากน่านน้ำของประเทศนอกจากวัตถุดิบทูน่าแช่แข็งที่จับได้เพียงร้อยละ 20 อีกประมาณร้อยละ 80 นำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นจึงมีปัญหาความผันผวนของราคาค่อนข้างสูง	- วัตถุดิบที่ใช้จับในน่านน้ำของประเทศประมาณปีละ 4 ล้านตัน โดยเฉพาะทูน่าจับได้ประมาณปีละ 0.08 ล้านตัน ดังนั้นอินโดนีเซียก็ประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเช่นกัน
2. แรงงาน	- ความสามารถในการผลิตของคนงานไทย ศักยภาพของไทยสูงกว่า อีกทั้งค่าจ้างแรงงานของไทยก็สูงกว่าเช่นกัน โดยมีอัตราค่าจ้างเฉลี่ยประมาณวันละ 144 บาท	- ความสามารถในการผลิตของแรงงานของอินโดนีเซียด้อยกว่าไทย ค่าจ้างแรงงานโดยเฉลี่ย เมื่อ เม.ย. พ.ศ.2539 ประมาณวันละ 2.5-3.0 เหรียญสหรัฐฯ ที่มีความได้เปรียบค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าของไทย
3. เทคโนโลยี	- เทคโนโลยีการผลิตของไทยอยู่ในระดับกลาง จนถึงสูงแต่อย่างไรก็ตามจะต้องปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีในส่วนของภาชนะบรรจุ เพื่อความสะดวกใช้และก่อให้เกิดแรงจูงใจให้เลือกซื้อบริโภค รวมถึงการใช้วัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม	- เทคโนโลยีการผลิตยังไม่สูงมากนักยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ เช่น ไทย และได้หัน

7.3 ศักยภาพการแข่งขันโดยเปรียบเทียบ

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)⁷ มีแนวคิดโดยอาศัยหลักการที่ว่า ถ้าประเทศใดสามารถผลิตสินค้าชนิดใดได้ต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ประเทศนั้นก็ควรจะส่งออกสินค้านั้นๆ ในสัดส่วนที่สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยของโลก

ถ้าหากค่า RCA ของสินค้าใดที่มากกว่า 1 หมายถึงว่า ประเทศผู้ส่งออกประเทศนั้นมีความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบในสินค้านั้นๆ ดังนั้นเมื่อนำค่า RCA ของสินค้าใดๆ ของประเทศไทยไปเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ก็จะสามารถชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตภายในประเทศเปรียบเทียบกับผู้ผลิตของประเทศคู่แข่ง

ทวนำกระป๋อง

จากการศึกษาศักยภาพการแข่งขันโดยใช้ค่า RCA ของทวนำกระป๋องของไทยในระหว่างปี พ.ศ.2536-2539) มีค่ามากกว่า 1 มาโดยตลอด โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 22.16-38.94 แสดงว่า ไทยมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก เช่นเดียวกับคู่แข่งอื่นๆ เช่น โกลด์โคสต์ สเปน ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ที่มีค่า RCA มากกว่า 1 อย่างไรก็ตามค่า RCA ของไทยก็ได้มีแนวโน้มลดลงมาเป็นลำดับจาก 38.94 ในปี พ.ศ.2536 เหลือ 22.16 ในปี พ.ศ.2539 เนื่องจากปัญหาวัตถุดิบ คือ ทุ่นที่ป้อนโรงงานมีปริมาณลดลง และต้องแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

⁷ สูตรการคำนวณค่า RCA

$$RCA_{ij} = \frac{x_{ij} / \sum x_{ij}}{W_{ij} / \sum W_{ij}}$$

โดย	RCA_{ij}	คือ ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้า j โดยประเทศ i
	x_{ij}	คือ มูลค่าการส่งออกของสินค้า j โดยประเทศ i
	$\sum x_{ij}$	คือ มูลค่าการส่งออกของสินค้าทุกประเภทโดยประเทศ i
	W_{ij}	คือ มูลค่าการส่งออกของสินค้า j โดยรวมของโลก
	$\sum W_{ij}$	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกประเภทโดยรวมของโลก

ประเทศ/ปี	2536	2537	2538	2539
ไทย	38.94	35.81	24.65	22.16
โกตดิวัวร์	181.92	226.04	255.19	247.38
สเปน	2.59	2.74	3.81	4.34
ฟิลิปปินส์	18.90	16.99	11.25	11.05
ฝรั่งเศส	0.35	0.41	0.70	0.98
อินโดนีเซีย	5.92	6.08	6.00	6.20

หมายเหตุ: การคำนวณค่า RCA ของสินค้าทูน่ากระป๋อง จะใช้ข้อมูลขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ ซึ่งข้อมูลในกลุ่มสินค้าประมงล่าสุดมีถึงปี พ.ศ.2539

กึ่งกระป๋องและแปรรูป

ค่า RCA ของสินค้ากึ่งกระป๋องและแปรรูปของไทยก็มีลักษณะเช่นเดียวกับทูน่ากระป๋อง คือ มีค่า RCA มากกว่า 1 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 30.40-33.49 ซึ่งแสดงว่าไทยมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก แต่ค่า RCA ของสินค้ากึ่งกระป๋องและแปรรูปมีแนวโน้มสูงขึ้นจาก 30.40 ในปี พ.ศ.2536 เป็น 33.49 ในปี พ.ศ.2539 เนื่องจากผู้ประกอบการของไทยสามารถผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งมีความต้องการบริโภคสินค้าในลักษณะของ Semi-Cooked และ Ready to eat มากขึ้น เช่น กุ้งค็อกเทล กุ้งห่อก๊วย กุ้งชุบแป้ง และกุ้งก้ามปอกเปลือก ได้เป็นอย่างดี ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ประเทศ	2536	2537	2538	2539
ไทย	30.40	32.89	30.61	33.49
เดนมาร์ก	23.69	18.72	12.64	13.72
เนเธอร์แลนด์	2.35	2.49	2.07	2.39
กรีนแลนด์	1,317.76	1,010.15	1,233.71	1,101.11
นอร์เวย์	13.46	13.58	11.99	10.33

บรรณานุกรม

1. ฝ่ายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย โครงการศึกษาวิจัยความสามารถในการแข่งขันของอาหารทะเลกระป๋องในตลาดต่างประเทศ มกราคม 2537
2. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รายงานการศึกษาเบื้องต้น โครงการยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม การเกษตร กรกฎาคม 2539
3. ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย โครงการพยากรณ์การส่งออกสินค้าสำคัญ 20 รายการ ของไทยในตลาดโลก กรกฎาคม 2540
4. วารสาร Foodnews Seafood 1997
5. กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 8
6. รายงานจากสำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน ดีซี สหรัฐอเมริกา และกรุงจาร์ตา ประเทศอินโดนีเซีย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติ

- ตารางสถิติที่ 1.1 ปริมาณการผลิตพุน้ำกระป๋องของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.2 ปริมาณการส่งออกและอัตราการขยายตัวพุน้ำกระป๋องของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.3 ปริมาณการนำเข้าพุน้ำกระป๋องของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.4 ปริมาณการผลิตกึ่งกระป๋องและแปรรูปของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.5 ปริมาณส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูปของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.6 ปริมาณนำเข้ากึ่งกระป๋องและแปรรูปของโลก
- ตารางสถิติที่ 3.1 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกพุน้ำกระป๋องของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.2 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการส่งออกพุน้ำกระป๋องของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.3 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูปของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.4 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการส่งออกกึ่งกระป๋องและแปรรูปของไทย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.1 ปริมาณการผลิตหมู่นำกระป๋องของโลก

ประเทศ/ปี	ปริมาณ : ตัน			อัตราการขยายตัว : %		สัดส่วน %		
	2537	2538	2539	2538	2539	2537	2538	2539
สหรัฐอเมริกา	276,527	302,366	306,551	9.3	1.4	21.7	23.6	24.4
ไทย	252,580	221,243	189,000	-12.4	-14.6	19.9	17.3	15.0
สเปน	146,061	161,235	153,179	10.4	-5.0	11.5	12.6	12.2
อิตาลี	86,000	79,000	78,000	-8.1	-1.3	6.8	6.2	6.2
ญี่ปุ่น	82,680	77,047	71,385	-6.8	-7.3	6.5	6.0	5.7
ฟิลิปปินส์	58,034	46,738	69,114	-19.5	47.9	4.6	3.6	5.5
โกตดิวัวร์	43,550	57,062	61,012	31.0	6.9	3.4	4.5	4.9
ประเทศอื่นๆ	326,112	336,081	327,984	3.1	-2.4	25.6	26.2	26.1
รวม	1,271,544	1,280,772	1,256,225	0.7	-1.9	100.0	100.0	100.0

ที่มา : FAO Yearbook 1996

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.2 ปริมาณการส่งออกและอัตราการขยายตัวผู้นำกระป๋องของโลก

ประเทศ/ปี	ปริมาณ : ตัน			อัตราการขยายตัว : %		สัดส่วน %		
	2537	2538	2539	2538	2539	2537	2538	2539
ไทย	268,981	221,243	188,434	-17.7	-14.8	47.7	37.1	30.8
ฟิลิปปินส์	58,034	46,738	69,114	-19.5	47.9	10.3	7.8	11.3
โกตดิวัวร์	43,550	57,062	61,012	31.0	6.9	7.7	9.6	10.0
สเปน	19,321	31,642	39,656	63.8	25.3	3.4	5.3	6.5
อินโดนีเซีย	24,263	29,285	30,174	20.7	3.0	4.3	4.9	4.9
ฝรั่งเศส	11,904	22,403	29,047	88.2	29.7	2.1	3.8	4.8
อื่นๆ	138,321	188,672	193,533	36.4	2.6	24.5	31.6	31.7
รวม	564,374	597,045	610,970	5.8	2.3	100.0	100.0	100.0

ที่มา : FAO Yearbook 1996

ตารางสถิติที่ 1.3 ปริมาณการนำเข้าทุ่นำกระป๋องของโลก

ประเทศ/ปี	ปริมาณ : ตัน			อัตราการขยายตัว : %		สัดส่วน %		
	2537	2538	2539	2538	2539	2537	2538	2539
ฝรั่งเศส	84,837	88,983	92,689	4.9	4.2	15.0	14.9	15.2
สหรัฐอเมริกา	105,715	97,637	87,937	-7.6	-9.9	18.7	16.4	14.4
สหราชอาณาจักร	75,899	85,786	88,131	13.0	2.7	13.4	14.4	14.4
เยอรมนี	48,281	44,993	54,418	-6.8	20.9	8.6	7.5	8.9
อิตาลี	31,539	37,034	47,050	17.4	27.0	5.6	6.2	7.7
ญี่ปุ่น	28,681	37,073	32,966	29.3	-11.1	5.1	6.2	5.4
ประเทศอื่นๆ	189,422	205,539	207,779	8.5	1.1	33.6	34.4	34.0
รวม	564,374	597,045	610,970	5.8	2.3	100.0	100.0	100.0

ที่มา : FAO Yearbook 1996

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.4 ปริมาณการผลิตกุ้งกระป๋องและแปรรูปของโลก

ประเทศ/ปี	ปริมาณ : ตัน			อัตราการขยายตัว : %		สัดส่วน %		
	2537	2538	2539	2538	2539	2537	2538	2539
ไทย	104,191	110,000	89,248	5.6	-18.9	52.3	62.7	57.0
เดนมาร์ก	38,431	10,755	10,538	-72.0	-2.0	19.3	6.1	6.7
กรีนแลนด์	12,011	14,229	12,893	18.5	-9.4	6.0	8.1	8.2
เนเธอร์แลนด์	7,316	5,723	7,415	-21.8	29.6	3.7	3.3	4.7
มาเลเซีย	5,097	4,176	4,200	-18.1	0.6	2.6	2.4	2.7
จีน	681	786	3,483	15.4	343.1	0.3	0.4	2.2
เม็กซิโก	-	41	39	-	-4.9	-	0.0	0.0
รวม	199,067	175,502	156,480	-11.8	-10.8	100.0	100.0	100.0

ที่มา : FAO Yearbook 1996

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.5 ปริมาณส่งออกกุ้งกระป๋องและแปรรูปของโลก

ประเทศ/ปี	ปริมาณ : ตัน			อัตราการขยายตัว : %		สัดส่วน %		
	2537	2538	2539	2538	2539	2537	2538	2539
ไทย	50,671	58,748	67,248	15.9	14.5	29.0	34.4	35.6
ไอซ์แลนด์	22,909	22,385	24,143	-2.3	7.9	13.1	13.1	12.8
เดนมาร์ก	23,089	15,419	18,277	-33.2	18.5	13.2	9.0	9.7
เนเธอร์แลนด์	14,139	12,201	14,360	-13.7	17.7	8.1	7.1	7.6
กรีนแลนด์	12,729	14,229	13,001	11.8	-8.6	7.3	8.3	6.9
นอร์เวย์	16,026	10,762	12,733	-32.8	18.3	9.2	6.3	6.7
ตลาดอื่น ๆ	35,084	37,148	39,294	5.9	5.8	20.1	21.7	20.8
รวม	174,647	170,892	189,056	-2.2	10.6	100.0	100.0	100.0

ที่มา : FAO Yearbook 1996

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.6 ปริมาณนำเข้ากุ้งกระป๋องและแปรรูปของโลก

ประเทศ/ปี	ปริมาณ : ตัน			อัตราการขยายตัว : %		สัดส่วน %		
	2537	2538	2539	2538	2539	2537	2538	2539
สหราชอาณาจักร	29,809	29,528	34,854	-0.9	18.0	17.2	17.5	17.9
สหรัฐอเมริกา	16,971	19,450	26,424	14.6	35.9	9.8	11.6	13.6
เดนมาร์ก	26,537	23,618	22,921	-11.0	-3.0	15.3	14.0	11.8
ญี่ปุ่น	13,695	19,077	21,526	39.3	12.8	7.9	11.3	11.1
เยอรมนี	12,277	11,994	12,753	-2.3	6.3	7.1	7.1	6.6
ฝรั่งเศส	9,145	8,896	9,150	-2.7	2.9	5.3	5.3	4.7
ตลาดอื่น ๆ	65,308	56,270	66,579	-13.8	18.3	37.6	33.4	34.3
รวม	173,742	168,333	194,207	-3.1	15.4	100.0	100.0	100.0

ที่มา : FAO Yearbook 1996

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 3.1 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการ

ประเทศ/ปี	ปริมาณ (ตัน)					อัตราการขยายตัว %				สัดส่วน %				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	74,203	53,383	42,969	52,453	67,042	-28.1	-19.5	22.1	27.8	27.6	24.1	22.8	25.7	29.5
สหภาพยุโรป	67,541	63,455	46,193	41,231	39,432	-6.0	-27.2	-10.7	-4.4	25.1	28.7	24.5	20.2	17.3
แคนาดา	16,689	17,678	16,601	19,656	16,346	5.9	-6.1	18.4	-16.8	6.2	8.0	8.8	9.6	7.2
ออสเตรเลีย	9,465	10,413	11,176	10,684	10,185	10.0	7.3	-4.4	-4.7	3.5	4.7	5.9	5.2	4.5
ญี่ปุ่น	29,557	13,794	10,821	10,423	8,203	-53.3	-21.6	-3.7	-21.3	11.0	6.2	5.7	5.1	3.6
ตลาดอื่น ๆ	71,519	62,522	60,704	69,316	86,111	-12.6	-2.9	14.2	24.2	26.6	28.3	32.2	34.0	37.9
รวม	268,974	221,245	188,464	203,763	227,319	-17.7	-14.8	8.1	11.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางสถิติที่ 3.2 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้ากระป๋องของไทย

ประเทศ/ปี	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว %				สัดส่วน %				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	4,492.4	3,269.0	2,823.8	4,621.4	7,532.3	-27.2	-13.6	63.7	63.0	28.8	24.0	22.8	26.7	29.9
สหภาพยุโรป	3,890.4	3,559.0	2,788.6	3,391.0	4,270.1	-8.5	-21.6	21.6	25.9	24.9	26.1	22.5	19.6	17.0
แคนาดา	1,109.8	1,177.1	1,262.6	1,916.6	2,244.2	6.1	7.3	51.8	17.1	7.1	8.6	10.2	11.1	8.9
ออสเตรเลีย	619.9	710.4	786.5	980.9	1,333.4	14.6	10.7	24.7	35.9	4.0	5.2	6.4	5.7	5.3
ญี่ปุ่น	1,154.5	1,141.5	904.8	1,081.2	1,140.2	-1.1	-20.7	19.5	5.5	7.4	8.4	7.3	6.2	4.5
ตลาดอื่นๆ	4,352.7	3,772.4	3,818.5	5,347.5	8,657.6	-13.3	1.2	40.0	61.9	27.9	27.7	30.8	30.8	34.4
รวม	15,619.7	13,629.4	12,384.8	17,338.6	25,177.8	-12.7	-9.1	40.0	45.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางสถิติที่ 3.3 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกกุ้ง กระป๋องและแปรรูปของไทย

ประเทศ/ปี	ปริมาณ (ตัน)					อัตราการขยายตัว %				สัดส่วน %				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	22,784	24,564	28,052	32,427	40,423	7.8	14.2	15.6	24.7	45.0	41.8	41.7	44.1	47.8
ญี่ปุ่น	7,017	12,603	15,520	16,472	17,775	79.6	23.1	6.1	7.9	13.8	21.4	23.1	22.4	21.0
สหภาพยุโรป	9,175	10,490	10,532	9,155	9,825	14.3	0.4	-13.1	7.3	18.1	17.9	15.7	12.5	11.6
เยอรมนี	2,192	2,521	2,642	2,491	2,255	15.0	4.8	-5.7	-9.5	4.3	4.3	3.9	3.4	2.7
สหราชอาณาจักร	2,854	3,071	2,991	2,553	3,046	7.6	-2.6	-14.6	19.3	5.6	5.2	4.4	3.5	3.6
ฝรั่งเศส	2,263	2,662	2,553	1,886	1,619	17.6	-4.1	-26.1	-14.2	4.5	4.5	3.8	2.6	1.9
เนเธอร์แลนด์	824	1,108	1,243	1,314	1,970	34.5	12.2	5.7	49.9	1.6	1.9	1.8	1.8	2.3
อิตาลี	134	174	254	239	316	29.9	46.0	-5.9	32.2	0.3	0.3	0.4	0.3	0.4
อื่น ๆ	908	954	849	672	619	5.1	-11.0	-20.8	-7.9	1.8	1.6	1.3	0.9	0.7
ประเทศอื่น ๆ	11,690	11,099	13,143	15,439	16,622	-5.1	18.4	17.5	7.7	23.1	18.9	19.5	21.0	19.6
รวม	50,666	58,756	67,247	73,493	84,645	16.0	14.5	9.3	15.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางสถิติที่ 3.4 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการส่งออกกุ้ง กระป๋องและแปรรูปของไทย

ประเทศ/ปี	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว %				สัดส่วน %				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	6,962.9	7,573.3	9,163.0	14,878.6	19,839.8	8.8	21.0	62.4	33.3	52.3	47.2	49.0	52.9	53.6
ญี่ปุ่น	1,893.4	3,787.6	4,416.7	6,213.8	8,288.2	100.0	16.6	40.7	33.4	14.2	23.6	23.6	22.1	22.4
สหภาพยุโรป	1,639.4	2,009.4	2,301.8	2,247.6	2,813.0	22.6	14.6	-2.4	25.2	12.3	12.5	12.3	8.0	7.6
เยอรมนี	637.2	737.7	801	801.8	864.6	15.8	8.6	0.1	7.8	4.8	4.6	4.3	2.9	2.3
สหราชอาณาจักร	472.4	524.6	538.8	547.8	802	11.0	2.7	1.7	46.4	3.6	3.3	2.9	1.9	2.2
ฝรั่งเศส	256.1	316.9	296.7	305.3	288.5	23.7	-6.4	2.9	-5.5	1.9	2.0	1.6	1.1	0.8
เนเธอร์แลนด์	108.7	214.5	299.9	394.9	579.2	97.3	39.8	31.7	46.7	0.8	1.3	1.6	1.4	1.6
อิตาลี	27.3	36.4	41.1	44.7	79.7	33.3	12.9	8.8	78.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
อื่นๆ	137.7	179.3	324.3	153.1	199.0	30.2	80.9	-52.8	30.0	1.0	1.1	1.7	0.5	0.5
ประเทศอื่นๆ	2,806.1	2,662.5	2,825.5	4,775.4	6,070.3	-5.1	6.1	69.0	27.1	21.1	16.6	15.1	17.0	16.4
รวม	13,301.8	16,032.8	18,707.0	28,115.4	37,011.3	20.5	16.7	50.3	31.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำอธิบายค่าสถิติ

Regression Coefficient: (ค่าสัมประสิทธิ์)

เป็นตัวเลขแสดงความสามารถในการพยากรณ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามค่าสัมประสิทธิ์ C คือค่าคงที่ หรือ จุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย

ค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอื่นๆ คือ ความชันของกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ในกรณีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามอยู่ในรูป Log ค่าสัมประสิทธิ์จะแสดงถึงค่าของความยืดหยุ่นของตัวแปรตามต่อตัวแปรอิสระ

Standard Errors: (ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน)

เป็นค่าวัดความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ในสมการถดถอยที่คำนวณได้ ยิ่งค่าความผิดพลาดมากขึ้นความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามยิ่งน้อยลง

t-Statistic

การทดสอบทางสถิติว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสำคัญในสมการหรือไม่ โดยตั้งสมมติฐานว่าค่าสัมประสิทธิ์ด้วยค่าความผิดพลาดมาตรฐานของตัวเอง เรียกว่าค่า t-stat

- ถ้าค่า t-stat มีค่าเกิน ± 1 หมายความว่า มีความเป็นไปได้อย่างน้อย 2 ใน 3 ว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริงมีค่าไม่เท่ากับศูนย์ หรือมีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ
- ถ้าค่า t-stat มีค่าเกิน ± 2 หมายความว่า มีความเป็นไปได้ 95 เปอร์เซ็นต์ที่ค่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริง มีค่าไม่เท่ากับศูนย์

Probability: (ค่าความน่าจะเป็น)

ความเป็นไปได้ที่ค่า t-stat จะปรากฏอยู่ทางด้านซ้ายของการกระจายความน่าจะเป็นแบบ t โดยปกติ ถ้าความน่าจะเป็นต่ำกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ เราสามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริงมีค่าเท่ากับศูนย์

คำอธิบายค่าสถิติ (ต่อ)

R^2

เป็นค่าวัดความสำเร็จของสมการถดถอย ในการทำนายค่าตัวแปรตามของแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีค่าอยู่ในช่วงศูนย์ถึงหนึ่ง

- ถ้า R^2 เท่ากับหนึ่งแสดงว่าสมการถดถอยที่เราคำนวณได้ให้ค่าตัวแปรตามที่เท่ากับค่าที่แท้จริง
- ถ้า R^2 เท่ากับศูนย์แสดงว่าค่าตัวแปรตามที่ทำนายได้จากสมการถดถอยไม่ได้ให้ค่าใกล้เคียงค่าที่แท้จริงมากกว่าค่า Mean ของตัวแปรตามนั้น

R^2 Adjusted for Degree of Freedom

มีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกับค่า R^2 แต่มีการคำนวณจากค่าความแปรปรวนที่ต่างกัน มีค่าน้อยกว่า R^2 ในกรณีที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และสามารถมีค่าติดลบได้

Standard Error of the Regression

เป็นการวัดค่ารวมของการประมาณค่าที่คลาดเคลื่อน

Durbin-Watson Statistic

เป็นการทดสอบค่าทางสถิติเกี่ยวกับ Serial Correlation ถ้าค่านี้น้อยกว่า 2 แสดงว่ามี Positive Serial Correlation

F-Statistic

เป็นการทดสอบค่าทางสถิติว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณการทุกค่านั้นมีขนาดแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ (ยกเว้นค่าของค่าคงที่) ในกรณีถ้าค่า F-Statistic สูงกว่าค่าวิกฤต (Critical Level) สามารถสรุปได้ว่าอย่างน้อยมีค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณแตกต่างจากศูนย์



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเทศคู่แข่งของไทยในอุตสาหกรรมกลุ่มอาหารแปรรูปในตลาดต่าง ๆ

1. ภูมิภาคเอเชีย

1.1 ตลาดสหรัฐอเมริกา

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
ไทย	0.712	0.722	0.604	0.542	0.548
ฟิลิปปินส์	0.164	0.149	0.227	0.290	0.335
อินโดนีเซีย	0.124	0.129	0.169	0.168	0.116
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

1.2 ตลาดสหภาพยุโรป

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
สเปน	0.204	0.253	0.357	0.393	0.417
ไทย	0.563	0.500	0.394	0.329	0.258
กาน่า	0.008	0.033	0.094	0.130	0.200
ซีเนกัล	0.225	0.213	0.154	0.147	0.125
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

1.3 ตลาดญี่ปุ่น

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	0.740	0.692	0.648	0.572	0.557
อินโดนีเซีย	0.079	0.129	0.193	0.308	0.377
ฟิลิปปินส์	0.181	0.179	0.159	0.120	0.066
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

2. กู้กระป๋อง

2.1 ตลาดสหรัฐอเมริกา

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
แคนาดา	0.889	0.414	0.844	0.938	0.870
ไทย	0.099	0.571	0.148	0.049	0.043
ไต้หวัน	0.012	0.014	0.008	0.012	0.043
เคนมาร์ก	0.000	0.000	0.000	0.000	0.043
มาเลเซีย	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

2.2 ตลาดญี่ปุ่น

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	0.854	0.838	0.803	0.715	0.656
อินโดนีเซีย	0.026	0.046	0.074	0.140	0.195
จีน	0.102	0.090	0.085	0.093	0.077
เวียดนาม	0.018	0.026	0.038	0.051	0.072
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ค่าสมมติฐานในการพยากรณ์ในกรณีต่างๆ

1999	Worst Case	Normal Case	Best Case
F/X*			
<i>US</i>	35.0000	38.0000	43.0000
<i>EU</i>	38.4125	41.7050	47.1925
<i>JP</i>	0.2351	0.2552	0.2888
Real GDP**			
<i>US</i>	1.50	1.80	1.80
<i>EU</i>	2.20	2.40	3.00
<i>JP</i>	-2.00	-0.50	-0.50
<i>SP</i>	-1.60	-0.80	0.80
<i>HK</i>	-2.00	-1.00	0.00
<i>TW</i>	3.00	3.90	4.20
<i>IS</i>	1.00	2.00	3.00
GDP at Current Price			
<i>US</i>	3.50	4.10	4.20
<i>EU</i>	3.70	4.20	4.80
<i>JP</i>	-2.40	-0.90	-0.50
Inflation			
<i>US</i>	2.00	2.30	2.40
<i>EU</i>	1.50	1.80	1.80
<i>JP</i>	-0.40	-0.40	0.00

Source : Consensus Survey November 1998 for Normal Case

* F/X is estimated Baht/US\$ and for Baht/ECU, Baht/YEN varies Baht/US\$

** IMF Forecast

Real GDP Growth	1998	1999
<i>WORLD</i>	2.0	2.2
<i>US</i>	3.6	1.8
<i>EU</i>	2.8	2.4
<i>JP</i>	-2.8	-0.5



สุกรแปรรูป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

การผลิตและการค้าของโลก

1. การผลิตและการค้าของโลก

1.1 การผลิตของโลก

กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) ประมาณว่า ผลผลิตเนื้อสุกรของประเทศผู้ผลิตรายสำคัญของโลกในปี พ.ศ.2540 มีปริมาณ 80.74 ล้านตัน (น้ำหนักซาก) เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2539 ร้อยละ 1.9 โดยมีจีนเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด รองลงมาเป็นสหรัฐอเมริกา เยอรมนี ฝรั่งเศส และเดนมาร์ก สำหรับในปี พ.ศ.2541 คาดว่าผลผลิตจากประเทศผู้ผลิตสำคัญเหล่านี้จะมีประมาณ 83.57 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2540 ร้อยละ 3.5 โดยสหรัฐอเมริกาและจีนจะมีผลผลิตเพิ่มขึ้น

1.2 การส่งออกของโลก

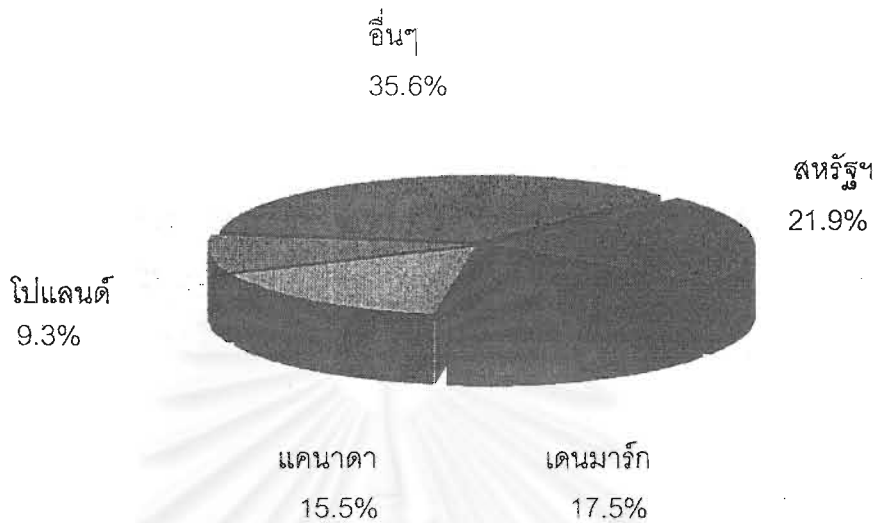
ในปี พ.ศ.2540 ทั่วโลกมีการส่งออกเนื้อสุกรและสุกรแปรรูปประมาณ 2.7 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากในปี พ.ศ.2539 ร้อยละ 2.7 เนื่องจากกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปมีการผลิตและส่งออกมากขึ้น การส่งออกโดยรวมของทั้งโลกจะมีประมาณร้อยละ 3.3 ของการผลิตทั้งหมด ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับการผลิตทั้งหมด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศ สำหรับในปี พ.ศ.2541 การส่งออกจะมีทั้งสิ้นประมาณ 2.6 ล้านตัน ลดลงจากปี พ.ศ.2540 ร้อยละ 4.5 ทั้งนี้ได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าในอีก 5 ปีข้างหน้า ตลาดผลิตภัณฑ์สุกรของโลกจะเพิ่มขึ้นอีกจากเดิม 2.4 ล้านตัน เป็น 3.6 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 50.0

ผู้ส่งออกเนื้อสุกรและสุกรแปรรูปที่สำคัญของโลก ได้แก่

1. สหรัฐอเมริกา	ส่งออกประมาณ	565,000 ตัน
2. เดนมาร์ก	ส่งออกประมาณ	450,000 ตัน
3. แคนาดา	ส่งออกประมาณ	400,000 ตัน
4. โปแลนด์	ส่งออกประมาณ	240,000 ตัน
5. อื่น ๆ	ส่งออกประมาณ	916,000 ตัน
	รวม	2,571,000 ตัน

ที่มา: USDA, December 1998

แผนภาพที่ 1.1 ผู้ส่งออกเนื้อและผลิตภัณฑ์สุกรที่สำคัญของโลก



ที่มา: USDA, December 1998

ตลาดนำเข้าที่สำคัญของโลกได้แก่¹

- ญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่โดยนำเข้าเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ ประมาณ 1 ใน 3 ของการนำเข้าทั่วโลก
- สหภาพยุโรป มีการนำเข้าเป็นจำนวนมาก(ไม่มีตัวเลขที่แน่นอน)
- สหรัฐอเมริกานำเข้าเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ประมาณปีละ 200,000 ตัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ USDA, December 1998

บทที่ 2

โครงสร้างการผลิตของไทย

2.1 การผลิตของไทย

จากสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ในปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยผลิตสุกรได้มากกว่าปี พ.ศ.2539 ประมาณร้อยละ 9.8 โดยในปี พ.ศ.2540 ผลิตได้ประมาณ 10.97 ล้านตัว ทั้งนี้สาเหตุเนื่องมาจากราคาสุกรในปี พ.ศ.2539 สูงต่อเนื่องจากปี พ.ศ.2538 จึงจูงใจให้มีการขยายการผลิตเพิ่มมากขึ้น สำหรับในปี พ.ศ.2541 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร คาดว่าจะผลิตได้ประมาณ 9.94 ล้านตัว ลดลงจากในปี พ.ศ.2540 ร้อยละ 9.4

2.2 ขนาดบริษัทและโรงงานผลิต

โรงงานผลิตสุกรแปรรูปในเขตกรุงเทพมหานคร และในส่นภูมิภาคมีทั้งสิ้นประมาณ 183 โรงงาน มีเงินลงทุนรวมทั้งสิ้นประมาณ 4,370 ล้านบาท และมีแรงงานในภาคการผลิตประมาณ 8,190 คน รายละเอียดดังที่แสดงไว้ในตารางด้านล่าง

	จำนวนโรงงาน (แบ่งตามขนาด)			เงินลงทุน (ล้านบาท)	แรงงาน (คน)
	ใหญ่	กลาง	เล็ก		
กรุงเทพฯ	2	4	30	2,863.7	3,879
ภูมิภาค	4	15	128	1,503.2	4,311
รวม	6	19	158	4,366.9	8,190

ที่มา: กรมโรงงานอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : ข้อมูลที่นำเสนอนี้ อาจมีการคลาดเคลื่อนได้ในแง่ความทันสมัยของข้อมูล เนื่องจาก โรงงานบางโรงมีการผลิตทั้งในส่วนของเนื้อสุกร และผลิตภัณฑ์สุกร แต่ยังมีได้แจ้งให้ทางหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องทราบ

2.3 ต้นทุนการผลิต และลักษณะการผลิต

2.3.1 การแปรรูปขั้นต้นที่โรงฆ่าโดยการชำแหละ เป็นการชำแหละโดยการผ่าซากไม่มีการตัดแต่งและเก็บในห้องควบคุมอุณหภูมิ ยกเว้นสุกรที่ฆ่าชำแหละจากโรงงานที่ได้มาตรฐานสากล ซึ่งจะชำแหละและตัดแต่งตามมาตรฐานสากล รวมทั้งเก็บในห้องควบคุมอุณหภูมิ พร้อมทั้งบรรจุหีบห่อที่เหมาะสม

2.3.2 การตัดแต่งเป็นชิ้นส่วน ในกรณีตลาดสด สุกรจากโรงฆ่าสุกรจะส่งให้ผู้ค้าส่งทั้งตัวในรูปผ่าซีก แต่สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตจะมีการตัดเป็นชิ้นที่มาตรฐานพร้อมทั้งระบุน้ำหนัก ราคา พร้อมทั้งเก็บในห้องควบคุมอุณหภูมิที่แน่นอน

2.3.3 ชิ้นแปรรูปทำเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ไส้กรอก ลูกชิ้น หมูยอ หมูแผ่น หมูหยอง แสม เบคอน และอื่นๆจะทำการผลิตที่โรงงานแปรรูป

สำหรับลักษณะของวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมในการผลิตสุกรแปรรูปในแบบตะวันตก (ไส้กรอก แสม เบคอน) นั้น มีทั้งส่วนผสมที่ผลิตทั้งในและนอกประเทศ เช่น ริเกิลเบส ผงพริก ชิงปอน พริกไทยป่น ดอกจันทร์ป่น ลูกจันทร์ป่น อบเชยป่น ยี่หระ เจลลาติน ไข่เทียม ตับบด ไข่หมู ไข่แกะ เนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ ตามที่ต้องการ หางนมผง แป้งถั่วเหลือง น้ำตาล เป็นต้น แต่ในการผลิตจริงนั้น จะไม่สามารถบอกได้ว่า จะใช้วัตถุดิบข้างต้น จำนวนเท่าใดเพื่อผลิต ไส้กรอก แสม และเบคอน เนื่องจากเป็นความลับในการผสมสูตรของผู้ผลิต แต่โดยทั่วไปแล้ว ในราคาขายปลีก 100 บาทนั้น ต้นทุนเฉลี่ยของโรงงานจะอยู่ในราว 55-60 บาท ส่วนที่เหลือก็จะเป็นส่วนเหลือสำหรับผู้ค้าปลีกและค้าส่ง

ต้นทุนการผลิต	สัดส่วนโดยประมาณ (%)
1. วัตถุดิบ	
- เนื้อสุกรชำแหละ	63.5
- ส่วนผสมอื่นๆ	9.5
2. แรงงาน	11.0
3. บรรจุภัณฑ์	5.0
4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	7.0
5. ค่าเสื่อมเครื่องจักร	4.0
รวม	100.0

2.4 โครงสร้างปัจจัยการผลิต ปริมาณ/แหล่งที่มา

2.4.1 วัตถุดิบ

เนื้อสุกรที่ใช้ผลิตสุกรแปรรูปทั้งหมดจะมาจากสุกรที่เลี้ยงภายในประเทศ ในปัจจุบันไทยมีการผลิตสุกรต่อปีประมาณปีละ 8-9.5 ล้านตัว โดยมีอัตราการขยายตัวด้านการเลี้ยงประมาณร้อยละ 4-5 ต่อปี และคาดว่าในปี พ.ศ.2541 ผลผลิตสุกรเมื่อรวมกับสต็อกต้นปี จะมีผลผลิตรวมประมาณ 13.5 ล้านตัว

2.4.2 แรงงาน

แรงงานส่วนใหญ่ที่ทำงานในโรงงานสุกรแปรรูป จะเป็นแรงงานไทยเกือบทั้งหมด โดยจะประกอบด้วยแรงงานกึ่งฝีมือ (Semi-skilled) และแรงงานมีฝีมือ (Skilled)

2.4.3 เครื่องจักร

ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศประมาณ ร้อยละ 70 ที่เหลืออีกร้อยละ 30 จะเป็นส่วนประกอบของเครื่องจักรใหญ่ หรือเครื่องจักรขนาดเล็กที่ผลิตได้ภายในประเทศ

2.4.4 เทคโนโลยี

เทคโนโลยีในการผลิตมักเป็นเทคโนโลยีที่ได้จากต่างประเทศ ถึงร้อยละ 90 โดยมากจะมาจากประเทศผู้นำเข้าหลัก ซึ่งก็คือประเทศญี่ปุ่นนั่นเอง

2.4.5 เงินทุน

แหล่งเงินทุนที่ได้มานั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ประกอบการ ถ้าหากเป็นบริษัทผู้ประกอบการของชาวไทย เงินทุนส่วนใหญ่ก็จะมาจากในประเทศไทยเอง แต่ถ้าเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศแล้ว เงินทุนในการจัดตั้งจะมาจากในประเทศไทยร้อยละ 51 และจากกลุ่มผู้ร่วมลงทุนจากต่างประเทศ ร้อยละ 49

2.4.6 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สุกรแปรรูปที่ไทยส่งออก ส่วนใหญ่จะเป็น หมูต้มสุก หมูชุบขนมปังทอด ไส้กรอกหมู เป็นต้น

บทที่ 3

โครงสร้างทางการค้าของไทย

3.1 ตลาดภายในประเทศ

ช่องทางการจำหน่ายเนื้อสุกรและสุกรแปรรูป ถ้าส่งมาจากโรงฆ่าของบริษัท ที่เป็นระบบมาตรฐานสากล (ซึ่งสุกรที่นำมาฆ่าชำแหละจะมาจากฟาร์มที่มีสัตวแพทย์ตกลงการรับซื้อ) ช่องทางการตลาดที่สำคัญจะมีดังนี้

- (1) ซูเปอร์มาร์เก็ต
- (2) โรงงานทำผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์
- (3) โรงแรม ร้านอาหารที่มีเครือข่าย (Chain Hotel & Restaurant)
- (4) โรงอาหารของสถาบัน เช่น โรงพยาบาล
- (5) ตลาดสด

ในกรณีของสุกรที่มาจากโรงฆ่าแบบเดิมนั้น ก็จะส่งไปตามร้านแปรรูปขนาดเล็กเพื่อนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เพื่อวางขายหน้าร้าน ตลาดสด หรือขายในซูเปอร์มาร์เก็ตต่อไป

3.2 การส่งออก

การส่งออกสุกรแปรรูปของไทยมีหลายรูปแบบ จากหลายส่วนของสุกร เช่น ขาหน้า ขาหลัง ส่วนท้องหรือที่เรียกว่า แฮม เนื้อสุกรแห้งทำเค็มและรมควัน เนื้อสุกรทอด เบคอน ไส้กรอก รวมทั้งอาหารสำเร็จรูปต่าง ๆ จากสถิติการส่งออกเริ่มมีการส่งออกมากขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 โดยส่งออกได้ 642 ตัน มูลค่า 76.8 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ.2540 ส่งออกได้ 1,892 ตัน มูลค่า 217.2 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 194.7 และ 182.8 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2541 ส่งออกได้ถึง 2,430 ตัน มูลค่า 276.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากในระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ร้อยละ 28.4 และ 27.4 ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 3.1)

3.3 ตลาดส่งออก

ตลาดส่งออกหลักของไทยคือญี่ปุ่นและฮ่องกง แต่ในปี พ.ศ.2540 เริ่มมีการส่งออกไปสาธารณรัฐเกาหลีมากขึ้น

3.3.1 ตลาดญี่ปุ่น: ประเทศญี่ปุ่นมีการบริโภคเนื้อสุกร ประมาณ 1.5 ล้านตัน/ปี โดยผลิตได้ประมาณ 900,000 ตัน ต้องนำเข้าอีกประมาณ 600,000 ตัน/ปี

แหล่งนำเข้าสุกรแปรรูปและเนื้อสุกรแช่เย็นแช่แข็งของญี่ปุ่น

(1) สุกรแปรรูป (เช่น แฮม ไส้กรอก หมูต้มสุก หมูชุบขนมปังทอด) ญี่ปุ่นนำเข้ารวมประมาณ 350,000-500,000 ตัน/ปี โดยนำเข้าจากสหรัฐอเมริกาประมาณร้อยละ 50 รองลงมา ได้แก่ เดนมาร์ก และจีน ประมาณ ร้อยละ 18 และ 12 ตามลำดับ ส่วนไทยส่งออกญี่ปุ่นในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผ่าน Heat Process ในปริมาณมากกว่า 1,000 ตัน เล็กน้อย ซึ่งถือว่ามีส่วนแบ่งตลาดน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ

(2) เนื้อสุกรแช่เย็น (Chilled Pork) ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากไต้หวัน ปริมาณมากกว่า 250,000 ตัน/ปี

(3) เนื้อสุกรสำหรับบริโภคในครัวเรือน (Domestic Table Pork) สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ ให้ญี่ปุ่นประมาณ 100,000 ตัน/ปี

(4) เนื้อสุกรแช่แข็ง (Frozen Pork) สำหรับใช้ใน Commercial Use ส่วนใหญ่นำเข้าจากเดนมาร์กมากกว่า 130,000 ตัน/ปี

ลักษณะการบริโภคเนื้อสุกรของญี่ปุ่นจะมีใน 2 ลักษณะที่สำคัญคือ

- การบริโภคในครัวเรือน ขณะนี้มีการนำเข้าเนื้อสุกรและสุกรแปรรูปมากขึ้นทุกๆ ปี โดยในส่วนของไทยอาจเพิ่มการส่งออกได้ถ้าสามารถผลิตสินค้าคุณภาพดีที่จะตอบสนองความต้องการของตลาดได้

- เนื้อสุกรที่ใช้ในภัตตาคารและร้านอาหารดั้งเดิมของญี่ปุ่น และร้านอาหารจีนส่วนใหญ่จะใช้เนื้อสุกรที่ผลิตภายในประเทศ เพราะจะมีข้อได้เปรียบในเรื่องความสด หรือนำเข้าจากประเทศไต้หวัน เนื่องจากมีคุณภาพใกล้เคียงกัน

3.3.2 ตลาดฮ่องกง: ฮ่องกงเป็นตลาดดั้งเดิมของไทย สำหรับเนื้อสุกรและสุกรแปรรูป โดยส่วนใหญ่จะนำเข้าจาก บราซิล จีน สหภาพยุโรป และอเมริกาเหนือ การนำเข้าอีกส่วนหนึ่งจะมาจาก เวียดนามและไทย แต่เป็นจำนวนน้อย โอกาสที่ไทยจะขยายตลาดในฮ่องกงนั้น ยังมีอยู่ หากไทยสามารถพัฒนาคุณภาพเนื้อสุกรและสุกรแปรรูปของไทยทัดเทียมกับผู้ส่งออกจากซีกโลกตะวันตกได้ รวมทั้งต้องพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด

ข้อได้เปรียบของไทยจะอยู่ที่ค่าขนส่งและระยะเวลาในการขนส่ง ซึ่งถูกกว่าประเทศผู้ส่งออกจากซีกโลกอื่นมาก²

² กรมส่งเสริมการส่งออก

การส่งออกสุกรแปรรูปของไทยไปยังตลาดหลักในช่วงปี พ.ศ.2537-2541 มีมากขึ้นเป็นลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสุกรแปรรูปของไทย (HS 1602.490-009) ในตลาดหลัก

ปริมาณ : ตัน

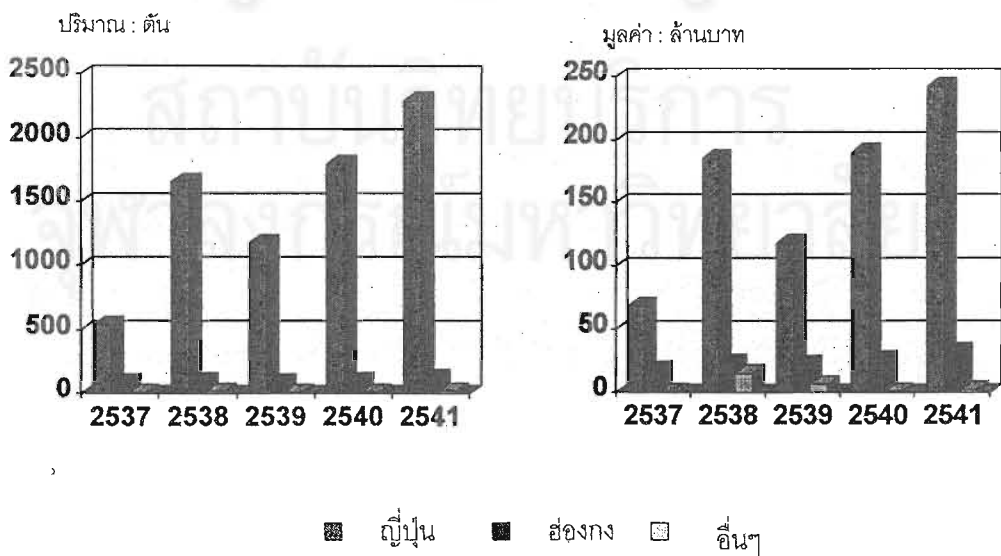
	2537	2538	2539	2540	2541
รวม	629	1,766	1,269	1,892	2,430
1. ญี่ปุ่น	540	1,654	1,175	1,793	2,290
2. ออสเตรเลีย	87	97	89	94	124
3. อื่นๆ	2	15	5	5	16

มูลค่า : ล้านบาท

	2537	2538	2539	2540	2541
รวม	87.1	209.5	140.6	217.2	276.8
1. ญี่ปุ่น	68.8	185.0	117.7	190.0	242.4
2. ออสเตรเลีย	18.1	23.0	22.3	26.4	32.3
3. อื่นๆ	0.2	1.5	0.6	0.8	2.1

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

แผนภาพที่ 3.1 การส่งออกของไทยไปยังตลาดหลัก ช่วงปี พ.ศ.2537-2541



ตารางที่ 3.2 อัตราการขยายตัวการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยในตลาดหลัก (ร้อยละ)

	ปริมาณ				
	2537	2538	2539	2540	2541
รวม	-2.0	180.8	-28.1	49.1	28.4
1. ญี่ปุ่น	-7.7	206	-28.9	52.6	27.7
2. ออสเตรเลีย	55.3	11.5	-8.2	5.6	31.9
3. อื่น ๆ	100	650	-66.7	-	220.0

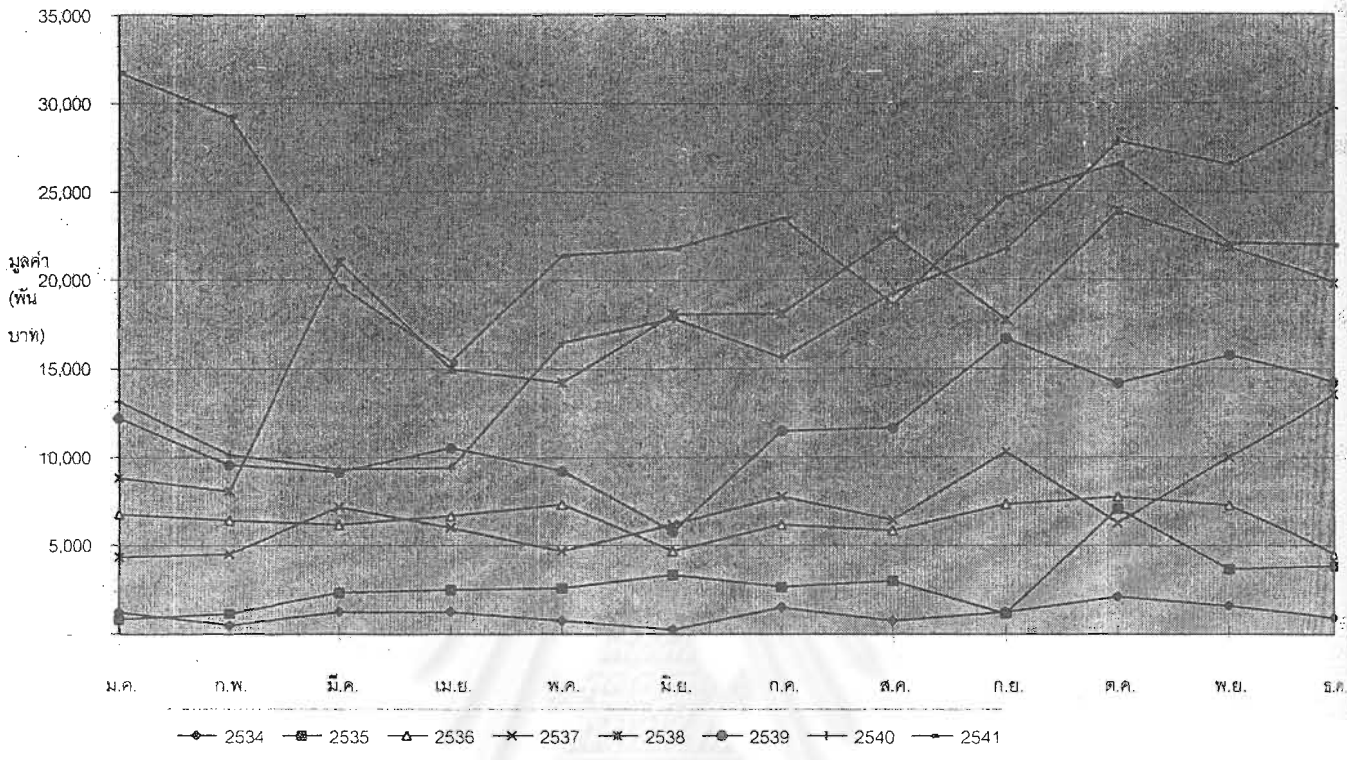
	มูลค่า				
	2537	2538	2539	2540	2541
รวม	13.4	140.5	-32.8	55.1	27.4
1. ญี่ปุ่น	5.5	168.9	-36.4	61.4	27.6
2. ออสเตรเลีย	58.7	27.1	-3.0	18.4	22.3
3. อื่น ๆ	-	650.0	-60.0	333.0	162.5

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

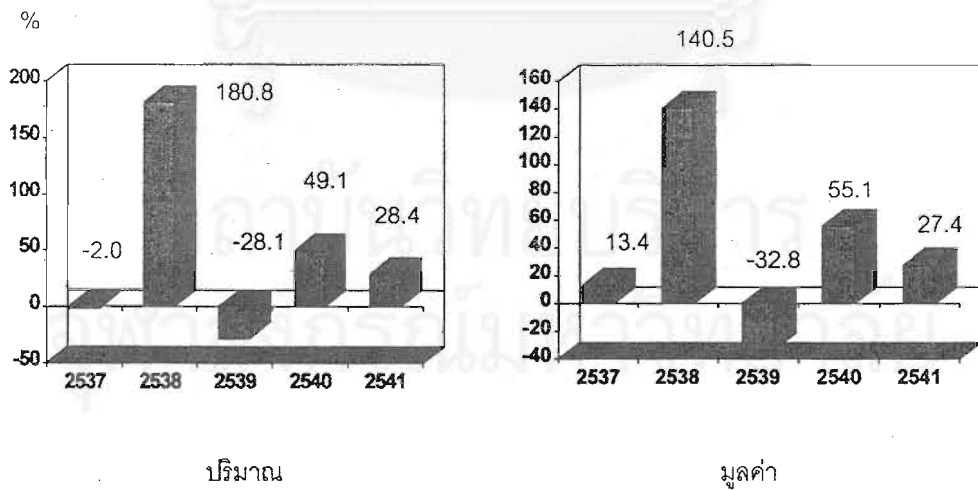
มีข้อที่น่าสังเกตคือ การส่งออกของไทย ถ้าพิจารณาเป็นรายเดือนแล้วจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 เป็นต้นมา การส่งออกจะค่อนข้างสูงในช่วงเดือน ตุลาคม-พฤศจิกายน ทั้งนี้อาจเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้นำเข้าที่มักจะมีการสั่งซื้อสินค้าอาหารเป็นจำนวนมากในช่วงปลายปี เพื่อเตรียมไว้จำหน่ายในช่วงเทศกาลปลายปี (ตัวเลขและแผนภูมิการส่งออกรายเดือนของไทยที่แสดงความเคลื่อนไหวของการส่งออก) (ตารางสถิติที่ 3.1 และแผนภาพที่ 3.2)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 3.2 มูลค่าการส่งออกสุกรแปรรูปรายเดือนในช่วงปี 2534-2541



แผนภาพที่ 3.3 อัตราการขยายตัวด้านปริมาณและมูลค่าการส่งออกในช่วงปี พ.ศ.2537-2541



ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

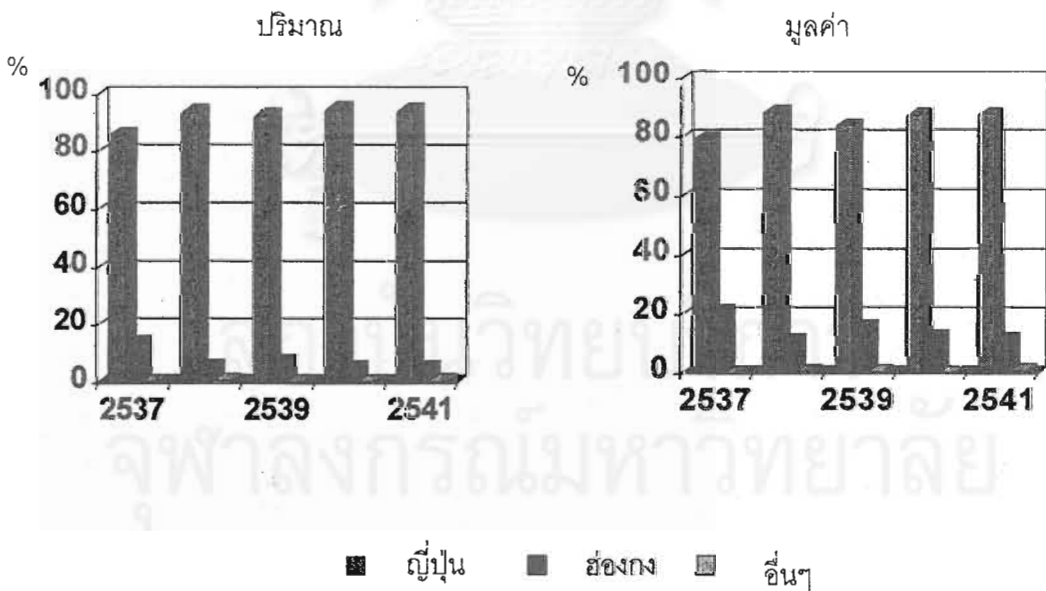
สาเหตุที่ไทยเริ่มส่งออกได้มากขึ้นเป็นลำดับนั้น เนื่องจาก โรงงานผลิตที่ได้มาตรฐาน สากลมีมากขึ้น ทำให้ผู้นำเข้ายอมรับในคุณภาพสินค้าจากไทยมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี ในตลาด ญี่ปุ่นนั้นไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับผู้ส่งออกรายใหญ่ เช่น สหรัฐอเมริกา เดนมาร์ก และได้หวัน

ตารางที่ 3.3 สัดส่วนการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยในตลาดหลัก

	ปริมาณ					มูลค่า				
	2537	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1. ญี่ปุ่น	85.8	93.7	92.6	94.7	94.3	79.0	88.3	83.7	87.5	87.6
2. ฮองกง	13.8	5.5	7.0	4.9	5.1	20.8	11.0	15.8	12.2	11.6
3. อื่นๆ	0.4	0.8	0.4	0.4	0.6	0.2	0.7	0.5	0.3	0.8

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

แผนภาพที่ 3.4 สัดส่วนการส่งออก



ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ภาพรวมการส่งออกปี พ.ศ.2540-2541

การส่งออกในปี พ.ศ.2540 จะเห็นได้ว่าขยายตัวจากปี พ.ศ.2539 อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศผู้ส่งออกสำคัญคือ ไต้หวัน และเนเธอร์แลนด์ ได้ประสบปัญหาโรคระบาด ดังนั้น ผู้นำเข้าบางรายในตลาดญี่ปุ่น จึงหันมานำเข้าจากไทยมากขึ้น

สำหรับในปี พ.ศ.2541 การส่งออกสุกรแปรรูปของไทย มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นที่ น่าพอใจในแง่ของอัตราส่วน คือ เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 28 แต่อย่างไรก็ดีถ้ามองในแง่ปริมาณและ มูลค่าแล้ว ถือว่ายังน้อยอยู่มาก ซึ่งสาเหตุใหญ่จะมาจากคุณภาพด้านสุขอนามัยของสุกรแปรรูป ของไทยยังเป็นรองผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น สหกรณ์เป็ดและเนื้อไก่ เป็นต้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

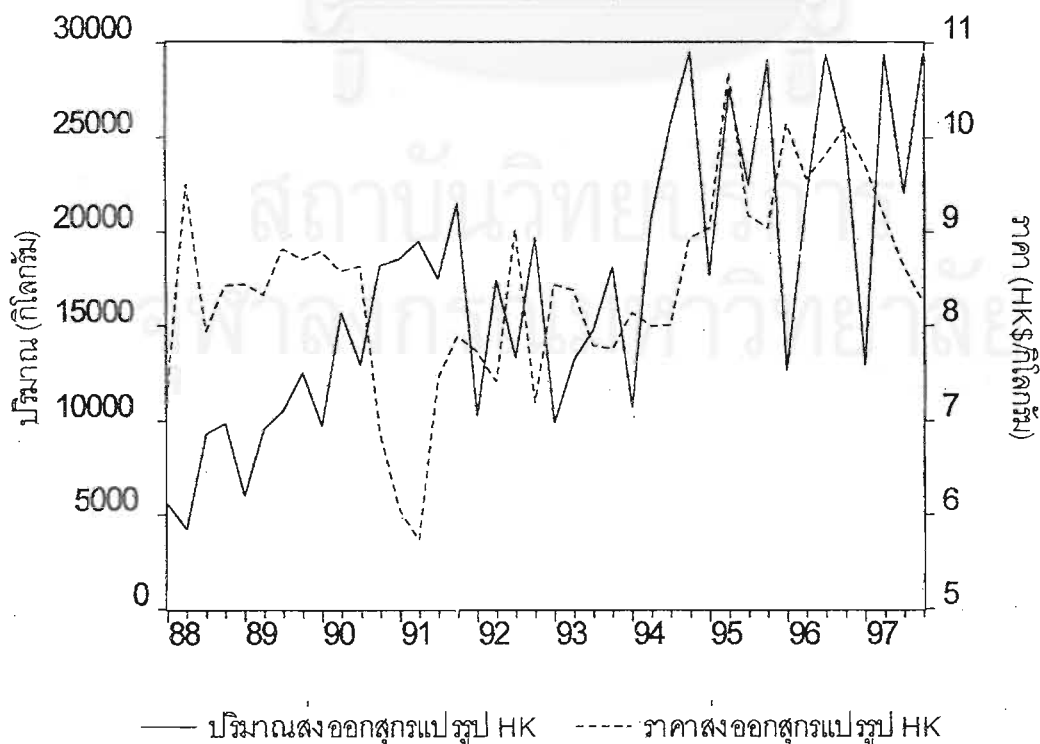
ผลการประมาณการ และการพยากรณ์

4.1 สถิติเบื้องต้น

ตลาดฮ่องกง

การส่งออกผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปจากประเทศไทยไปยังฮ่องกง ซึ่งโดยมากอยู่ในรูปหมูต้มสุกแช่เย็น ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาโรคปากเท้าเปื่อยทำให้ผลิตภัณฑ์สุกรแปรรูปของไทยถูกมาตรการด้านคุณภาพอาหารกำหนดให้ต้องต้มสุกรให้สุกเป็นพิเศษ ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์สุกรแปรรูปมีจำกัด จากแผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยในตลาดฮ่องกงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ.2536-2537 อัตราการเพิ่มอยู่ในระดับที่สูง ในขณะที่ระดับราคาสุกรแปรรูปและระดับราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง อาทิเช่น ประเทศจีน สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งกลางปี พ.ศ.2540 หลังจากค่าเงินบาทลอยตัวทำให้ระดับราคาสุกรแปรรูปและราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งลดลงอย่างมาก (แผนภาพที่ 4.3) การเพิ่มขึ้นของการส่งออกสุกรแปรรูปไปยังตลาดฮ่องกงในช่วง พ.ศ. 2537-2538 อาจมีผลมาจากปัญหาโรคปากเท้าเปื่อยในประเทศไทยได้หวั่น นอกจากนั้นอุปทานส่วนเกินภายในประเทศน่าจะเป็นปัจจัยกำหนดที่สำคัญแก่การส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรแปรรูป

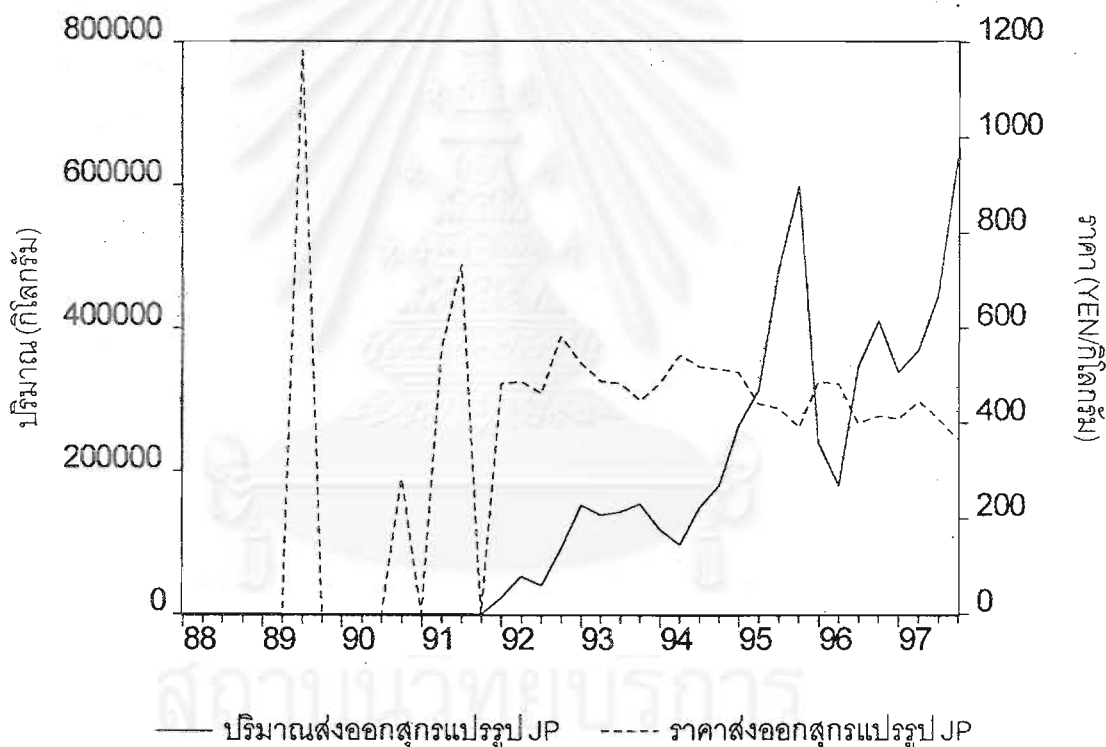
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาสุกรแปรรูปของไทยในตลาดฮ่องกง



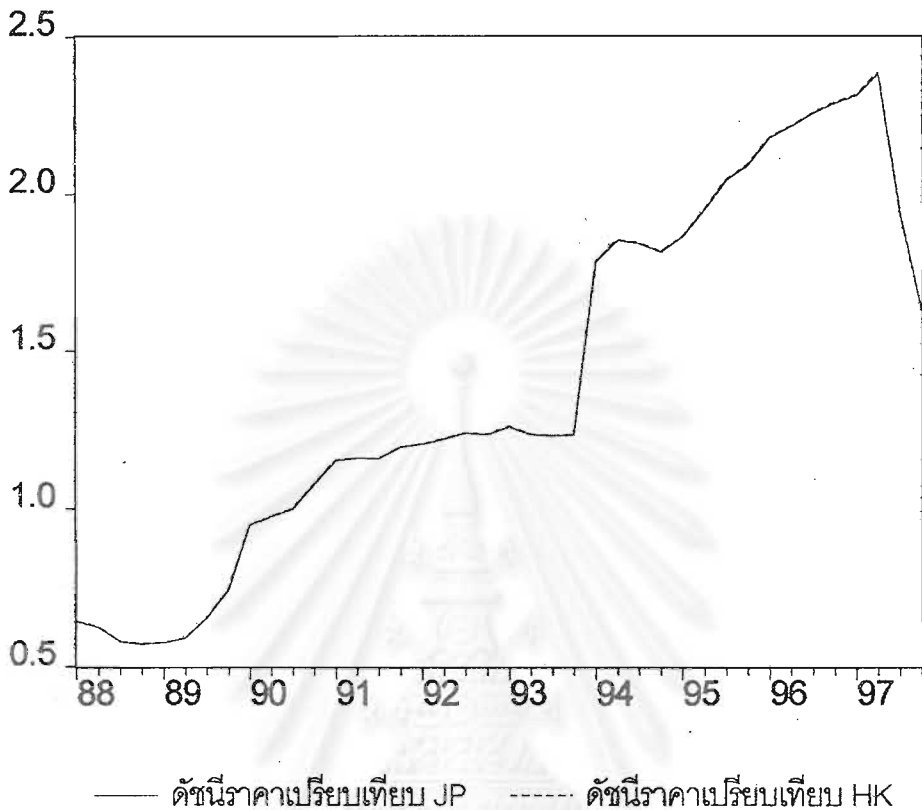
ตลาดญี่ปุ่น

จากแผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกสุกรแปรรูปของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ระดับราคาสุกรแปรรูปในตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงในรูปเงินเยน ส่วนระดับราคาเปรียบเทียบของไทยกับผู้ผลิตในญี่ปุ่นมีแนวโน้มตามค่าเงินเยน โดยในช่วงประมาณ พ.ศ.2533-2538 ไทยได้เปรียบญี่ปุ่นในการผลิต และในช่วง พ.ศ.2538-2540 ค่าเงินเยนมีแนวโน้มอ่อนตัวทำให้ความได้เปรียบของไทยลดลง แต่ความได้เปรียบทางด้านราคากลับดีขึ้นในช่วงหลังค่าเงินบาทลอยตัว (แผนภาพที่ 4.3)

แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาสุกรแปรรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น



แผนภาพที่ 4.3 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างสุกรแปรรูปของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ



4.2 ผลการประมาณการ

ตลาดฮ่องกง

จากการประมาณการพฤติกรรมอุปสงค์ของสินค้าสุกรแปรรูปของไทยไปยังตลาดฮ่องกงพบว่าระดับราคาและราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งไม่มีอิทธิพลสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับตลาดญี่ปุ่น (รายละเอียดตามตารางที่ 4.1)

การส่งออกสุกรแปรรูปไปยังตลาดฮ่องกงไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล และพบว่าอุปสงค์การส่งออกไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวแปรแนวโน้มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับอุปสงค์การส่งออกสุกรแปรรูปในตลาดญี่ปุ่น

การศึกษาพบว่าปัจจัยด้านฤดูกาลมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกไปยังฮ่องกงคือการส่งออกจะสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 4 และต่ำสุดในช่วงไตรมาสที่ 1 นอกจากนี้ ระดับราคาเนื้อ

สุกรสดในประเทศ ซึ่งเป็นตัวแสดงภาวะอุปทานส่วนเกินภายในประเทศ ไม่ได้เป็นปัจจัยกำหนดการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4.1)

ความสามารถในการอธิบายของสมการอยู่ในระดับสูง โดยค่า Adjusted $R^2 = 0.725$

ตลาดญี่ปุ่น

จากการประมาณการอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์สุกรแปรรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่นซึ่งพิจารณาได้จากแผนภาพที่ 4.5 พบว่าระดับราคามีอิทธิพลทางด้านลบต่อปริมาณการส่งออกของไทย แต่ไม่มีความสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ราคาเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่งไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์เช่นกัน

นอกจากนี้พบว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์สุกรแปรรูปในตลาดญี่ปุ่นไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวแปรแนวโน้มเวลาและตัวแปรด้านฤดูกาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสามารถในการอธิบายของสมการต่ออุปสงค์อยู่ในระดับสูงโดยค่า Adjusted $R^2 = 0.786$

หมายเหตุ : ไม่รวมตัวแปรรายได้ในตัวแปรอิสระเนื่องจากเกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 4.1 ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกสุกรแปรรูปในตลาดต่างๆ

ตลาดญี่ปุ่น			ตลาดฮ่องกง		
ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat
ค่าคงที่	10.156	6.742	ค่าคงที่	22.576	2.273
LOG(ระดับราคา)	-0.489	-0.872	LOG(ระดับราคา)	-1.657	-1.251
LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	0.672	1.151	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	-0.165	-0.127
แนวโน้ม	0.017	0.575	แนวโน้ม	0.084	1.375
ไตรมาส 1	-0.679	-7.634	ไตรมาส 1	-0.118	-0.566
ไตรมาส 2	-0.125	-1.123	ไตรมาส 2	-0.168	-0.661
ไตรมาส 3	-0.113	-1.059	ไตรมาส 3	-0.152	-0.674
LOG(ระดับราคาสุกรมีชีวิต)	-0.194	-0.468	LOG(ระดับราคาสุกรมีชีวิต)	-0.482	-0.551
AR(1)	0.488	1.585	AR(1)	0.437	1.911
Adjusted R-squared	0.786		Adjusted R-squared	0.725	
Durbin-Watson stat	1.972		Durbin-Watson stat	1.839	
F-statistic	10.615		F-statistic	7.587	

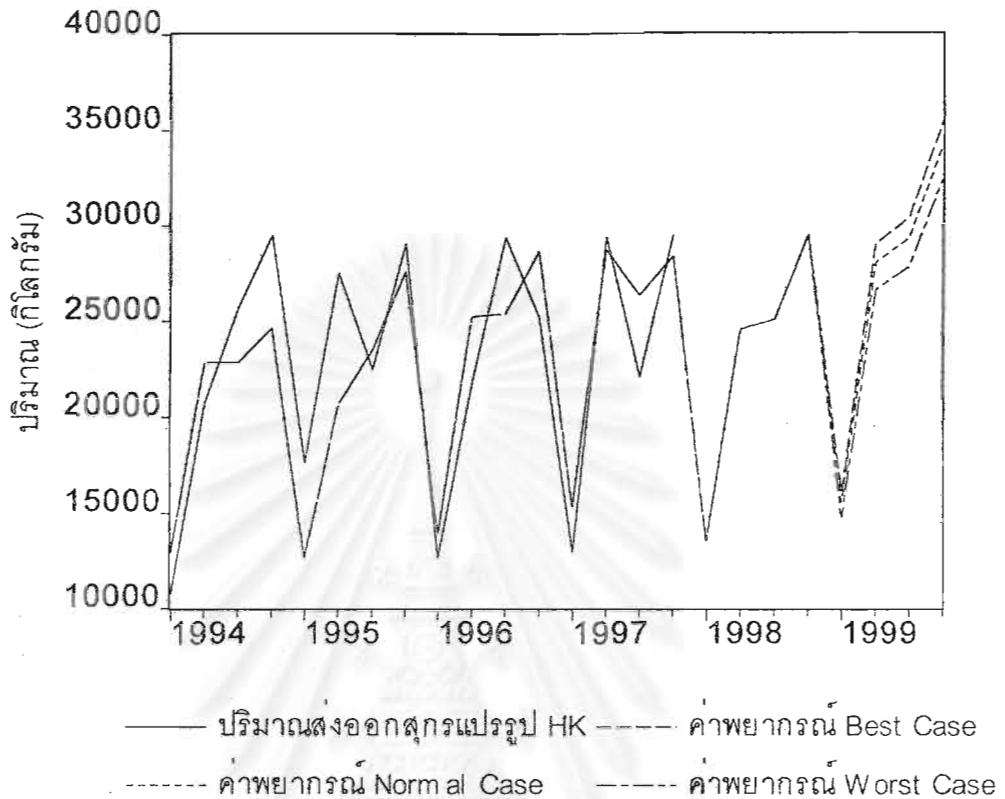
4.3 การพยากรณ์

ตลาดฮ่องกง

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกสุกรแปรรูปไปยังตลาดฮ่องกงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 107 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 15.7%



แผนภาพที่ 4.4 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสุกรแปรรูปในตลาดฮ่องกง

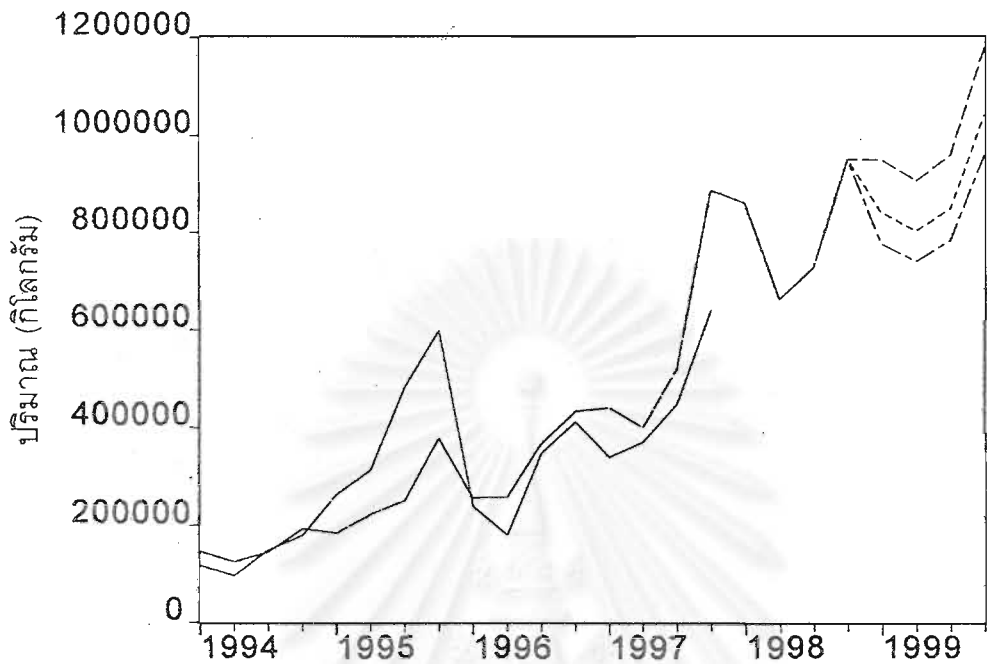


ตลาดญี่ปุ่น

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกสุกรแปรรูปไปยังตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ 3,535 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 10.5%

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 4.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสุกรแปรรูปในตลาดญี่ปุ่น



— ปริมาณส่งออกสุกรแปรรูป JP — ค่าพยากรณ์ Best Case
- - - ค่าพยากรณ์ Normal Case - - - ค่าพยากรณ์ Worst Case

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

กฎระเบียบการค้าของประเทศคู่ค้าหลัก

5.1 ญี่ปุ่น

5.1.1 มาตรการภาษี

	อัตราภาษีที่ผูกพันตาม WTO		อัตราภาษีที่เก็บจริง
	base 2538	bound 2547	
สุกรแปรรูป (HS 1602.41, 1602.42, 1602.49)	1,218 เยน/กก.	1,035 เยน/กก.	NA

5.1.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

1) ญี่ปุ่นกำหนดให้โรคปากและเท้าเปื่อย (Foot and Mouth Disease), Rinderpest และ African Swin Fever เป็นโรคอันตรายสำหรับสัตว์กีบมีชีวิต (โค กระบือ สุกร และอื่น ๆ และผลิตภัณฑ์ของสัตว์ดังกล่าว)

2) ญี่ปุ่นแบ่งประเทศต่าง ๆ ออกเป็น 4 กลุ่ม โดยกำหนดประเภทสินค้าที่สามารถนำเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่น ดังนี้ (ณ วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ.2540)

กลุ่ม 0 - เป็นกลุ่มประเทศที่ปลอดโรคติดต่อที่จะมีผลกระทบต่อผลผลิตภายในประเทศญี่ปุ่นมี 31 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี ฟินแลนด์, สวีเดน, นอร์เวย์, เดนมาร์ก, เนเธอร์แลนด์, มาดากัสการ์, แคนาดา, สหรัฐอเมริกา, เม็กซิโก, เบลีซ, กัวเตมาลา, ฮอนดูรัส, เอลซัลวาดอร์, นิการากัว, คอสตาริกา, ปานามา, โดมินิกัน, ซิลี, มารินาเหนือ, นิวซีแลนด์, วานูอาตู, นิวแคลิโดเนีย และออสเตรเลีย

- ได้รับอนุญาตให้นำเข้า 1. สัตว์กีบมีชีวิต (โค, กระบือ, สุกร, แกะและอื่นๆ)

2. Semen และ Embryos

3. แสมไส้กรอกและเบคอน

4. เนื้อสัตว์และเครื่องใน

กลุ่ม 1 - ได้รับอนุญาตให้นำเข้าเฉพาะ 1. สัตว์กีบมีชีวิตร (โค กระบือ หมู แกะ
อื่นๆ)

2. Semen และ Embryos

3. แสมไส้กรอกและเบคอน

- เนื้อสัตว์และเครื่องในไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้า ยกเว้นในกรณีที่
ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผ่านขบวนการความร้อนตามมาตรฐานที่กำหนด
โดยรัฐมนตรี (ทั้งนี้โรงงานที่มีขบวนการความร้อนที่รับรองโดยหน่วย
งานรัฐบาลของประเทศผู้ส่งออก ก็เป็นที่ยอมรับได้)
- ประเทศในกลุ่มนี้มี 9 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์, ฮังการี, โรมาเนีย,
สโลวีเนีย, โครเอเชีย, บอสเนีย และเฮอร์เซโกวีนา, สวิตเซอร์แลนด์,
สหราชอาณาจักร

กลุ่ม 2 - ประเทศจีนได้รับอนุญาตให้นำเข้าเฉพาะสัตว์กีบมีชีวิตร, Semen และ
Embryos เท่านั้น

- แสมไส้กรอกและเบคอน เนื้อสัตว์ และเครื่องใน ไม่ได้รับอนุญาตให้
นำเข้า เว้นแต่จะได้ผ่านขบวนการความร้อน หรือขบวนการมาตรฐาน
อื่นที่กำหนดโดยรัฐมนตรี อื่นๆ โรงงาน (Heat - Processing
establishments) ซึ่งรับรองโดยรัฐบาลประเทศผู้ส่งออกก็เป็นที่
ยอมรับ

กลุ่ม 3 - ประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากประเทศต่าง ๆ ที่ได้กล่าวถึงข้างต้น

- ห้ามนำเข้าสัตว์กีบมีชีวิตร (โค, สุกร, แกะ และอื่น ๆ) Semen และ
ตัวอ่อน
- แสม ไส้กรอก เบคอน เนื้อสัตว์และเครื่องใน ไม่อนุญาตให้นำเข้า
เช่นกัน ยกเว้นแต่จะมีการผ่านขบวนการความร้อนหรือขบวนการ
มาตรฐานอื่นที่กำหนดเฉพาะโรงงานที่กำหนดโดยรัฐมนตรีของ
ญี่ปุ่นเท่านั้น จึงจะเป็นที่ยอมรับ

3) การตรวจสอบสินค้านำเข้าที่ด่านกักกัน (Quarantine Station) สำหรับสุกรมีชีวิต (ทุกประเภท) หมูป่า เนื้อสัตว์ (สด แช่เย็น แช่แข็ง ตากแห้ง ต้ม) แฮม ไส้กรอก เบคอน สามารถดำเนินการได้ที่ด่านกักกัน หรือโกดัง ณ ท่าเรือ และสนามบิน รวม 62 แห่ง

4) ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์สัตว์ (Animal Product) ไม่ต้องยื่นรายงานก่อนการนำเข้า แต่จะต้องยื่นใบคำขอเพื่อตรวจสอบการนำเข้า พร้อมหนังสือรับรองการตรวจสอบที่ออกโดยหน่วยงานของรัฐบาลประเทศผู้ส่งออกล่วงหน้าวันตรวจสอบจริง 1 วัน แต่ถ้าเป็นสัตว์กีบมีชีวิต ผู้นำเข้าจะต้องรายงาน ณ สำนักงานใหญ่เมืองโยโกฮามาล่วงหน้า 90-120 วัน ก่อนการนำเข้า และสัตว์กีบเหล่านั้นจะต้องถูกกักไว้ที่ด่านประมาณ 15 วัน เพื่อตรวจสอบว่าไม่มีการแพร่กระจายของเชื้อโรคแล้ว การนำเข้าจะดำเนินการตามขั้นตอนปกติต่อไป

มาตรฐานสำหรับโรงงานขบวนการความร้อน (Heat Processing Establishments) มาตรการขบวนการความร้อน (Heat Processing) และมาตรฐานสำหรับการแปรรูป และเก็บรักษาแฮมที่ผลิตจากเนื้อสุกร จะกำหนดโดยกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง³

สำหรับประเทศไทยนั้นทางกรมปศุสัตว์ ได้ใช้ความพยายามในการเจรจาผลักดันให้ญี่ปุ่นยอมรับในมาตรฐานโรงงานของไทย โดยในขณะนี้มีโรงงานที่ญี่ปุ่นให้การยอมรับในมาตรฐานจำนวนทั้งสิ้น 18 โรงงาน (รายละเอียดตามภาคผนวก) ซึ่งคาดว่าจะในอนาคตน่าจะสามารถผลักดัน ให้มีการยอมรับจากทางญี่ปุ่นมากขึ้นได้

5.2 ส่องกง

5.2.1 มาตรการภาษี

	อัตราภาษีที่ผูกพันตาม WTO	อัตราภาษีที่เก็บจริง
สุกรแปรรูป	Free	Free

³ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว

5.2.2 มาตรการที่มีใช้ภายใน

ฮ่องกง กำหนดมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าปศุสัตว์ที่นำเข้า โดยใช้หลักเกณฑ์ 3 ลักษณะคือ

(1) ผู้ส่งออกจะต้องยื่นหนังสือสัญญาการซื้อขาย (Consignment) ต่อกรมอนามัยตามแบบฟอร์มที่ทางกองสุขศึกษากำหนดไว้ ผู้ส่งออกที่ถูกจัดอยู่ในชั้นตอนที่หนึ่งนี้ คือ ผู้ที่ส่งเนื้อสุกรแช่แข็งเข้าฮ่องกงน้อยกว่า 4 เมตริกตันต่อครั้ง หรือประมาณ 16 ตันต่อตู้ (Sealed Container) เนื้อสุกร ที่ส่งไปนั้นเป็นแบบซากทั้งตัว (Whole Carcass Animal) เท่านั้น โดยไม่มีเครื่องในและชิ้นส่วนแยกออกจากกัน

(2) วิธีการตรวจสอบคุณภาพของกองสุขศึกษานั้น จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยจะสุ่มออกมา ตรวจสอบร้อยละ 5 ของปริมาณสิ่งเข้าทั้งหมด การตรวจสอบจะวิเคราะห์ทั้งทางด้านชีวภาพและกายภาพ ประกอบกัน และไม่มีการเรียกค่าตรวจสอบใด ๆ

(3) การส่งเนื้อสัตว์ (สุกร) และสัตว์ปีกเข้าฮ่องกงต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อปศุสัตว์และสัตว์ปีกประเภทสดและแช่แข็ง ควบคุมโดยกระทรวงเกษตรและประมง และกระทรวงสาธารณสุขของฮ่องกง

ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรแช่แข็งที่จะเลื่อนขึ้นไปยังชั้นตอนที่สามจะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับปริมาณและคุณภาพดังนี้คือ

ผู้ส่งออกต้องส่งเนื้อสุกรแช่แข็งเข้าไปฮ่องกงอย่างน้อย 10 สัญญาซื้อขายหรือเท่ากับ 480 เมตริกตัน ภายในระยะเวลา 4 เดือน

ชิ้นส่วนของเนื้อสุกรทุกชนิดและทั้งหมดจะต้องมีคุณภาพตรงตามที่กองสุขศึกษากำหนดไว้คือ ต้องปราศจากโรคทุกชนิด เช่น สะอาด และมีการบรรจุหีบห่อที่ดี

มาตรฐานที่ฮ่องกงใช้จะเป็นระบบของอังกฤษสำหรับเนื้อสัตว์ อาหารและผลไม้ โดยเท่าเทียมมาตรฐานของสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย สินค้าคุณภาพต้องไม่มีโรคฉี่หนู โรคปากและเท้าเปื่อย พยาธิต่าง ๆ เก็บรักษาภายใต้อุณหภูมิตามมาตรฐาน การบรรจุหีบห่อตามมาตรฐาน ไม่มีการแพร่กระจายติดเชื้อเน่าเสีย ต้องมีใบรับรอง Health Certificate จากประเทศฮ่องกง ฮ่องกงจะมีการตรวจสอบคุณภาพโดยใช้ห้องปฏิบัติการ จากตัวอย่างสินค้าที่ส่งเข้าฮ่องกง

ประมาณร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้านำเข้าทั้งหมด และสินค้าจะต้องเป็นไปตามระเบียบกฎเกณฑ์ ตาม Food Law และ Preservation Law

จะเห็นว่าประเทศผู้นำเข้า ทั้ง 2 ค่อนข้างจะเข้มงวดพอสมควร โดยเฉพาะ ญี่ปุ่น ดังนั้น เพื่อให้เกิดภาพที่ชัดเจนขึ้นอาจเปรียบเทียบกฎระเบียบของประเทศทั้ง 2 ได้ดังนี้

ฮ่องกง	ญี่ปุ่น
ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรต้มสุกจากประเทศไทย	เข้าได้ภายใต้การตรวจสอบมาตรฐานของกระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้และกรมสุขศึกษา
เข้าได้ภายใต้การตรวจสอบ	เข้าได้เมื่อได้รับการต้มสุกแล้วเท่านั้นและได้รับอนุมัติจากกระทรวงเกษตร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

ปัญหาการผลิตและการส่งออกสุกรแปรรูปของไทย

6.1 ด้านการผลิต

- ต้นทุนวัตถุดิบของไทยมีราคาค่อนข้างแพง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งเช่น สหรัฐอเมริกา เดนมาร์ก
- การควบคุมคุณภาพมาตรฐานวัตถุดิบเนื้อสุกร โดยเฉพาะปัญหาโรค FMD อาจมีปัญหาในกรณีที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปดังกล่าว ไม่ได้ผ่านการแปรรูปโดยใช้ความร้อนที่เพียงพอ เพราะถ้าใช้ความร้อนตามที่กำหนดไว้ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปดังกล่าวได้
- การขาดแคลนเนื้อสุกรที่มีคุณภาพดีที่ผลิตจากโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐานสุขอนามัยเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ

6.2 การส่งออก/การแข่งขัน

- ผลผลิตเนื้อสุกรบางชนิดมี Shelf Life ค่อนข้างสั้น ไม่เหมาะกับการผลิตในทีห่างไกลเพื่อการส่งออกไปขาย นอกเสียจากว่าจะจะเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำที่ป้อนตลาดระดับล่าง
- การผลิตและจำหน่ายสุกรแปรรูปในประเทศผู้นำเข้า รวมศูนย์อยู่ในบริษัทใหญ่ๆ เพียงน้อยบริษัท ทำให้อำนาจการผูกขาดสูง จึงยากต่อการเจาะตลาด
- ตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปภายในประเทศยังมีระดับค่อนข้างแคบ และมักนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำที่มีราคาถูก ขณะที่ตลาดผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ที่มีการใช้เนื้อสุกรเป็นวัตถุดิบมากๆ ยังมีน้อย การผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปคุณภาพดีจึงขาดตลาดในประเทศรองรับเพียงพอ ทำให้ศักยภาพการผลิตเพื่อการส่งออกต่ำลงไปด้วย เพราะต้องเน้นการส่งออกเพียงประการเดียว
- การวิจัยและพัฒนาเนื้อสุกรให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคประเทศไทยนับว่า เป็นรองประเทศผู้ส่งออกอื่นๆมาก (รวมถึงภายในประเทศผู้นำเข้าเอง) ทำให้ขาดแรงจูงใจในการแข่งขันด้านการผลิตและการตลาด

บทที่ 7 สรุปและศักยภาพ

สุกรแปรรูปถือเป็นสัตว์ในกลุ่มอาหารที่มีศักยภาพในการส่งออกน้อย ถึงแม้ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จะมีการส่งออกมากขึ้นก็ตาม แต่ก็ยังเป็นปริมาณที่น้อยอยู่เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อาหารชนิดอื่นๆ สาเหตุสำคัญที่ทำให้สุกรแปรรูปของไทยส่งออกได้น้อยนั้นเนื่องมาจาก

- ประเทศผู้นำเข้ายังไม่ไว้วางใจในคุณภาพเนื้อสุกรที่นำมาแปรรูป โดยยังพิจารณาว่าประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีโรคสุกร (โรคปากและเท้าเปื่อย ; FMD) ระบาดอยู่
- ขนาดการผลิตและเทคโนโลยี/ความชำนาญ ทางด้านการแปรรูปของไทยยังสู้ประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ไม่ได้ จึงเป็นสาเหตุให้สินค้าสุกรแปรรูปของไทยมีต้นทุนการส่งออกที่สูงกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น

กล่าวโดยสรุปแล้ว สินค้าสุกรแปรรูปของไทยอาจมีการขยายการส่งออกได้ แต่ก็คงเป็นในระดับหนึ่งเท่านั้น ถ้าจะเปรียบกับไก่แปรรูปคงจะไม่ได้ การจะเพิ่มการส่งออกให้ได้มากขึ้น นั้นจะต้องแก้ปัญหาตั้งแต่ต้นเหตุ คือ เรื่องวัตถุดิบเนื้อสุกร ซึ่งต้องผลิตให้มีคุณภาพดี ปลอดภัยจากโรคสัตว์ ประเทศผู้นำเข้าจึงจะยอมรับในคุณภาพสินค้า

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

1. สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รายงานการศึกษาแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมสุกรทั้งระบบ 2538
2. กรมส่งเสริมการส่งออก เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง การพัฒนาอุตสาหกรรมสุกรแปรรูปเพื่อการส่งออก ตุลาคม 2540
3. กรมปศุสัตว์ กองสัตว์แพทย์สาธารณสุข ภาพรวมอุตสาหกรรมแปรรูปสุกรเพื่อการส่งออก เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง การพัฒนาอุตสาหกรรมสุกรแปรรูปเพื่อการส่งออก ตุลาคม 2540
4. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงบรัสเซลส์ รายงานภาวะการค้าสินค้าเนื้อสัตว์
5. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว รายงานภาวะการค้าสินค้าเนื้อสัตว์
6. รายงานจากกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ หนังสือพิมพ์ Bangkok Post 2537
7. Global Trade Information 2539



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 3.1 ปริมาณและมูลค่าส่งออกสุกรแปรรูปรายเดือนของไทย (HS 1602.490-009)

ปริมาณ : กก.

มูลค่า : พันบาท

เดือน	2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
รวม	267,861	34,032	641,813	76,843	628,919	87,149	1,766,304	209,154	1,269,697	140,628	1,892,129	217,220	2,429,437	276,825
ม.ค.	5,442	793	58,411	6,717	36,884	4,336	66,977	8,796	110,903	12,263	138,477	13,167	225,333	31,709
ก.พ.	8,306	1,142	52,611	6,430	36,116	4,503	58,583	8,122	78,457	9,601	118,242	10,191	207,988	29,289
มี.ค.	19,606	2,317	50,982	6,191	55,204	7,204	151,183	20,987	62,327	9,192	95,560	9,352	152,170	19,658
เม.ย.	20,709	2,516	50,127	6,640	33,463	5,962	99,133	14,994	95,090	10,545	79,623	9,410	137,834	15,439
พ.ค.	22,768	2,593	59,848	7,302	34,603	4,657	93,046	14,240	61,746	9,269	155,785	16,539	202,941	21,409
มิ.ย.	26,834	3,351	41,182	4,693	48,982	6,134	148,879	18,054	45,131	5,741	164,668	17,809	184,464	21,835
ก.ค.	20,725	2,632	49,681	6,204	55,663	7,780	146,533	18,086	104,848	11,469	141,019	15,596	217,177	23,528
ส.ค.	26,976	2,981	47,312	5,815	45,033	6,420	187,238	22,524	117,728	11,662	157,063	19,267	175,621	18,573
ก.ย.	4,860	1,127	59,833	7,300	74,251	10,357	172,350	17,774	157,558	16,665	172,631	21,782	204,403	24,665
ต.ค.	52,835	7,106	69,853	7,745	46,579	6,209	233,699	23,957	146,906	14,198	236,034	27,864	256,829	26,614
พ.ย.	25,606	3,644	63,689	7,277	69,803	10,012	222,089	21,803	152,683	15,776	211,494	26,460	231,989	22,067
ธ.ค.	33,194	3,831	38,284	4,530	92,338	13,577	186,594	19,818	136,320	14,248	221,533	29,783	232,688	22,040

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น



ไก่อแปรรูป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

การผลิตและการค้าของโลก

1.1 การผลิตเนื้อสัตว์ปีกและเนื้อไก่ของโลก

จากสถิติของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (United States Department of Agriculture : USDA) ในปี พ.ศ.2541 ผลผลิตของเนื้อสัตว์ปีกของโลกจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2.2 จากปี พ.ศ.2540 คือ จะมีผลผลิตรวมทั้งโลก ประมาณ 53.7 ล้านตัน ผู้ผลิตรายใหญ่ คือ สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 28 จีนประมาณร้อยละ 22 ของผลผลิตทั้งหมด โดยในจำนวนนี้จะ เป็นผลผลิตเฉพาะไก่เนื้อจำนวน 37.8 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 2.5 (ตารางที่ 1.1 และแผนภาพที่ 1.1)

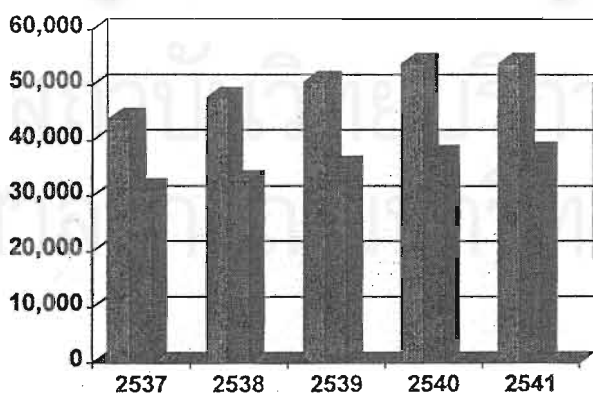
ตารางที่ 1.1 ผลผลิตเนื้อสัตว์ปีกของโลก

หน่วย: พันตัน

	2537	2538	3539	2540	2541
ผลผลิตเนื้อสัตว์ปีกรวม	43,794	47,583	50,504	52,565	53,737
ผลผลิตไก่เนื้อ	31,209	33,719	35,397	36,900	37,818

ที่มา: FAS, USDA

แผนภาพที่ 1.1 ผลผลิตเนื้อสัตว์ปีก/เนื้อไก่ของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2537-2541



ที่มา: FAS, USDA

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

1.2 การบริโภคและการส่งออกเนื้อสัตว์ปีกของโลก

การบริโภคเนื้อสัตว์ปีกของโลก ในปี พ.ศ.2541 จะมีประมาณ 51.8 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2540 ประมาณร้อยละ 2.0 สำหรับการบริโภคไก่เนื้อจะมีประมาณ 36.3 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2540 ประมาณร้อยละ 1.7 โดยมีสหพันธรัฐรัสเซีย จีน/ฮ่องกง เป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญ มีส่วนแบ่งการนำเข้ามากถึง 2 ใน 3 ของการนำเข้าทั้งหมด โดยจีน/ฮ่องกงจะนำเข้าประมาณ 1,500,000 ตัน

สำหรับการส่งออกสหรัฐอเมริกายังคงเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งของโลกโดยสามารถส่งออกเนื้อสัตว์ปีกทั้งสิ้น ประมาณ 2.5 ล้านตัน อยู่ในระดับเดียวกับในปี พ.ศ.2540 โดยเป็นเนื้อไก่ จำนวน 2.1 ล้านตัน อยู่ในระดับเดียวกับในปี พ.ศ.2540 เช่นกัน

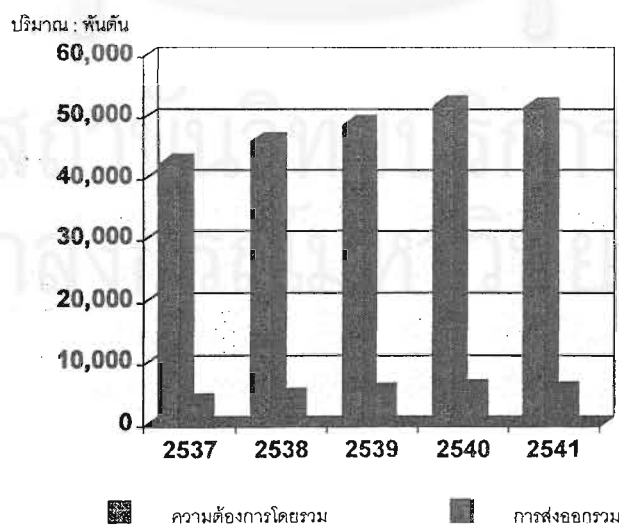
ตารางที่ 1.2 ความต้องการบริโภคและการส่งออกเนื้อสัตว์ปีกของโลก

	2537	2538	2539	2540	2541
ความต้องการบริโภครวม	42,734	46,195	48,853	50,785	51,803
การส่งออกรวม	3,648	4,556	5,197	5,720	5,526

หน่วย: พันตัน

ที่มา: FAS, USDA

แผนภาพที่ 1.2 ความต้องการบริโภคและการส่งออกเนื้อสัตว์ปีกของโลกในช่วงปี พ.ศ.2537-2541



ที่มา: FAS, USDA

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

1.3 การบริโภคและการส่งออกเนื้อไก่ของโลก

ตารางที่ 1.3 ความต้องการบริโภคและการส่งออกเนื้อไก่ของโลก

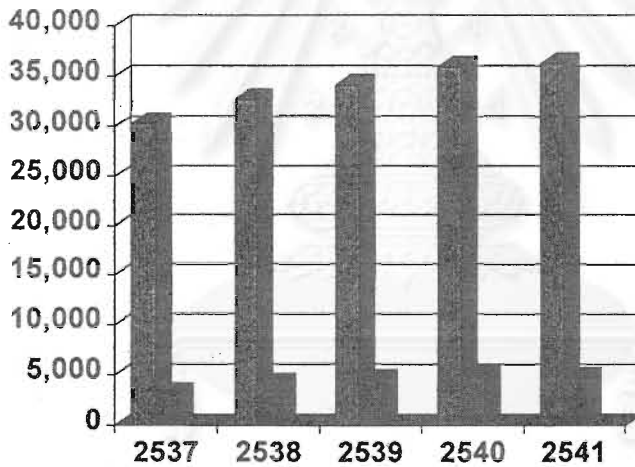
หน่วย : พันตัน

	2537	2538	2539	2540	2541
ความต้องการบริโภค รวม	30,420	32,769	34,196	35,741	36,312
การส่งออกรวม	3,086	3,936	4,455	4,790	4,706

ที่มา: FAS, USDA

แผนภาพที่ 1.3 ความต้องการบริโภคและส่งออกเนื้อไก่ของโลก ในช่วงปี พ.ศ.2537-2541

ปริมาณ : พันตัน



■ ความต้องการโดยรวม ■ การส่งออกรวม

ที่มา: FAS, USDA

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

บทที่ 2

โครงสร้างการผลิตของไทย

2.1 การผลิต/การบริโภคเนื้อไก่ของไทย

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกเนื้อไก่ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก โดยในช่วงปี พ.ศ.2535-2541 การผลิตเนื้อไก่ของไทยจะมีเฉลี่ย 724.919 ล้านตัวต่อปี ทั้งนี้ปริมาณการผลิตที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกรายละเอียดแสดงได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ปริมาณความต้องการของตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกของเนื้อไก่

ปี (พ.ศ.)	ไก่มีชีวิต (ล้านตัว) ⁽¹⁾	เนื้อไก่ (ตัน)		
		รวม ⁽²⁾	บริโภค ⁽²⁾	ส่งออก ⁽³⁾
2535	751.050	758,410	580,369	178,041
2536	717.840	724,874	558,289	166,585
2537	646.541	652,877	484,220	168,657
2538	661.000	667,477	491,267	176,210
2539	705.000	711,909	543,139	168,770
2540	765.000	772,497	580,497	192,419
2541	828.000	836,114	566,114	274, 816
เฉลี่ย	724.919	732,022	543,413	189,357

ที่มา: (1) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

(2) ไก่มีชีวิต 1 ตัว ช้ำแหละให้เนื้อปริมาณ 0.561 กก.

(3) กรมศุลกากร ส่งออก (เนื้อไก่ช้ำแหละแช่แข็ง & เนื้อไก่แปรรูป)

สำหรับการผลิตไก่แปรรูปในประเทศไทย ส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะเป็นรายเดียวกับผู้ผลิตไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง โดยเน้นการผลิตเพื่อการส่งออก บริษัทผู้ผลิตรายสำคัญในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท ซี.พี. จำกัด, บริษัทสุรพล-นิสิเร จำกัด, บริษัทศรีไทย ฟู้ดแอนด์เบเวอเรจ บริษัทเหล่านี้จะมีสัดส่วนในการผลิตและส่งออกรวมกันมากกว่าร้อยละ 75 ของผลผลิตที่ไทยส่งออกทั้งหมด

2.2 ขนาดบริษัท/กำลังการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่สุดในการผลิตเนื้อไก่แปรรูป คือ เนื้อไก่ ซึ่งต้องมาจากโรงงานฆ่าชำแหละที่ได้มาตรฐานสากล (เช่น ภายใต ISO, HACCP, CODEX) จึงจะทำให้เนื้อไก่ที่ผลิตได้มีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก จากข้อมูลในปี พ.ศ.2538 พบว่าโรงงานในเครือบริษัทขนาดใหญ่ที่ทำการผลิตโดยมีมาตรฐานตามที่กำหนด จะมีกำลังการผลิตมากกว่าร้อยละ 95 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ดังนี้

<u>โรงฆ่าชำแหละ</u>	<u>กำลังการผลิต (%)</u>
เครือเจริญโภคภัณฑ์	19.51
เครือเบทาโกร	11.63
เครือสหพัฒน์	10.88
เครือแหลมทองสหการ	8.82
บริษัท เจนเนอรัลฟู้ดส์โพลทรีพี (ประเทศไทย) จำกัด	8.26
โรงฆ่าคลองตัน ศูนย์การค้าไก่	7.13
บริษัท โกลเด้นท์ โพลทรีพี จำกัด	6.75
บริษัท ชันแวลเลย์ (ประเทศไทย) จำกัด	6.75
บริษัท ที เจ ฟู้ดส์ อุตสาหกรรม จำกัด	4.50
บริษัท ไก่สดเขินทาโก จำกัด	4.13
บริษัท ก้าวหน้าไก่สด จำกัด (อุบลราชธานี)	3.38
บริษัท ไก่สดศรีไทย จำกัด	3.00
บริษัท ยูสูง จำกัด (ชลบุรี)	1.88
โรงฆ่าขนาดเล็กทั่วไป	3.38
รวม	100.00

2.3 ต้นทุนการผลิต แยกตามปัจจัยการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่สุดในการผลิต ไก่แปรรูป ก็คือ เนื้อไก่ชำแหละ ซึ่งในปัจจุบัน การผลิตไก่ชำแหละในประเทศไทย มีความก้าวหน้ากว่าเมื่อหลายปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ในช่วง 2-3 ปีมานี้ ผู้ประกอบการของไทยต้องประสบปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดส่งออกระหว่างประเทศ จากที่ได้มีการศึกษาในปี พ.ศ.2538 โดย

ธนาคารกรุงไทยโดยใช้โรงงานชำแหละไก่เพื่อการส่งออก ขนาดการผลิต 40,000 ตัว/วัน พบว่าต้นทุนต่างๆ เป็นดังนี้

ตารางที่ 2.2 ต้นทุนการผลิตไก่แปรรูปของไทยแยกตามปัจจัยการผลิตในปี พ.ศ.2538

รายการ	บาท/กก.	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปร	42.64	99.70
ค่าเนื้อไก่	37.00	86.51
ค่าแรงงาน	1.74	4.07
ค่าไฟฟ้า	0.50	1.17
ค่าขนส่ง ระบาย หีบห่อและอื่น ๆ	3.40	7.95
ต้นทุนคงที่	0.13	0.30
ค่าเสื่อมราคาสิ่งปลูกสร้าง	0.05	0.11
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	0.08	0.19
ต้นทุนการผลิตรวม	42.77	100.00
ราคาส่งออกไก่ทั้งตัวแช่แข็ง	44.25	
ราคาส่งออกไก่ชำแหละแช่แข็ง	64.46	
ราคาขายส่งไก่ชำแหละที่ตลาดกรุงเทพฯ	33.01	

ที่มา: รายงานไก่ชำแหละของฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทยฯ

หมายเหตุ: ต้นทุนการผลิต ยังไม่รวมค่าใช้ที่ดิน ค่าเสียโอกาสการลงทุน และดอกเบี้ยจ่าย

สำหรับต้นทุนการผลิตไก่เนื้อของไทยสำหรับนำมาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปนั้น ในช่วงปี พ.ศ.2537 พบว่าสูงกว่าเงินที่เป็นคู่แข่งอยู่ค่อนข้างมาก โดยอาจแสดงในตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 2.3 เปรียบเทียบต้นทุนการผลิตไก่เนื้อของไทยกับสาธารณประชาชนจีน

รายการ	หน่วย: (บาท/กก.)	
	ไทย	จีน
1. ค่าลูกไก่เนื้อ	3.80	2.16
2. อาหารสัตว์	13.94	10.89
3. เวชภัณฑ์และวัคซีน	1.00	0.48
4. ค่าขนส่งอาหารสัตว์	0.25	0.39
5. ค่าแรงงาน	0.50	0.27
6. ค่าไฟฟ้า น้ำประปา	0.25	0.08
7. อื่น ๆ	0.30	-
รวม	<u>20.04</u>	<u>14.27</u>
รายการ	หน่วย: (บาท/กก.)	
	ไทย	จีน
8. ค่าเสื่อมทรัพย์สิน	1.50	0.06
9. ค่าดอกเบี้ย	1.50	0.06
10. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.40	0.15
11. ค่าขนส่ง	1.00	0.83
รวมต้นทุนทั้งหมด	<u>24.44</u>	<u>14.87</u>
น้ำหนักไก่เนื้อ (กก./ตัว)	1.80	2.22

ที่มา: กลุ่มบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ รายงานในหนังสือพิมพ์ Bangkok Post (พ.ศ.2537)

สำหรับไก่มีชีวิต 1 ตัว น้ำหนัก 1.8 กก. เมื่อนำมาผ่านกระบวนการผลิตจะเหลือน้ำหนักซาก ประมาณ 1.3 กก. โดยส่วนที่จะนำมาผลิตเป็นไก่แปรรูปจะตกประมาณ ร้อยละ 54.5 ของน้ำหนักไก่ชำแหละทั้งตัว โดยชิ้นส่วนสำคัญที่สามารถนำมาผลิตเป็นไก่แปรรูป ได้แก่

- เนื้ออกและเนื้อน่อง (รวมสะโพก)	ร้อยละ 43.0
- สันใน	3.5
- ปีกบน	3.5
- ปีกส่วนกลาง	4.5

ชิ้นส่วนต่างๆ ของไก่เหล่านี้ จะนำไปผ่านกรรมวิธีในการแปรรูป โดยจะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วย ในส่วนของการแปรรูป ดังนี้

ตารางที่ 2.4 สัดส่วนต้นทุนการผลิตไก่แปรรูปปี พ.ศ.2540

ต้นทุนการผลิต	สัดส่วน (%)
วัตถุดิบ	
เนื้อไก่ชำแหละ	60
ส่วนผสมอื่นๆ	13
แรงงาน	11
บรรจุภัณฑ์	5
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	7
ค่าเสื่อมเครื่องจักร	4
รวม	100

ที่มา: - ข้อมูลจากการสอบถามผู้ผลิต

หมายเหตุ: - วัตถุดิบเนื้อไก่ และส่วนผสมอื่นๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าไก่แปรรูปนั้นๆ

ไก่แปรรูปที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว อาจจัดแบ่งประเภทได้เป็น 5 ลักษณะ คือ ต้ม นึ่ง อบ ย่าง และทอด แล้วจึงบรรจุในบรรจุภัณฑ์ขนาดต่างๆ แล้วแต่ตัวของสินค้าหรือการสั่งจากต่างประเทศในบางครั้งเนื้อไก่ที่แปรรูปแล้ว อาจไม่นำไปผ่านกระบวนการเพิ่มความร้อนก็ได้โดยจะส่งออกในรูปแบบของ Uncooked Process Chicken เพื่อให้ผู้บริโภคนำไปประกอบอาหารชั้นสุดท้ายเอง

2.4 โครงสร้างปัจจัยการผลิต (กรณีตัวอย่างโดยการสอบถามโรงงานผลิตไก่แปรรูปรายหนึ่งของไทย)

2.4.1 วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตไก่แปรรูป คือ เนื้อไก่ ซึ่งเป็นเนื้อไก่ที่ผลิตได้ในประเทศไทยทั้งหมด วัตถุดิบอื่นๆอาจเป็น ผัก แป้ง หรือผงปรุงรสอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในประเทศไทยแทบทั้งสิ้น ยกเว้นไก่แปรรูปบางชนิดที่ประเทศผู้สั่งซื้อจะกำหนดส่วนผสมบางชนิดที่ต้องนำเข้าจากประเทศผู้สั่งซื้อนั้นๆ

2.4.2 แรงงาน

แรงงานที่ทำงานในโรงงานไก่แปรรูป เป็นแรงงานไทยเกือบทั้งหมด โดยจะประกอบด้วยแรงงานกึ่งฝีมือ (Semi-skilled) และแรงงานมีฝีมือ (Skilled)

สำหรับทักษะของแรงงานไทย (Labor Skill) ในการแปรรูปเนื้อไก่ มีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น จีน สหรัฐอเมริกา หรือบราซิล จึงทำให้สินค้าของไทย ถึงแม้จะมีราคาค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง แต่ประเทศผู้นำเข้าโดยเฉพาะญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ก็ยังนำเข้าจากไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

2.4.3 เครื่องจักร

ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศประมาณ ร้อยละ 70 และอีกร้อยละ 30 จะเป็นส่วนประกอบของเครื่องจักรใหญ่ หรือเครื่องจักรขนาดเล็กที่ผลิตได้ภายในประเทศ

2.4.4 เทคโนโลยี

เทคโนโลยีการผลิตมักเป็นเทคโนโลยีที่ได้จากต่างประเทศ ถึงร้อยละ 90 โดยมาจากประเทศผู้นำเข้าหลัก คือประเทศญี่ปุ่น

2.4.5 เงินทุน

แหล่งเงินทุนที่ได้มาจะขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ประกอบการ ถ้าหากเป็นบริษัทผู้ประกอบการของชาวไทย เงินทุนส่วนใหญ่จะมาจากในประเทศไทย แต่หากเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศแล้ว เงินทุนในการจัดตั้งจะมาจากในประเทศไทยร้อยละ 51 และจากกลุ่มผู้ร่วมลงทุนจากต่างประเทศร้อยละ 49 ซึ่งเป็นไปตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด

2.4.6 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ไก่แปรรูปที่ไทยส่งออกนั้น อาจแบ่งลักษณะตามชนิดของผลิตภัณฑ์เป็น 2 ประเภท คือ

- ผลิตภัณฑ์แบบตะวันออก เช่น ลูกชิ้นไก่ ขาไก่ย่าง สะเต๊ะไก่ ไก่ทอดกะหล่ำ ไก่คาราเกะ เป็นต้น สินค้าในกลุ่มนี้จะส่งไปจำหน่ายใน ญี่ปุ่น และประเทศเอเชีย อื่นๆ เป็นหลัก
- ผลิตภัณฑ์แบบตะวันตก เช่น เบอร์เกอร์ไก่ ออกไก่ทอด นั้กเก็ตไก่ ออกไก่สอดไส้ชีส เป็นต้น สินค้าในกลุ่มนี้จะส่งไปจำหน่ายในสหภาพยุโรป เป็นหลัก

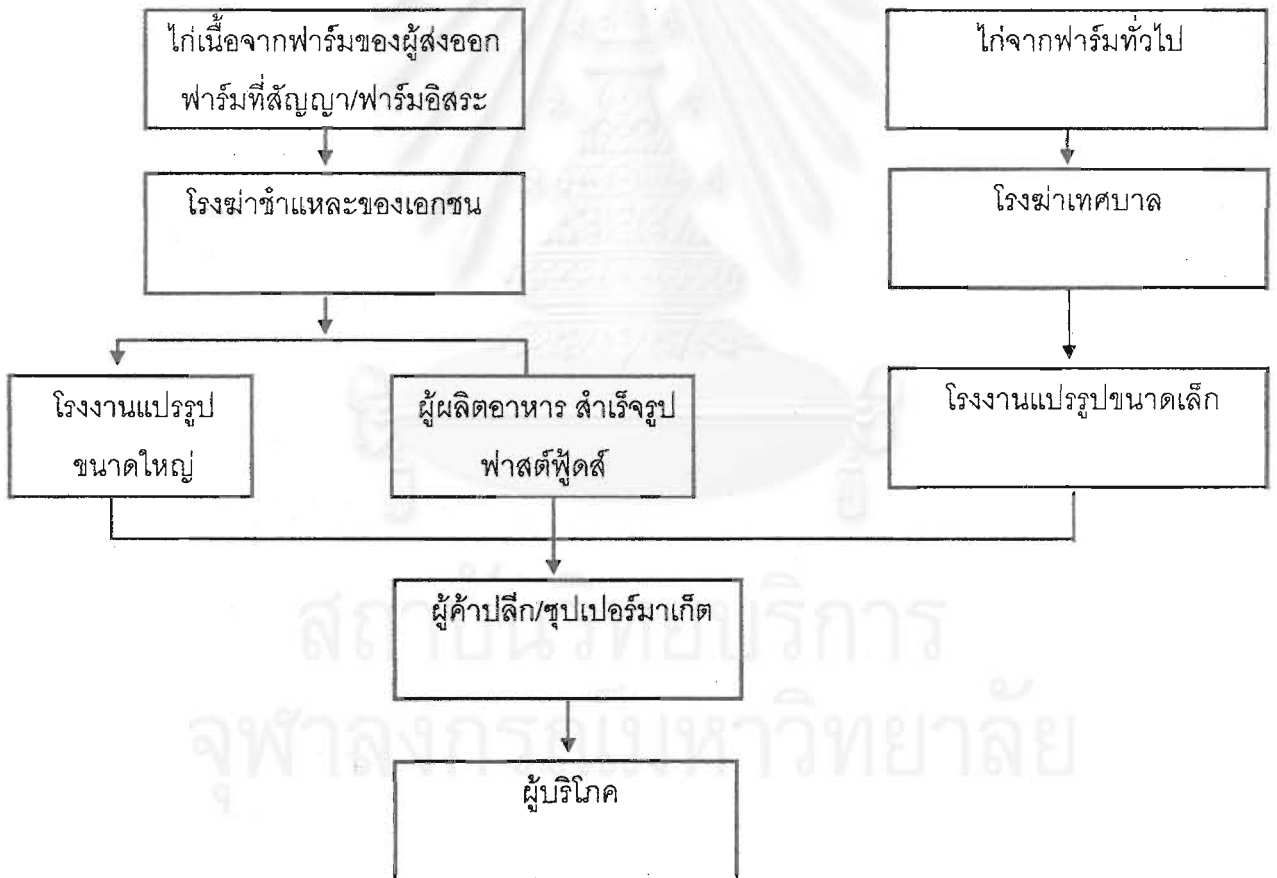
บทที่ 3

โครงสร้างการค้าของไทย

3.1 ตลาดภายในประเทศ

ตลาดไก่แปรรูปในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเป็นการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนที่เป็นผู้ผลิตและที่ เป็นผู้ส่งออกด้วย โดยจำหน่ายทั้งในรูปแบบค้าปลีก ที่วางขายในร้านค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต และจำหน่ายในธุรกิจฟาสต์ฟู้ดส์ไทย ซึ่งขั้นตอนตั้งแต่ออกจากโรงฆ่าชำแหละจนถึงผู้บริโภคเป็นดังนี้

แผนภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการแปรรูปไก่แปรรูปของไทย



สินค้าไก่แปรรูปที่จำหน่ายในประเทศ ประกอบด้วย ลูกชิ้นไก่ ไส้กรอกไก่ กุนเชียงไก่ ไก่คาราเกะ (ซูปแป้งทอด) หรือจำหน่ายในรูปเชิงพาณิชย์กรรม ได้แก่ ไก่แปรรูปผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป/ฟาสต์ฟู้ดส์ เช่น ไก่ทอดของ KFC แมคโดนัลด์ เซลเตอร์กริลล์ และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของศรีไทย

ปัจจุบันการจำหน่ายภายในประเทศทั้งไก่แปรรูปและไก่สดแช่เย็นแช่แข็งมีการขยายตัวขึ้นมาก เนื่องจากผู้บริโภคหันมาบริโภคสินค้าเนื้อไก่มากขึ้นรวมถึงการขยายตัวของธุรกิจฟาสต์ฟู้ดส์ แต่อย่างไรก็ดี การบริโภคและการเติบโตของตลาดภายในจะขึ้นกับปัจจัยสำคัญอีกประการ คือ ภาวะการส่งออก เนื่องจากถ้าในช่วงใดที่การส่งออกมีแนวโน้มดี ผู้ผลิตก็จะพยายามส่งออกมากกว่าที่จะจำหน่ายภายใน เนื่องจากได้ราคาดีกว่าจึงอาจทำให้การจำหน่ายภายในลดน้อยลง

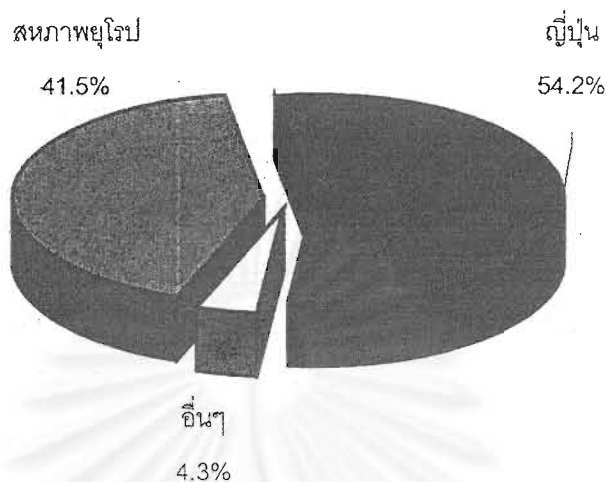
3.2 การส่งออก

ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2537-2541) ไทยส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งได้ลดลงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ชะลอตัว และถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดจากประเทศผู้ผลิตรายอื่นๆ เช่น จีน บราซิล ในตลาดที่สำคัญ ขณะเดียวกันไก่แปรรูปของไทยมีการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากผู้ประกอบการหันมาผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นเพื่อชดเชยตลาดไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ที่สูญเสียไปบางส่วน

ตลาดส่งออกไก่แปรรูปที่สำคัญของไทย คือ ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป รองลงมาจะเป็นตลาดส่งออกเล็กๆ เช่น ฮองกง พม่า และสิงคโปร์ เป็นต้น (แผนภาพที่ 3.2 และตารางที่ 3.1)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 3.2 ตลาดส่งออกของไก่แปรรูปของไทย ปี พ.ศ.2541



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางที่ 3.1 การส่งออกไก่แปรรูป (HS 1602.390-007) ในตลาดที่สำคัญในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา

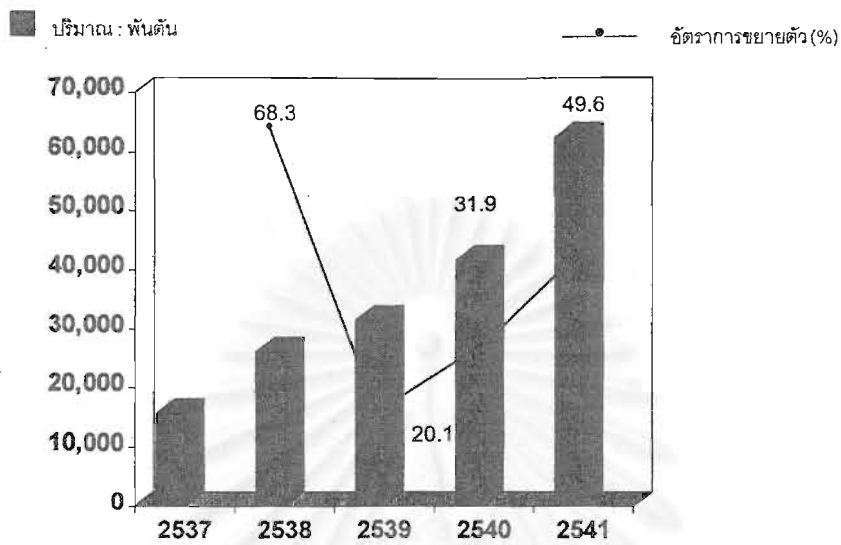
	ปริมาณ (ตัน)					สัดส่วนการส่งออก (%)				
	2537	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
การส่งออกรวม	15,614	26,275	31,555	41,644	62,336	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ญี่ปุ่น	15,376	24,238	28,060	31,258	34,937	98.4	92.2	88.9	75.1	56.0
2. สหภาพยุโรป	176	1,836	3,338	9,826	24,276	1.1	6.9	10.6	23.6	38.9
3. ประเทศอื่นๆ	62	201	157	560	3,123	0.5	0.9	0.5	1.3	5.1

	มูลค่า (ล้านบาท)					สัดส่วนการส่งออก (%)				
	2537	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
การส่งออกรวม	1,849.7	3,087.7	3,371.6	4,950.9	8,654.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ญี่ปุ่น	1,821.7	2,849.3	2,977.3	3,584.6	4,693.7	98.4	92.2	88.3	72.4	54.2
2. สหภาพยุโรป	19.2	218.8	374.8	1,301.4	3,594.4	1.0	7.1	1.1	26.3	41.5
3. ประเทศอื่นๆ	8.8	19.6	19.5	64.9	336.8	0.6	0.7	0.6	1.3	4.3

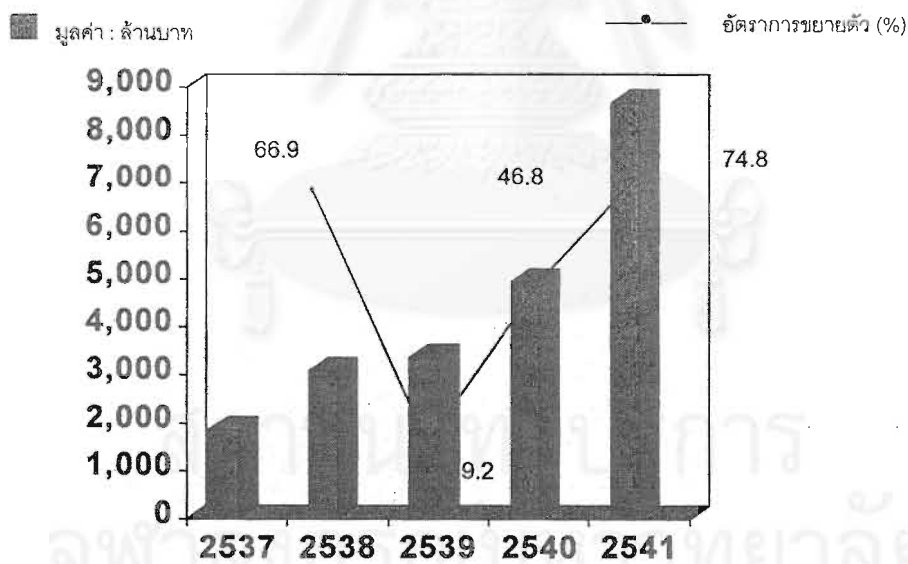
หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

แผนภาพที่ 3.3 ปริมาณและอัตราการขยายตัวการส่งออกไก่แปรรูปของไทยในช่วงปี พ.ศ.2537-2541

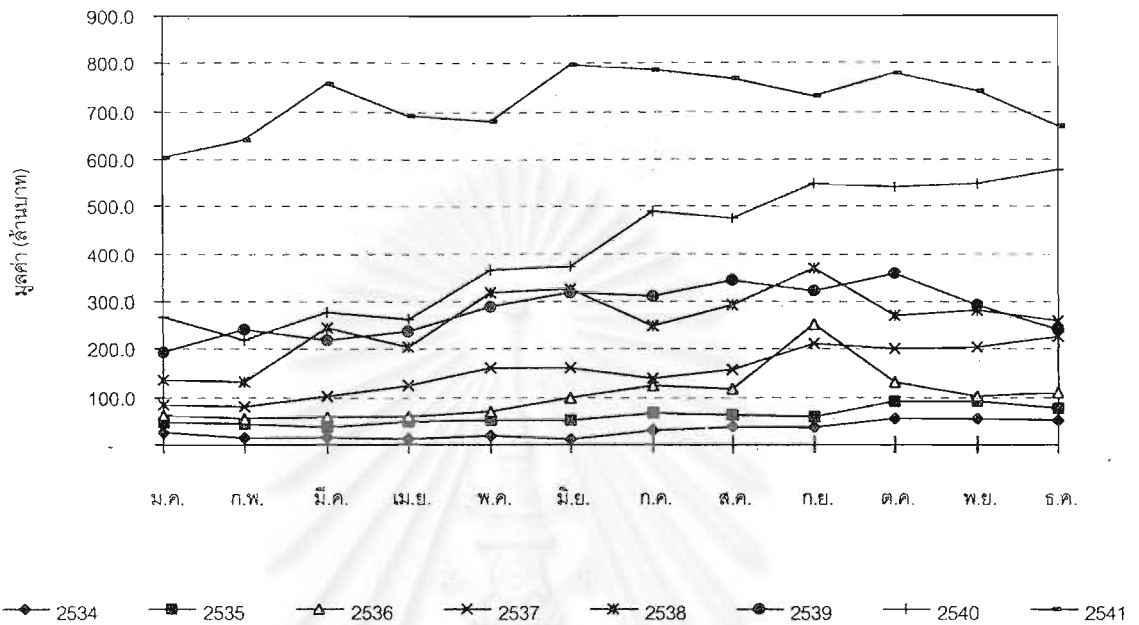


แผนภาพที่ 3.4 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการส่งออกไก่แปรรูปของไทยในช่วงปี พ.ศ.2537-2541



สำหรับแนวโน้มการส่งออกรายเดือนของไทย จะมีการส่งออกมากในช่วงเดือน กันยายน-พฤศจิกายน ของทุกปี เนื่องจากเป็นช่วงที่ใกล้เทศกาลสิ้นปี ผู้บริโภคในประเทศผู้นำเข้าจะมีความต้องการสินค้าอาหารค่อนข้างมาก (แผนภาพที่ 3.5 และตารางสถิติที่ 3.1)

แผนภาพที่ 3.5 มูลค่าการส่งออกไก่แปรรูปรายเดือนในช่วงปี พ.ศ.2534-2541

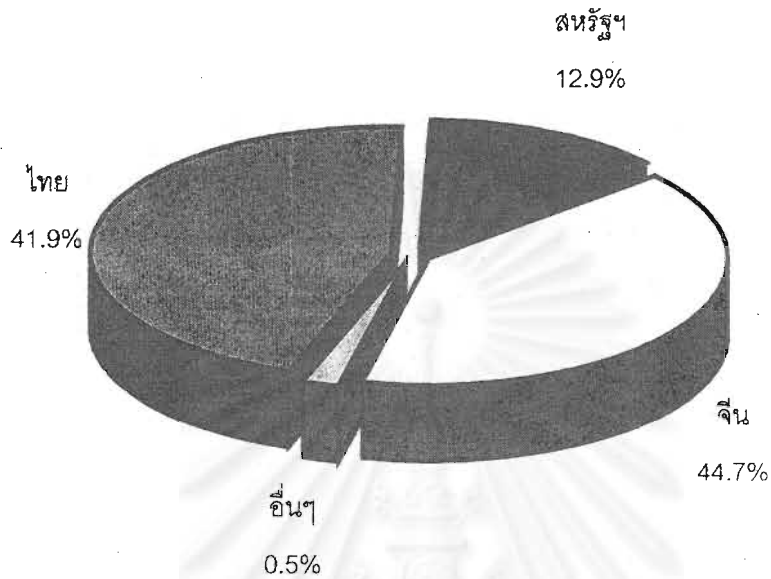


3.3 ตลาดส่งออก

3.3.1 ญี่ปุ่น

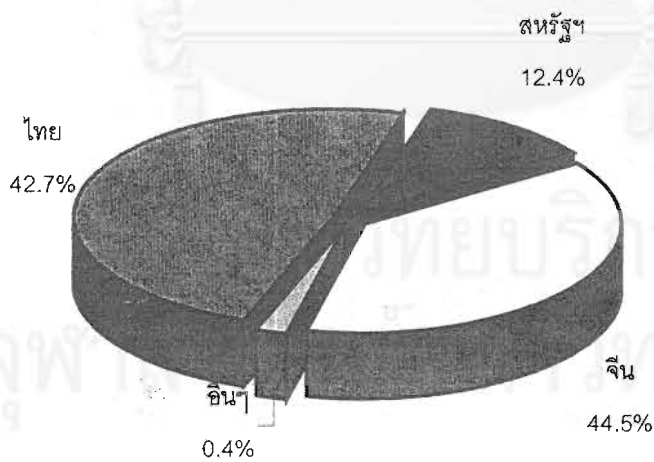
การนำเข้าไก่แปรรูปของญี่ปุ่นในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ.2537-2541) ญี่ปุ่นนำเข้าไก่แปรรูปจากแหล่งผลิตที่สำคัญ 3 ประเทศ คือ ไทย จีน และสหรัฐอเมริกา โดยมีข้อที่น่าสังเกตว่า แม้ว่าไทยจะส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นได้เพิ่มขึ้นทุกปี แต่จีนซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญนั้นมีการขยายตัวทางด้านการส่งออกด้วยอัตราที่สูงมาก ซึ่งจะเห็นได้จากในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ.2536-2539 ซึ่งการส่งออกของจีนเพิ่มจาก 1,978 ตัน ขึ้นเป็น 23,791 ตัน หรือประมาณ 11 เท่าตัว แตกต่างกับไทยที่อัตราการขยายตัว มีแค่ประมาณ 1.6 เท่าตัวในช่วงเวลาเดียวกันและในปี พ.ศ.2540 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2539 อัตราการขยายตัวของจีนก็ยังคงสูงอยู่ คือ มากกว่าร้อยละ 30 (แผนภาพที่ 3.6, 3.7 และตารางสถิติที่ 3.2)

แผนภาพที่ 3.6 สัดส่วนการนำเข้าไก่แปรรูปด้านปริมาณของญี่ปุ่นปี พ.ศ.2541



ที่มา: Japan Tariff Association

แผนภาพที่ 3.7 สัดส่วนการนำเข้าไก่แปรรูปด้านมูลค่าของญี่ปุ่นปี พ.ศ.2541



ที่มา: Japan Tariff Association

เป็นที่น่าสังเกตว่าส่วนแบ่งตลาดด้านมูลค่าของไทยในตลาดญี่ปุ่น จะสูงกว่าส่วนแบ่งตลาดด้านปริมาณ ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของจีนจะมีลักษณะตรงกันข้ามแสดงให้เห็นว่าสินค้าที่จีนส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นนั้น มีราคาต่ำกว่าไทย ซึ่งการที่สินค้ามีความแตกต่างกันบางส่วนและจำหน่ายให้กับผู้ซื้อในตลาดที่แตกต่างกันจะส่งผลดีในการช่วยลดการแข่งขันลงบ้าง สินค้าไก่แปรรูปที่ญี่ปุ่นนำเข้าจากไทยจะเป็นประเภท ไก่คาราเกะ ขาไก่ย่าง ไก่ห่อกะหล่ำ เป็นต้น

สำหรับในปี พ.ศ.2541 นั้น ญี่ปุ่นมีปริมาณและมูลค่านำเข้าไก่แปรรูปเพิ่มขึ้นจากในปี พ.ศ.2539 ร้อยละ 19.8 และ 9.7 ตามลำดับ โดยประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญนอกจากไทยคือ จีน และสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 3.2 การนำเข้าไก่แปรรูปของญี่ปุ่นในปี พ.ศ.2541 (ม.ค.-ธ.ค.)

	ปริมาณ (ตัน)			มูลค่า (ล้านเยน)			ส่วนแบ่งตลาด	
	2540	2541 (ม.ค.-ธ.ค.)	% การ เปลี่ยน แปลง	2540	2541 (ม.ค.-ธ.ค.)	% การ เปลี่ยน แปลง	2540	2541 (ม.ค.-ธ.ค.)
นำเข้ารวม	77,789	57,586	21.1	34,824	26,856	23.8	100.0	100.0
1. จีน	31,362	25,755	34.5	13,456	11,955	41.6	38.6	44.5
2. ไทย	35,293	24,175	11.0	17,077	11,469	6.4	49.0	42.7
3. สหรัฐฯ	9,890	7,418	28.2	3,828	3,335	6.4	11.0	12.4
4. อื่น ๆ	1,244	238	-71.2	463	97	-64.2	1.4	0.4

ที่มา: Japan Tariff Association

จากข้อมูลในตารางที่ 3.2 การนำเข้าของญี่ปุ่นในปี พ.ศ.2541 (ม.ค.-ธ.ค.) จะเห็นได้ว่า การนำเข้าจากไทยมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนประมาณร้อยละ 11 และมูลค่าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 6.4 แต่ส่วนแบ่งตลาดลดลงขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของจีนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้อาจมีสาเหตุจากในระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการลงทุนของบริษัทต่างชาติในจีนมากขึ้น ทั้งบริษัทจากญี่ปุ่นเองรวมถึง บริษัทจากไทย จึงทำให้การส่งออกสินค้าไก่แปรรูปจากจีนไปญี่ปุ่นมีปริมาณและมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าจีนจะมีอัตราการขยายตัวสูง แต่ไทยก็ยังมีรายได้เปรียบในหลายด้านเช่น ความเชี่ยวชาญทั้งด้านแรงงานและเครื่องจักรของจีนยังสู้ไทยไม่ได้ จึงทำให้ต้องขายในราคาที่ต่ำกว่าไทยและต้องขายเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น ไก่ย่าง (Yakitori) จีนจะขายต่ำกว่าไทยประมาณ 500-1,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการในญี่ปุ่นเห็นว่าจีนมีสภาพไม่มั่นคง ตัวเลขปริมาณการผลิตไม่ชัดเจนซึ่งในบางครั้งก็ไม่เพียงพอกับการบริโภคภายใน แต่ที่ต้องส่งออกมากเนื่องจากต้องการเงินตราต่างประเทศและเป็นผลจากการส่งเสริมการลงทุนซึ่งต้องมีการส่งออก จึงมีความไม่แน่นอนที่จีนอาจเกิดการลดปริมาณการผลิตลงอย่างกระทันหัน ซึ่งจะกระทบกับการบริโภคของญี่ปุ่นได้

สำหรับไก่แปรรูปของสหรัฐอเมริกาที่ส่งไปญี่ปุ่น ส่วนใหญ่จะใช้ในเชิงพาณิชย์สำหรับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด หรือภัตตาคารที่เป็น Chain มากกว่าที่จะเป็นแบบ Consumer Product เหมือนกับที่ไทยส่งออก ดังนั้นในตลาดญี่ปุ่นประเทศไทยน่าจะมีศักยภาพดีที่สุด ถึงแม้จะผลิตเนื้อไก่ได้เพียงปีละ 800,000 ตัน แต่มีปริมาณสินค้าที่ส่งออกได้อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งคุณภาพและฝีมือการผลิตของไทยเหนือกว่าคู่แข่งชั้น สามารถผลิตเนื้อไก่แปรรูปได้หลากหลายตามความต้องการของตลาดซึ่งคู่แข่งชั้นยังตามไม่ทัน

3.3.2 สหภาพยุโรป

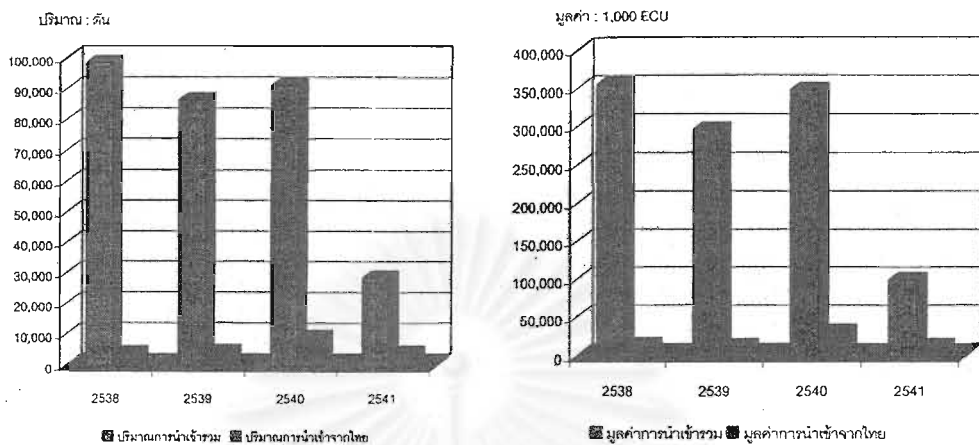
สหภาพยุโรป เริ่มนำเข้าเนื้อไก่จากไทยมากขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 และโดยเฉพาะในปี พ.ศ.2539 ที่เกิดโรคหวัดน้ำขึ้น ทำให้ประชาชนหันมาบริโภคเนื้อไก่มากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะมากขึ้นเรื่อยๆ การบริโภคเนื้อไก่ของสหภาพยุโรปในปี พ.ศ.2540 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2539 ร้อยละ 6.7 จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สหภาพยุโรปนำเข้าเนื้อไก่ทั้งไก่สดแช่แข็งและไก่แปรรูปจากประเทศนอกสหภาพยุโรปมากขึ้น โดยแหล่งนำเข้ารายใหญ่ของสหภาพยุโรป คือ บราซิล จีน ฮังการี และไทย (ตารางที่ 3.3 และแผนภาพที่ 3.8)

ตารางที่ 3.3 การนำเข้าไก่แปรรูปของสหภาพยุโรป

	2539		2540		2541 (มค.-สค.)	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (1,000 ECU)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (1,000 ECU)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (1,000 ECU)
นำเข้ารวม	86,364	294,987	91,101	346,795	28,588	99,316
นำเข้าจากไทย	4,650	13,720	9,200	31,835	4,226	14,103
สัดส่วน (ร้อยละ)	5.4	4.7	10.1	9.2	14.7	14.

ที่มา: สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงบรัสเซลส์

แผนภาพที่ 3.8 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเนื้อไก่แปรรูปจากไทยของสหภาพยุโรป



ที่มา: สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงบรัสเซลส์

นอกจากนี้เนื้อไก่จากไทยยังมีดีเนื้อและหนังเป็นที่ต้องการตามความนิยมของผู้บริโภคเนื่องจากสามารถกำหนดน้ำหนักในแต่ละชิ้นได้แน่นอน เหมาะสำหรับใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นอาหารสำเร็จรูป ซึ่งนับว่าเป็นคุณสมบัติพิเศษของไก่ไทย และเป็นที่ต้องการในตลาดสหภาพยุโรป ประกอบกับการที่ประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยถูกระงับการนำเข้าเนื้อสัตว์ปีกตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2539 เป็นต้นมา เนื่องจากปัญหาการตรวจไม่ผ่านโรค New Castle ที่เกิดขึ้นในจีนและปัญหาการออก Certificate ที่ไม่ถูกต้อง โดยคำสั่งนี้ยังมีผลบังคับใช้อยู่ต่อไปจนกว่าจีนจะปฏิบัติให้ถูกต้องตามระเบียบของสหภาพยุโรป นอกจากนี้สหภาพยุโรปได้อนุญาตให้มีการนำเข้าเนื้อไก่สดจากไทยได้ทุกประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรป ซึ่งมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2540 เป็นต้นมา ดังนั้น จึงเป็นผลให้ในปี พ.ศ.2540 นี้ ประเทศไทยจะสามารถส่งไก่แปรรูปมายังสหภาพยุโรปได้มากกว่า 9,000 ตัน โดยสินค้าไก่แปรรูปที่ไทยส่งออกไปยังสหภาพยุโรป ได้แก่ ออกไก่อบ-ย่าง ลูกเต๋าไก่ เบอร์เกอร์ไก่ เป็นต้น

3.4 แนวโน้มการส่งออก

การส่งออกไก่แปรรูปของไทยยังมีแนวโน้มแจ่มใส เนื่องจากอุปสงค์ของตลาดยังมีอยู่สูงทั้งในญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป โอกาสที่จะขยายตลาดยังมีอีกมาก เนื่องจากผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยยังมีความได้เปรียบเงินซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญ ในการผลิตสินค้าเกรด A เพราะไทยมีความชำนาญด้านการผลิตมากกว่า

บทที่ 4

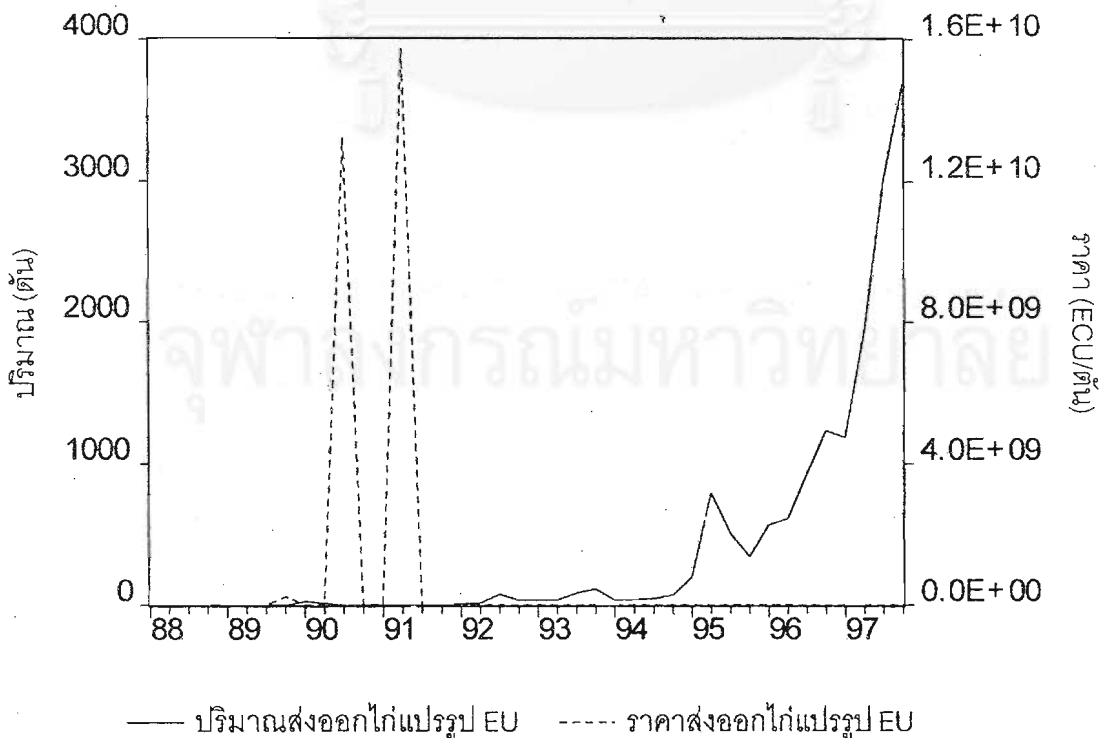
ผลการประมาณการ และการพยากรณ์

4.1 สถิติเบื้องต้น

ตลาดสหภาพยุโรป

การส่งออกไก่แปรรูปของไทยไปยังสหภาพยุโรป ซึ่งโดยมากเป็นส่วนของ White Meat มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา ส่วนหนึ่งเกิดจากการพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งมีการแข่งขันอย่างสูงจากประเทศจีนและบราซิลราคาส่งออกไก่แปรรูปของตลาดสหภาพยุโรปราคาค่อนข้างทรงตัว (แผนภาพที่ 4.1) นอกจากนั้นราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศ ค่อนข้างเสียเปรียบในช่วงปี พ.ศ.2535-2537 เนื่องจากประเทศจีนปรับลดค่าเงินหยวนในปี พ.ศ.2537 จากนั้นไทยเริ่มได้เปรียบทางด้านราคาจากประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังลดค่าเงินบาท (แผนภาพที่ 4.3) อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปของประเทศไทยหลังเดือนตุลาคม พ.ศ. 2539 ไม่สามารถส่งเข้าประเทศสหภาพยุโรปได้เนื่องจากถูกมาตรการกีดกันทางด้านคุณภาพจากสหภาพยุโรปและเป็นผลทำให้การส่งออกของไทยสูงขึ้นอย่างมาก

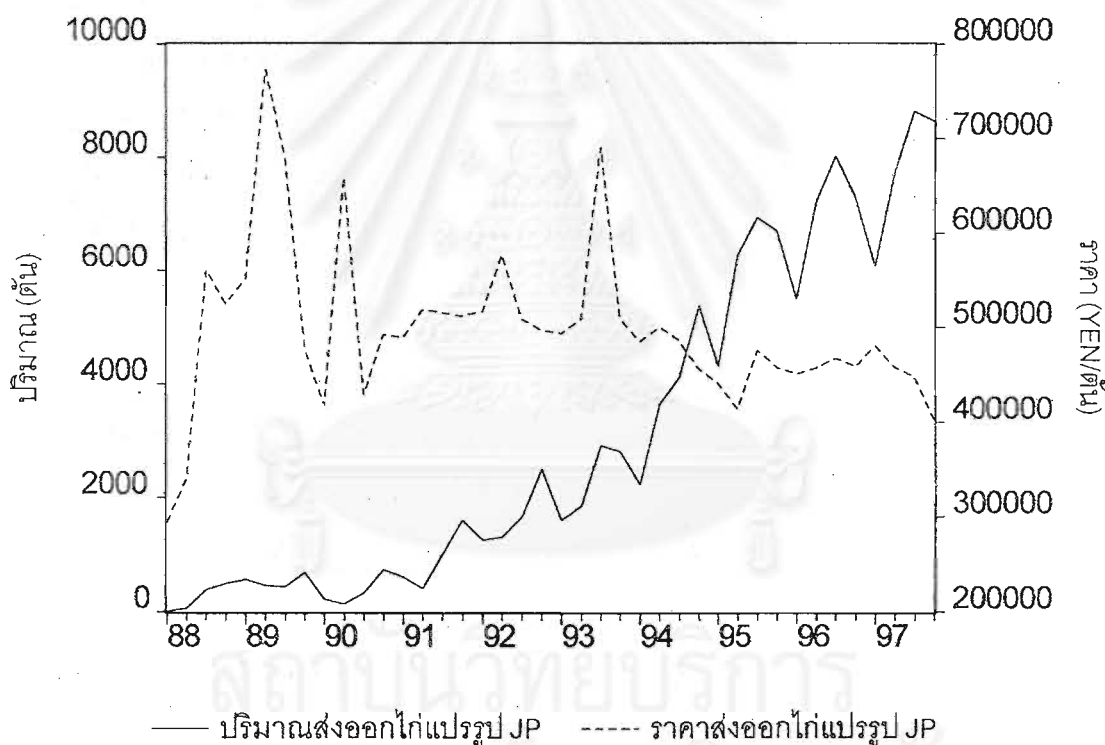
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาไก่แปรรูปของไทยในตลาดสหภาพยุโรป



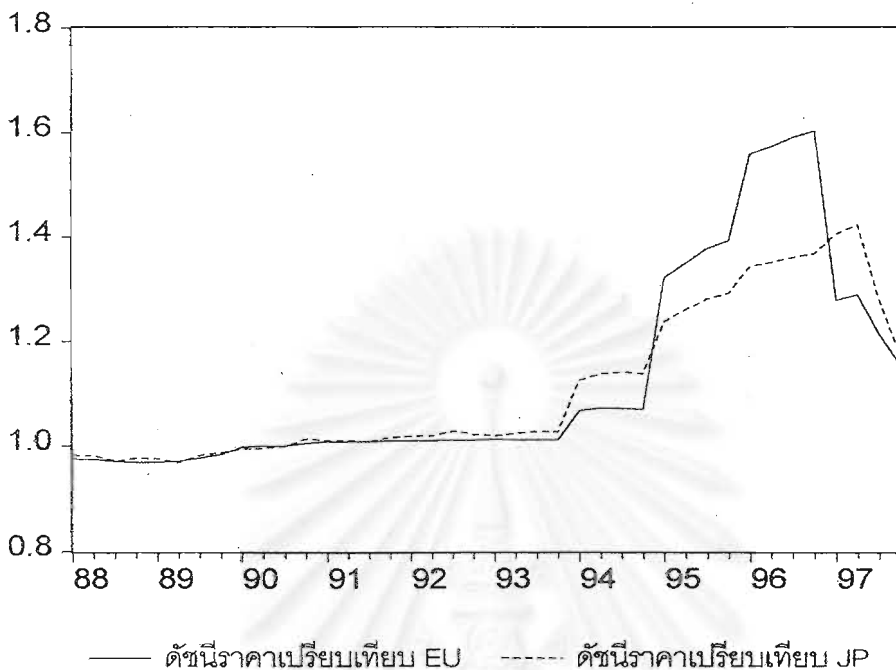
ตลาดญี่ปุ่น

การส่งออกไก่แปรรูปของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นซึ่งส่วนมากเป็น Dark Meat มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (แผนภาพที่ 4.2) การแข่งขันอย่างสูงกับประเทศจีนในการส่งออกไก่สดแช่แข็ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังจากปี พ.ศ.2537 ซึ่งจีนประกาศลดค่าเงินหยวน ทำให้ราคาเปรียบเทียบของการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยเสียเปรียบจำเป็นต้องเร่งพัฒนาไก่แปรรูป ระดับราคาในรูปเงินเยนของไก่แปรรูปในช่วงก่อนค่าเงินบาทลอยตัวค่อนข้างทรงตัวและลดลงประมาณ 20-30% ภายหลังจากลดค่าเงินบาท (แผนภาพที่ 4.3)

แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาไก่แปรรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น



แผนภาพที่ 4.3 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่แปรรูปของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ



4.2 ผลการประมาณการ

ตลาดสหภาพยุโรป

จากการประมาณการอุปสงค์ของไก่แปรรูปในตลาดสหภาพยุโรปต่อสินค้าของประเทศไทยพบว่า ระดับราคาไก่แปรรูปมีอิทธิพลทางด้านลบต่ออุปสงค์ทางการส่งออก แต่ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสินค้าไก่แปรรูปเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแตกต่าง (Differentiated Product) มีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น ทำให้ความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำกว่าสินค้าขั้นต้นที่ยังไม่มีการแปรรูป นอกจากนี้พบว่าอุปสงค์ของไก่แปรรูปของตลาดสหภาพยุโรปต่อสินค้าจากประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางด้านลบอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาและจีน เป็นต้น

นอกจากนี้พบว่า อุปสงค์การส่งออกไก่แปรรูปขึ้นอยู่กับตัวแปรแนวโน้มเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มที่ดีขึ้นของการส่งออกไก่แปรรูป อันเนื่องมาจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแสวงหาตลาดใหม่ๆ ในส่วนของตัวแปรฤดูกาลนั้นไม่มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์การส่งออกสินค้าไก่แปรรูปของไทย

นอกจากนั้น การที่ประเทศอื่นถูกกีดกันการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป เนื่องจากปัญหา ด้านคุณภาพมีผลทางด้านบวกแก่การส่งออกของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรป แต่ความสัมพันธ์ ดังกล่าวยังไม่มีความสำคัญทางสถิติ

ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการส่งออกได้ 83% Adjusted $R^2 = 0.829$

ตลาดญี่ปุ่น

จากการประมาณการอุปสงค์ของญี่ปุ่นต่อไก่แปรรูปของไทยพบว่า ระดับราคาและระดับ ราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศคู่แข่งไม่มีความสำคัญทางสถิติต่อระดับอุปสงค์ ทั้งนี้อาจเนื่อง จากไก่แปรรูปเป็นสินค้าที่เป็น Differentiated Product และในบางกรณีมีการลงทุนโดยตรงจากผู้ นำเข้าประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย ทำให้ปัจจัยด้านราคามีส่วนกำหนดอุปสงค์การส่งออกต่ำลง

นอกจากนั้นพบว่าตัวแปรแนวโน้มเวลาีผลต่อการส่งออกของไทยในทิศทางเพิ่มขึ้น แสดง ถึงการพัฒนาคุณภาพประเภทของผลิตภัณฑ์และการเจาะตลาดใหม่ๆ และการพัฒนาการส่งออก ในอนาคต

การส่งออกยังขึ้นอยู่กับฤดูกาล โดยการส่งออกสูงสุดอยู่ในไตรมาสที่ 4, 3, 1 และ 2 ตาม ลำดับ ซึ่งแสดงว่าอุปสงค์การบริโภคไก่แปรรูปจะมีสูงในช่วงเทศกาลปีใหม่

ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายพฤติกรรมของอุปสงค์ได้ประมาณ 92% (Adjusted $R^2 = 0.92$)

หมายเหตุ: ตัวแปรรายได้ไม่ได้รวมอยู่ในตัวแปรอิสระ เนื่องจากต้องการขจัดปัญหา Multicollinearity

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกไก่แปรรูปในตลาดต่างๆ

ตลาดสหภาพยุโรป			ตลาดญี่ปุ่น		
2535:1-2540:4			2532:1-2540:4		
ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat
ค่าคงที่	8.255	1.078	ค่าคงที่	9.192	1.523
LOG(ระดับราคา)	-0.784	-0.843	LOG(ระดับราคา)	-0.230	-0.499
LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	3.144	1.544	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	-0.033	-0.013
แนวโน้ม	0.124	1.718	แนวโน้ม	0.118	3.384
ไตรมาส 1	-0.156	-0.416	ไตรมาส 1	-0.401	-3.124
ไตรมาส 2	0.169	0.382	ไตรมาส 2	-0.431	-2.851
ไตรมาส 3	0.399	1.036	ไตรมาส 3	-0.200	-1.481
96Q4	0.844	1.225	95Q6	-0.446	-1.286
AR(1)	0.237	0.832	AR(1)	0.598	3.676
Adjusted R-squared	0.829		Adjusted R-squared	0.921	
Durbin-Watson stat	1.912		Durbin-Watson stat	1.648	
F-statistic	13.129		F-statistic	49.257	

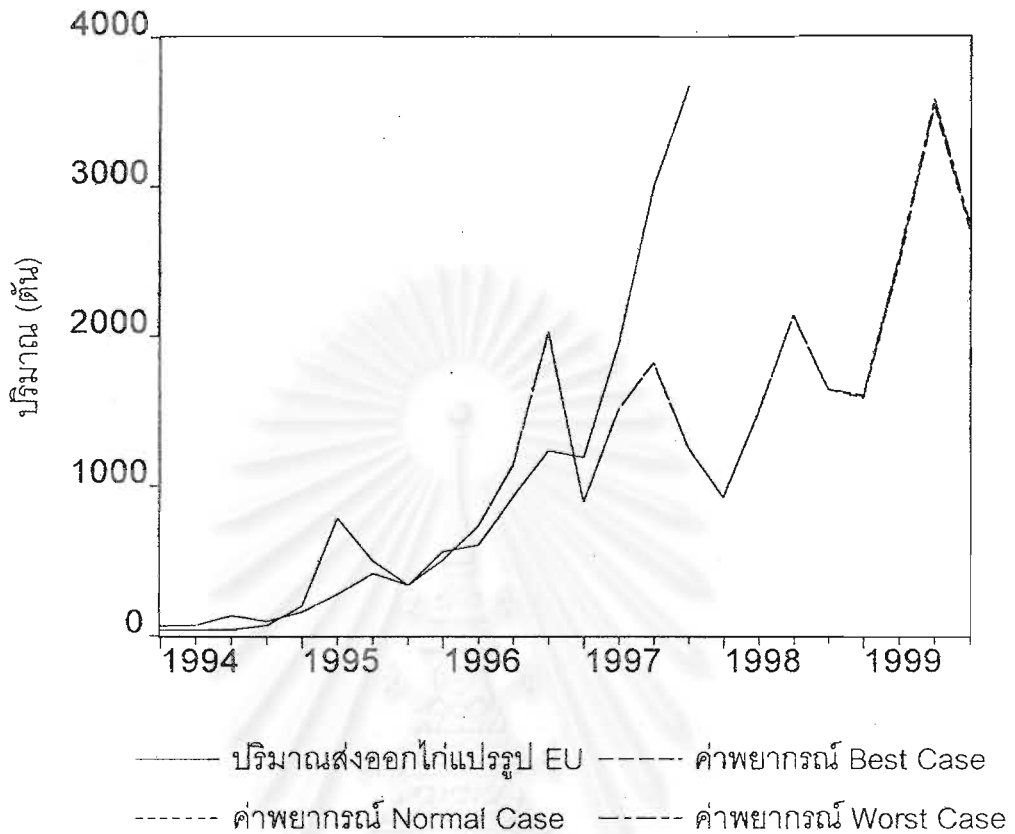
4.3 การพยากรณ์

ตลาดสหภาพยุโรป

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกไก่แปรรูปไปยังตลาดสหภาพยุโรปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกมีประมาณ 10,403 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 68%

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 4.4 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกไก่แปรรูปในตลาดสหภาพยุโรป

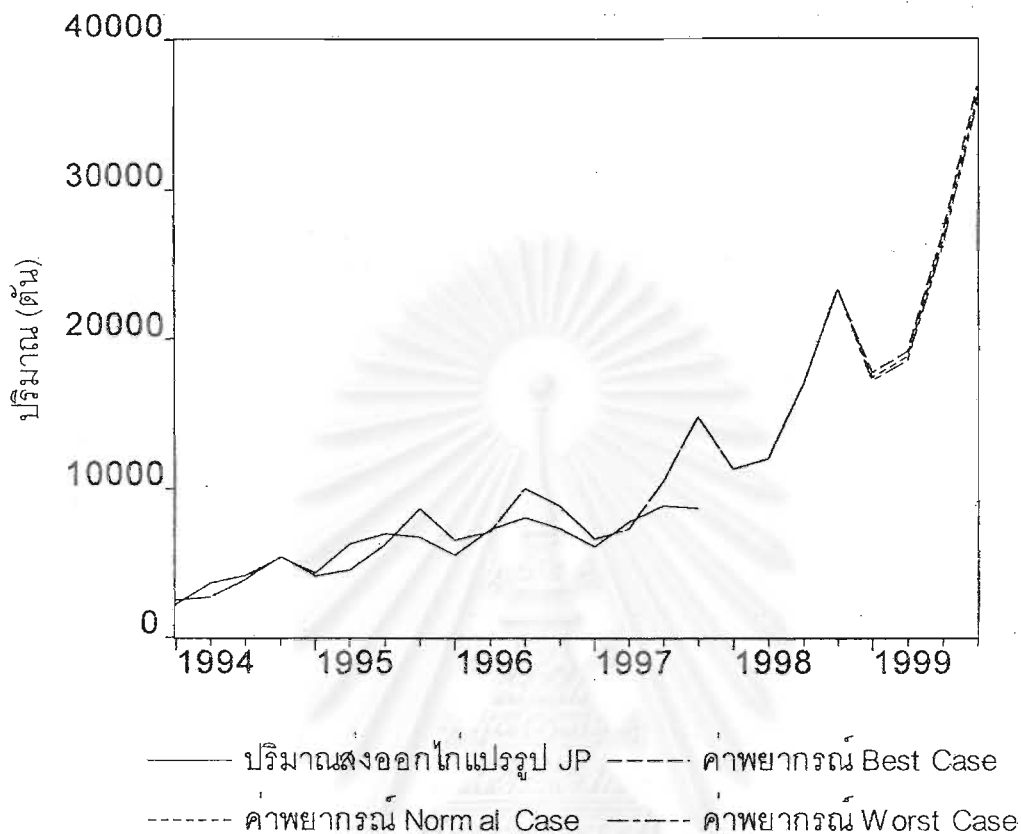


ตลาดญี่ปุ่น

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกไก่แปรรูปไปยังตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลง กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 63,451 ตัน ในปี พ.ศ.2541 และประมาณ 98,843 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 62.7 % ในปี พ.ศ.2541 และ 55.8 % ในปี พ.ศ.2542

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 4.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกไก่แปรรูปในตลาดญี่ปุ่น



โดยสรุปการศึกษาพบว่า การส่งออกไก่แปรรูปของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรปและตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่ผ่านมาและในอนาคตถึงแม้ว่าปัจจัยด้านราคาจะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกไก่แปรรูปของไทย แต่จากการพยากรณ์การอ่อนตัวทางด้านราคา จะมีส่วนช่วยที่สำคัญต่อการส่งออกของไทยในปี พ.ศ. 2542. นอกจากนี้พบว่า การส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นยังขึ้นกับปัจจัยด้านฤดูกาล โดยจะส่งออกได้สูงในไตรมาสที่ 4

บทที่ 5

กฎระเบียบ/มาตรการทางการค้า

5.1 ญี่ปุ่น

5.1.1 มาตรการภาษี

ญี่ปุ่นซึ่งเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทย อนุญาตให้นำเข้าเนื้อไก่แช่เย็นแช่แข็งและไก่แปรรูปได้อย่างเสรี โดยเก็บภาษีเนื้อไก่แปรรูปดังนี้

	<u>อัตราภาษีที่ผูกพันตาม WTO</u>	<u>อัตราภาษีที่เก็บจริง</u>
ไก่แปรรูป HS 160232290	8.7%	6.0%

5.1.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

การนำเข้าเนื้อไก่แปรรูป จะต้องมียกเอกสารการรับรองการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าโดยหน่วยงานของรัฐบาลหรือสถาบันที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาลญี่ปุ่นควบคู่กับเอกสารการส่งออก เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคตาม Domestic Animal Infections Diseases Control Law และจะต้องมีใบรับรองการตรวจคุณภาพด้านสุขอนามัยภายใต้ “Food Sanitation Law”

5.2 สหภาพยุโรป

5.2.1 มาตรการภาษี

ตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดเสรีสินค้าเนื้อไก่แปรรูป ภายใต้พิกัด 1602.32 และ 1602.39 แต่จะใช้มาตรการภาษีโดยการกำหนดราคาขั้นต่ำของแต่ละสินค้าซึ่งราคาขั้นต่ำนี้ก็จะไม่เท่ากันในแต่ละประเทศ โดยในขณะนี้สหภาพยุโรปกำหนดราคาอ้างอิงของทั้ง 2 รหัสที่ 280.6 อีซียู/100 กก. และอัตรา ภาษีนำเข้าที่ 2 อีซียู/100 กก. สำหรับเงินที่เป็นคู่แข่งของไทยถูกกำหนดราคาอ้างอิงที่ 221.6 อีซียู/100 กก. สำหรับการนำเข้าไปจำหน่ายในสหภาพยุโรป

5.2.2 มาตรการที่มีใช้ภายใน

มาตรการด้านสุขอนามัย สหภาพยุโรปกำหนดให้การนำเข้าเนื้อไก่แปรรูปและเนื้อไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง จะต้องมีการรับรองการตรวจสอบคุณภาพสินค้าจากหน่วยงานของรัฐบาลไทยที่สหภาพยุโรปให้ความเห็นชอบ (รวมถึงระดับการกำหนดสารตกค้างในสินค้าที่สหภาพยุโรปเป็นผู้กำหนด) และจะต้องมีใบกำกับสินค้าและมีการตรวจสอบสินค้า ณ เขตแดนของสหภาพยุโรป โดยวิธีการตรวจสอบแบบสุ่มตัวอย่าง ในปัจจุบันสหภาพยุโรปยอมรับในผลิตภัณฑ์เนื้อไก่แปรรูปของไทยมากขึ้น โดยอนุญาตให้โรงงานของไทยจำนวน 31 แห่ง สามารถส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรปได้ทุกประเทศ (รายละเอียดตามภาคผนวก จ)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

ปัญหาด้านการผลิตและส่งออกไก่แปรรูปของไทย

6.1 ด้านการผลิต

ปัญหาด้านการผลิตของผู้ประกอบการไทยก็คือ เรื่องของต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นมาก โดยเฉพาะในเรื่องของต้นทุนค่าอาหารสัตว์ การจัดเก็บค่าบริการสาธารณูปโภคที่ยังสูงอยู่ และยังคงรวมไปถึงปัญหาด้านค่าจ้างแรงงานอีกด้วย ในส่วนของต้นทุนอาหารสัตว์นั้น ขณะนี้ต้นทุนค่าอาหารสัตว์ที่ใช้เลี้ยงไก่เนื้อมีราคาสูงขึ้น ดังจะเห็นได้จากข้อมูลราคาอาหารไก่เนื้อในช่วงปี พ.ศ.2537-2539

ราคาขายส่งอาหารไก่เนื้อ

บาท/ถุง (30 กก.)

	ราคา		%การ	ราคา	%การ
	2537	2538	เปลี่ยนแปลง		2539
1. อาหารไก่เนื้อ	223.2	245.0	9.8	272.0	11.0
2. อาหารไก่รุ่นเนื้อ	274.5	274.5	0.0	393.0	43.2

ที่มา: กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่า ราคาอาหารสัตว์มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในขณะที่ราคาขายของสินค้าไก่แปรรูป (ราคาเฉลี่ยต่อตัน) ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาลบลบอยู่ในลักษณะที่ค่อนข้างทรงตัว ปัญหาอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตจะเป็นในส่วนของค่าสาธารณูปโภค โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหาร ต้องใช้น้ำที่สะอาด ราคาค่อนข้างแพง นอกจากนี้ค่าไฟฟ้าที่เปลี่ยนระบบการเก็บ ยังเป็นอัตราที่สูงอยู่ ต้นทุนการผลิตโดยรวมจึงสูงตามไปด้วย

ในส่วนของแรงงานนั้น ปัจจุบันผู้ประกอบการ ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือในภาคการผลิต รวมถึงแรงงานในระดับการจัดการอีกด้วย

6.2 การส่งออก/การแข่งขัน

ไทยประสบปัญหาการแข่งขันกับจีนที่เป็นคู่แข่งรายสำคัญในตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากจีนมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทย จึงสามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าสินค้าจากไทย ดังจะเห็นได้จากสินค้าในตลาดล่างบางชนิด ซึ่งส่วนใหญ่ต้องใช้แรงงานมากในการผลิต เช่น ไก่ห่อกะหล่ำปลี ไก่เสียบไม้ย่าง (ยากิทอริ) ได้มีการย้ายฐานการผลิตจากผู้ประกอบการไทยและผู้ผลิตบางรายจากประเทศญี่ปุ่น ไปลงทุนผลิตในจีน เพื่อผลิตและส่งออกไปยังญี่ปุ่น จึงทำให้ไทยสูญเสียส่วนแบ่งในตลาดรองไปเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีข้อได้เปรียบจีนในแง่ของสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายในตลาดสินค้าเกรด A เนื่องจากไทยเป็นผู้ผลิตที่มีความชำนาญด้านเทคโนโลยี รวมไปถึงมีความเข้าใจในรสนิยมของผู้บริโภคญี่ปุ่นเป็นอย่างดี จึงทำให้สินค้าในระดับ Premium ของไทยยังสามารถครองตลาดเป็นอันดับหนึ่งได้

นอกจากนี้ยังมีปัญหาอีกประการหนึ่ง คือ ถึงแม้ว่าสินค้าส่วนใหญ่ที่ส่งจากไทยไปต่างประเทศ ในปัจจุบันจะเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับจากประเทศต่าง ๆ แต่ในส่วนของสินค้าอาหารนั้น ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน คือ มาตรฐานของผู้นำเข้ามีความแตกต่างกัน เช่น การกำหนดค่าสารตกค้าง การกำหนดจำนวนแบคทีเรียในอาหาร เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกประสบปัญหาสินค้าชนิดเดียวกันได้รับการยอมรับจากตลาดหนึ่ง แต่ไม่สามารถส่งไปอีกตลาดหนึ่งได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 7

สรุปและศักยภาพ

ไก่แปรรูปจัดเป็นสินค้าในกลุ่มอาหารที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกสูง นับตั้งแต่ไก่สดแช่เย็น แช่แข็งของไทยสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันลงเมื่อหลายปีก่อน และผู้ผลิตหลายรายได้หันมาผลิตไก่แปรรูปเพื่อการส่งออกมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตของไทยมีความรู้และความชำนาญในการผลิตไม่แพ้ประเทศอื่น หรืออาจจะมากกว่าด้วยซ้ำ ถึงแม้จีนที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทยจะมีการขยายตัวและส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกมากขึ้น แต่ก็ยังไม่ส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทยมากนัก เนื่องจากความต้องการในตลาดโลกมีสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป จึงทำให้การแข่งขันไม่รุนแรงเท่าที่ควรจะเป็น

สำหรับในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์เองนั้น ไก่แปรรูปของไทยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดมาเป็นเวลาตลอดหลายปี จึงไม่น่าเป็นห่วงว่าจะมีสินค้าจากประเทศใดมาแข่งขันและได้เปรียบในเรื่องของคุณภาพกับสินค้าจากประเทศใดได้

กล่าวโดยสรุปแล้ว สินค้าไก่แปรรูปยังมีโอกาสขยายตัวด้านการส่งออกอีกมาก แต่ทั้งนี้ผู้ผลิต/ส่งออกของไทยจะต้องรักษาระดับคุณภาพสินค้าไว้ให้ดี พร้อมทั้งจะต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลง ให้เข้ากับความต้องการในตลาดนำเข้า นโยบายด้านค่าเงินจะมีความสำคัญต่อการแข่งขันระหว่างประเทศของผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปเป็นอย่างยิ่ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 3.1 ปริมาณและมูลค่าส่งออกไม้แปรรูปของไทยรายเดือน (HS 1602.390-007)

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

	2534		2535		2536		2537		2538		2539		2540		2541	
เดือน	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
รวม	3,688	360	6,922	728	9,505	1,242	15,614	1,849	26,275	3,085	31,555	3,371	41,643	4,950.9	62,336	8,654.9
ม.ค.	304	27.4	478	47.5	635	63.0	714	83.6	1,170	136.0	1,818	192.1	2,498	266.2	3,317	602.2
ก.พ.	173	15.9	415	42.7	498	55.4	726	81.9	1,154	132.2	2,284	241.5	2,104	219.8	3,822	642.0
มี.ค.	140	13.3	374	37.4	522	57.3	835	101.7	2,203	245.7	1,995	220.2	2,689	277.7	5,395	758.3
เม.ย.	132	11.4	414	49.2	489	58.2	1,019	123.3	1,755	204.1	2,162	236.4	2,596	264.9	5,680	691.0
พ.ค.	175	18.1	425	52.2	588	69.7	1,365	160.5	2,599	318.4	2,815	290.5	3,499	365.0	4,905	680.5
มิ.ย.	109	10.2	486	52.9	822	98.7	1,302	161.4	2,730	326.2	2,898	319.5	3,639	373.8	5,619	799.3
ก.ค.	296	29.2	622	66.1	1,001	124.3	1,119	138.3	2,087	247.3	2,925	312.6	4,229	490.1	5,502	787.9
ส.ค.	345	34.9	564	62.2	925	115.6	1,295	156.8	2,570	294.5	3,131	343.4	3,857	475.7	5,402	769.9
ก.ย.	393	37.6	589	59.2	1,094	252.9	1,769	213.1	2,860	368.9	2,919	322.8	4,109	547.3	5,187	733.3
ต.ค.	539	53.1	890	91.5	1,113	133.1	1,702	199.4	2,398	271.5	3,285	357.3	4,164	542.3	5,891	778.0
พ.ย.	557	55.8	918	91.6	876	102.0	1,748	203.3	2,465	281.7	2,862	292.4	4,226	549.3	5,961	743.2
ธ.ค.	525	52.9	747	75.5	942	111.5	2,020	225.6	2,284	258.4	2,460	242.6	4,033	578.8	5,655	669.3

ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.2 ปริมาณการนำเข้าไก่แปรรูปของญี่ปุ่นปี พ.ศ.2537-2541(ม.ค.-ส.ค.)

	ปริมาณ (ตัน)					อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
รวม	34,079	54,895	64,584	77,789	57,586	61.1	17.6	20.4	21.1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
จีน	7,071	18,897	23,791	31,362	25,755	167.2	25.9	31.8	34.5	20.7	34.4	36.8	40.3	44.7
ไทย	17,241	23,005	29,484	35,293	24,174	33.4	28.1	19.7	11.0	50.6	41.9	45.6	45.4	41.9
สหรัฐอเมริกา	7,690	10,674	9,482	9,890	7,418	38.8	-11.1	4.3	28.2	22.6	19.4	14.6	12.7	12.9
เกาหลีใต้	131	126	151	112	110	-3.8	19.8	-25.8	73.0	0.4	0.2	0.2	0.1	0.2
ประเทศอื่นๆ	257	243	952	864	129	-5.4	29.1	-9.2	-83.1	-	-	-	-	0.3

ที่มา : Japan Tariff Association

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2541 เป็นระยะเดือน ม.ค.-ส.ค.

ตารางสถิติที่ 3.3 มูลค่าการนำเข้าไก่แปรรูปของญี่ปุ่นปี พ.ศ.2537-2541(ม.ค.-ส.ค.)

	มูลค่า (ล้านบาท)					อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
รวม	15,426	21,598	28,561	34,824	26,856	40.0	32.2	21.6	23.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
จีน	2,603	6,477	9,944	13,456	11,955	148.8	53.5	34.4	41.6	16.9	30.0	34.8	38.6	44.5
ไทย	8,581	10,504	14,430	17,077	11,469	22.4	37.4	18.3	6.4	55.6	48.6	50.5	49.0	42.7
สหรัฐอเมริกา	2,719	3,378	3,353	3,828	3,335	24.2	-0.7	14.2	50.7	17.6	15.6	11.7	11.0	12.4
เกาหลีใต้	69	66	81	60	53	-4.3	22.7	-25.9	56.0	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2
ประเทศอื่นๆ	1,454	1,173	753	403	44	-21.2	235.9	-16.4	-81.4	9.5	5.5	2.7	1.2	0.2

ที่มา: Japan Tariff Association

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2541 เป็นระยะเดือน ม.ค.-ส.ค.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำอธิบายค่าสถิติ

Regression Coefficient: (ค่าสัมประสิทธิ์)

เป็นตัวเลขแสดงความสามารถในการพยากรณ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามค่าสัมประสิทธิ์ C คือค่าคงที่ หรือ จุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย

ค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอื่นๆ คือ ความชันของกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ในกรณีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามอยู่ในรูป Log ค่าสัมประสิทธิ์จะแสดงถึงค่าของความยืดหยุ่นของตัวแปรตามต่อตัวแปรอิสระ

Standard Errors: (ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน)

เป็นค่าวัดความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ในสมการถดถอยที่คำนวณได้ ยิ่งค่าความผิดพลาดมากขึ้นความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามยิ่งน้อยลง

t-Statistic

การทดสอบทางสถิติว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสำคัญในสมการหรือไม่ โดยตั้งสมมติฐานว่าค่าสัมประสิทธิ์ด้วยค่าความผิดพลาดมาตรฐานของตัวเอง เรียกว่าค่า t-stat

- ถ้าค่า t-stat มีค่าเกิน ± 1 หมายความว่า มีความเป็นไปได้อย่างน้อย 2 ใน 3 ว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริงมีค่าไม่เท่ากับศูนย์ หรือมีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ
- ถ้าค่า t-stat มีค่าเกิน ± 2 หมายความว่า มีความเป็นไปได้ 95 เปอร์เซ็นต์ที่ค่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริง มีค่าไม่เท่ากับศูนย์

Probability: (ค่าความน่าจะเป็น)

ความเป็นไปได้ที่ค่า t-stat จะปรากฏอยู่ทางด้านซ้ายของการกระจายความน่าจะเป็นแบบ t โดยปกติ ถ้าความน่าจะเป็นต่ำกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ เราสามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริงมีค่าเท่ากับศูนย์

คำอธิบายค่าสถิติ (ต่อ)

R^2

เป็นค่าวัดความสำเร็จของสมการถดถอย ในการทำนายค่าตัวแปรตามของแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีค่าอยู่ในช่วงศูนย์ถึงหนึ่ง

- ถ้า R^2 เท่ากับหนึ่งแสดงว่าสมการถดถอยที่เราคำนวณได้ให้ค่าตัวแปรตามที่เหมาะกับค่าที่แท้จริง
- ถ้า R^2 เท่ากับศูนย์แสดงว่าค่าตัวแปรตามที่ทำนายได้จากสมการถดถอยไม่ได้ให้ค่าใกล้เคียงค่าที่แท้จริงมากกว่าค่า Mean ของตัวแปรตามนั้น

R^2 Adjusted for Degree of Freedom

มีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกับค่า R^2 แต่มีการคำนวณจากค่าความแปรปรวนที่ต่างกัน มีค่าน้อยกว่า R^2 ในกรณีที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และสามารถมีค่าติดลบได้

Standard Error of the Regression

เป็นการวัดค่ารวมของการประมาณค่าที่คลาดเคลื่อน

Durbin-Watson Statistic

เป็นการทดสอบค่าทางสถิติเกี่ยวกับ Serial Correlation ถ้าค่านี้น้อยกว่า 2 แสดงว่ามี Positive Serial Correlation

F-Statistic

เป็นการทดสอบค่าทางสถิติว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณการทุกค่านั้นมีขนาดแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ (ยกเว้นค่าของค่าคงที่) ในกรณีถ้าค่า F-Statistic สูงกว่าค่าวิกฤต (Critical Level) สามารถสรุปได้ว่าอย่างน้อยมีค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณแตกต่างจากศูนย์



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเทศคู่แข่งของไทยในอุตสาหกรรมกลุ่มอาหารแปรรูปในตลาดต่างๆ

1. ไก่แปรรูป

1.1 ตลาดญี่ปุ่น

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)								
ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
จีน	0.032	0.060	0.060	0.187	0.318	0.360	0.392	0.447
ไทย	0.491	0.512	0.628	0.617	0.516	0.519	0.497	0.429
สหรัฐอเมริกา	0.477	0.428	0.312	0.196	0.166	0.121	0.111	0.125
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

ตลาดสหภาพยุโรป

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)						
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	0.944	0.888	0.553	0.431	0.708	0.984
จีน	0.056	0.112	0.447	0.569	0.292	0.016
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ค่าสมมติฐานในการพยากรณ์ในกรณีต่างๆ

1999	Worst Case	Normal Case	Best Case
F/X*			
<i>US</i>	35.0000	38.0000	43.0000
<i>EU</i>	38.4125	41.7050	47.1925
<i>JP</i>	0.2351	0.2552	0.2888
Real GDP**			
<i>US</i>	1.50	1.80	1.80
<i>EU</i>	2.20	2.40	3.00
<i>JP</i>	-2.00	-0.50	-0.50
<i>SP</i>	-1.60	-0.80	0.80
<i>HK</i>	-2.00	-1.00	0.00
<i>TW</i>	3.00	3.90	4.20
<i>IS</i>	1.00	2.00	3.00
GDP at Current Price			
<i>US</i>	3.50	4.10	4.20
<i>EU</i>	3.70	4.20	4.80
<i>JP</i>	-2.40	-0.90	-0.50
Inflation			
<i>US</i>	2.00	2.30	2.40
<i>EU</i>	1.50	1.80	1.80
<i>JP</i>	-0.40	-0.40	0.00

Source : Consensus Survey November 1998 for Normal Case

* F/X is estimated Baht/US\$ and for Baht/ECU, Baht/YEN varies Baht/US\$

** IMF Forecast

Real GDP Growth	1998	1999
<i>WORLD</i>	2.0	2.2
<i>US</i>	3.6	1.8
<i>EU</i>	2.8	2.4
<i>JP</i>	-2.8	-0.5



ภาคผนวก ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายชื่อโรงงานผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์กึ่งปรุง (โค กระบือ สุกร) ผ่านความร้อนที่ได้รับอนุญาตให้
ส่งไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น ตามระเบียบมาตรา 43 แห่ง Domestic Animal Infectious
Disease Control Law *

1. The Preserve Food Organization. EST 02, Ratchaburi Province
2. C.P. Interfood Co.,Ltd. EST 05, Bangkok
3. Thai Nippon Food Co., Ltd. EST 20, Ayuthaya Province
4. Ajinomoto Frozen Food Co.,Ltd. EST 37, Ayuthaya Province
5. Thai Best Packer Co.,Ltd. EST 50, Samutprakarn Province
6. Akesaovaros Co.,Ltd. EST 55, Ratchaburi Province
7. Pakpanang Cold Storage Est.38, Samutprakarn Province
8. Thai Agri Food Public Co., Ltd. EST 59, Samutprakarn Province
9. N&N Foods Co.,Ltd. Est 40, Samutprakarn Province
10. Surapon Nichirei Foods Co., Ltd. EST 47, Samutprakarn Province
11. Vanguard Foods (Thailand) Co., Ltd. EST 68, Samutprakarn Province
12. Thai Nisshin Seifun Co., Ltd. EST 68, Samutprakarn Province

รายชื่อโรงงานของบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้นำเข้า Sausage Ham และ Bacon จากเนื้อ
หรือเครื่องในสุกร ที่ผ่านกระบวนการผลิตด้วยความร้อนจากประเทศไทยไปจำหน่ายยังประเทศ
ญี่ปุ่น

1. The Preserve Food Organization. EST 02, Ratchaburi Province
2. C.P. Interfood Co.,Ltd. EST 05, Bangkok
3. Thai Nippon Food Co., Ltd. EST 20, Ayuthaya Province
4. Ajinomoto Frozen Food Co.,Ltd. EST 37, Ayuthaya Province
5. Thai Best Packer Co.,Ltd. EST 50, Samutprakarn Province
6. Thai Nisshin Seifun Co., Ltd. EST 68, Samutprakarn Province

* กองสัตว์แพทย์สาธารณสุข กรมปศุสัตว์



ภาคผนวก จ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายชื่อโรงงานผลิตเนื้อไก่แปรรูปของไทยที่สามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายในสหภาพยุโรป
ประกาศ ณ วันที่ 16 สิงหาคม 2540

1. CP Inter Food (Thailand) Co., Ltd.
2. Summit Frozen Food Co., Ltd.
3. Bangkok Ranch Co., Ltd.
4. CP Food Product Co., Ltd.
5. Bangkok Produce Merchandising Co., Ltd.
6. Mesa Trading Co., Ltd.
7. Thai Nippon Food Co., Ltd.
8. Pacific Kaneca Foods Co., Ltd.
9. Sun Vlley Co., Ltd.
10. Bangkok Produce Merchandising Public Co., Ltd. (Food Processing) Co.,Ltd.
11. Ajinomoto Frozen Foods (Thailand) Co., Ltd.
12. Cerebos (Thailand) Co., Ltd.
13. JM Foods Industry Co., Ltd.
14. N&N Foods Co., Ltd.
15. C.P. Foods Industry Export Co., Ltd.
16. T.N.D. Foods Co., Ltd.
17. Saha Farm Co., Ltd.
18. Suraporn Nichirei Foods (Samutprakarn) Co., Ltd.
19. Suraporn Nichirei Foods (Prachiburi) Co., Ltd.
20. B. Foods Product International Co., Ltd.
21. Akesaovaros Co., Ltd.
22. Mickey Foods Service Co., Ltd.
23. Pakpanang Cold Storage Co., Ltd.
24. Thai Agri Foods Public Co., Ltd
25. Chaveevan International Foods Co., Ltd
26. Ken Foods Co., Ltd.

27. Do Foods Co., Ltd.
28. Ajinomoto Betagro Frozen Foods (Thailand) Co., Ltd
29. Narong Seafood Co., Ltd.

และในวันที่ 1 ตุลาคม 2540 ได้มีประกาศรายชื่อโรงงานเพิ่มเติม ดังรายชื่อต่อไปนี้

1. GFPT Public Co., Ltd.
2. Golden Foods International Co., Ltd.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สัปดาห์กระป๋อง

และ

น้ำสัปดาห์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

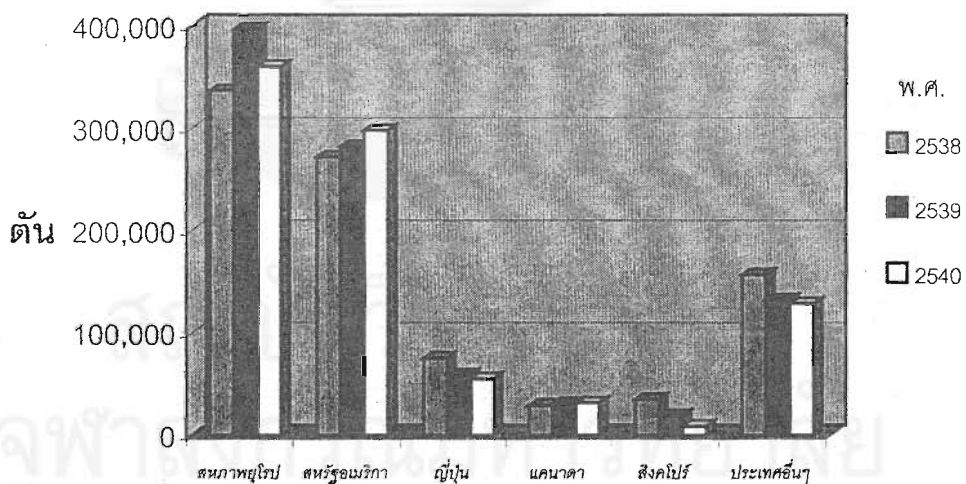
การผลิตและการค้าของโลก

1.1 การนำเข้าของโลก

1.1.1 สับปรดกระป๋อง

ในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 ประเทศต่างๆ ในโลกมีปริมาณและมูลค่านำเข้า สับปรดกระป๋องเฉลี่ยปีละ 902,600 ตัน และ 720 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจากข้อมูลล่าสุดของ FAO (แผนภาพที่ 1.1) ในปี พ.ศ.2540 สหภาพยุโรปเป็นผู้นำเข้าสับปรดกระป๋องรายใหญ่ของโลก โดยมีสัดส่วนการนำเข้าด้านปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 40.3 ของการนำเข้าทั้งหมด รองลงไปได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แคนาดา และสิงคโปร์ สำหรับสิงคโปร์นั้นเป็นการนำเข้าจากมาเลเซีย เพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ (แผนภาพที่ 1.1 และตารางสถิติที่ 1.1 และ 1.2)

แผนภาพที่ 1.1 การนำเข้าสับปรดกระป๋องของโลก



ที่มา: FAO

การนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศนำเข้าสำคัญ

สหภาพยุโรป

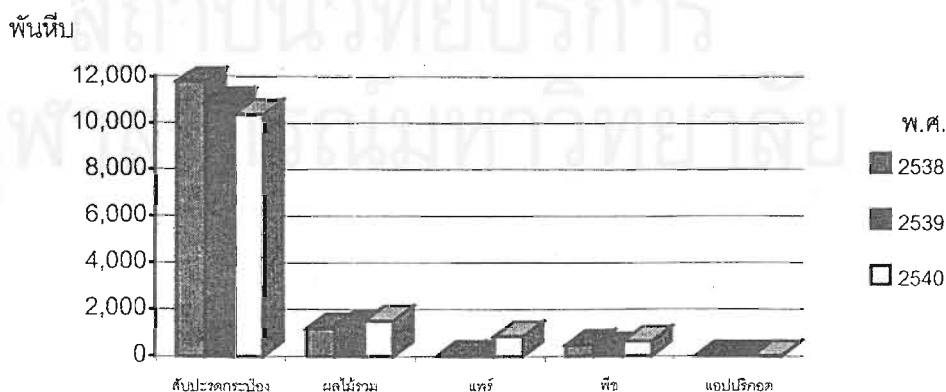
ในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 ตลาดสหภาพยุโรปนำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปเฉลี่ยปีละ 3,440.9 ล้าน ECU แม้ว่าสหภาพยุโรปจะได้ชื่อว่าเป็นผู้นำเข้าสับประรดกระป๋องอันดับหนึ่งของโลก แต่ก็มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 5-7 ของมูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปทั้งหมด การนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นรูปน้ำผลไม้ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 80 ของมูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปทั้งหมด ที่สำคัญได้แก่ น้ำส้ม น้ำแอปเปิ้ล น้ำสับประรด และน้ำผลไม้ผสม (ตารางสถิติที่ 1.3)

ในด้านการนำเข้าสับประรดกระป๋องในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 สหภาพยุโรปนำเข้าเฉลี่ยปีละ 237.2 ล้าน ECU โดยนำเข้าจากไทยเฉลี่ยร้อยละ 33.8 รองลงไปเป็นการนำเข้าจากสหภาพยุโรปด้วยกันเอง ร้อยละ 20.3 ของมูลค่านำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมด แหล่งนำเข้าที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ จีน และมาเลเซีย (ตารางสถิติที่ 1.4)

สหรัฐอเมริกา

การนำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปของสหรัฐอเมริกา ก็มีลักษณะเช่นเดียวกับสหภาพยุโรป คือ ประมาณร้อยละ 66.8 ของมูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปทั้งหมด เป็นการนำเข้าผลไม้ ที่สำคัญ ได้แก่ น้ำแอปเปิ้ล น้ำส้ม น้ำสับประรด และน้ำองุ่น (แผนภาพที่ 1.2 และตารางสถิติที่ 1.5)

แผนภาพที่ 1.2 การนำเข้าผลไม้กระป๋องของสหรัฐอเมริกา



ที่มา: Business & Trade Statistics / US Bureau of Census

สำหรับการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของสหรัฐอเมริกา ในด้านปริมาณนั้น ได้อ่อนตัวลงเป็นลำดับ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา และเมื่อสินค้าของไทยถูกเก็บภาษีต่อต้านทุ่มตลาดตั้งแต่ช่วงกลางปี พ.ศ.2538 ต้นทุนการนำเข้าสูงขึ้น ผู้นำเข้าของสหรัฐอเมริกาจึงชะลอการนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทย ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่ของโลก ทำให้อุปทานสับปะรดกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาดลดลง แนวโน้มราคานำเข้าจึงสูงขึ้นเป็นผลให้ในภาพรวมของการนำเข้าสับปะรดกระป๋องด้านมูลค่าไม่ลดลงมากนักในปี พ.ศ.2538 และมูลค่านำเข้ากลับขยับตัวสูงขึ้นในปี พ.ศ.2539 และ พ.ศ.2540 โดยในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 สหรัฐอเมริกามีมูลค่านำเข้าสับปะรดกระป๋องเฉลี่ยปีละ 182.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8.4 ต่อปี (ตารางสถิติที่ 1.6)

เมื่อไทยต้องสูญเสียส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องในสหรัฐอเมริกา ที่เคยมีอยู่ถึงร้อยละ 46 ในปี พ.ศ.2537 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 24.2 ในปี พ.ศ.2540 ฟิลิปปินส์ได้ก้าวขึ้นมาครองตลาดแทน รวมถึงอินโดนีเซีย มาเลเซีย และแอฟริกาใต้ ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น และมีประเทศคู่แข่งใหม่เพิ่มขึ้นมา ได้แก่ เวียดนาม และ จีน

ไม่เพียงเฉพาะไทยจะต้องสูญเสียส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องในสหรัฐอเมริกาให้กับฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียเท่านั้น แต่ตลาดสหรัฐอเมริกา เริ่มหันไปสนใจการนำเข้าผลไม้กระป๋องอื่นๆ มากขึ้น อาทิ พีช ผลไม้รวม แพร่ และแอปเปิ้ลคอต

ญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีมูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปสูงเป็นลำดับที่สามของโลกในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 มีมูลค่านำเข้าเฉลี่ยปีละ 72,076 ล้านดอลลาร์ โดยเป็นการนำเข้าผลไม้ในสัดส่วนร้อยละ 72 ที่สำคัญได้แก่ น้ำแอปเปิ้ล น้ำส้ม และน้ำองุ่น (ตารางสถิติที่ 1.7)

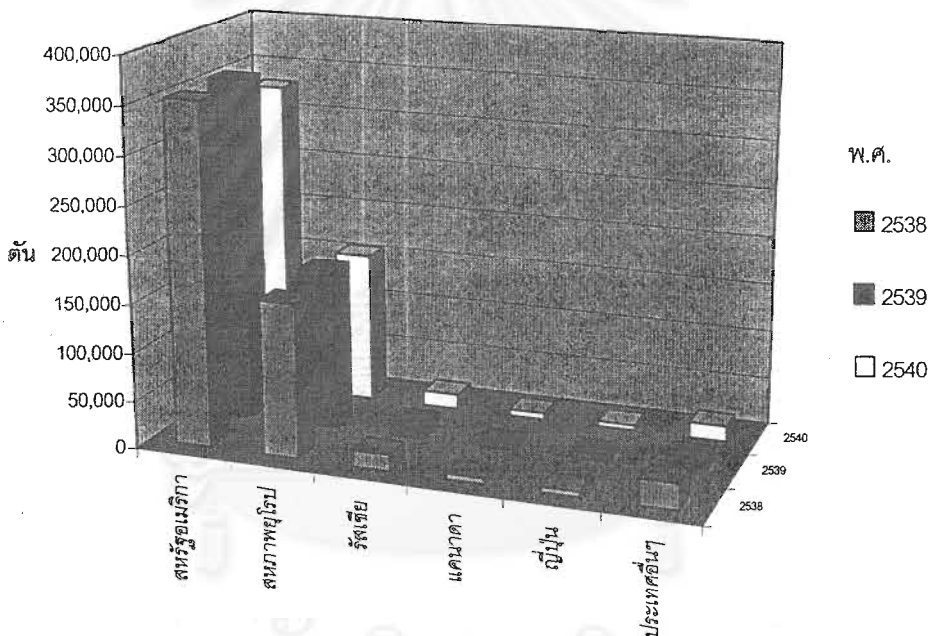
ส่วนการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของญี่ปุ่น มีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 5,696 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของมูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปทั้งหมด โดยนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย (ตารางสถิติที่ 1.8)

อย่างไรก็ตาม จากการอ่อนตัวลงของค่าเงินเยนในปี พ.ศ.2540 ราคานำเข้าสินค้าต่างๆ ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้น ความต้องการผลไม้กระป๋องต่างๆ ของญี่ปุ่นในปี พ.ศ.2540 มีแนวโน้มลดลงไม่เฉพาะสับปะรดกระป๋องเท่านั้น

1.1.2 น้ำสับปะรด

ประเทศต่างๆ ในโลกนำเข้าน้ำสับปะรดในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 เฉลี่ยปีละประมาณ 556,562 ตัน โดยเป็นการนำเข้าน้ำสับปะรดเข้มข้นเฉลี่ยร้อยละ 55 และน้ำสับปะรด 100% ร้อยละ 45 ทั้งนี้การนำเข้าน้ำสับปะรดของโลกได้ลดลงจาก 569,502 ตัน ในปี พ.ศ.2538 เป็น 532,346 ตัน ในปี พ.ศ.2540 หรือลดลงร้อยละ 6.5 โดยในปี พ.ศ.2540 สหรัฐอเมริกานำเข้าเป็นอันดับหนึ่งร้อยละ 62.4 รองลงไป ได้แก่ สหภาพยุโรป รัสเซีย แคนาดา และญี่ปุ่น (แผนภาพที่ 1.3 และตารางสถิติที่ 1.9) โดยมีแนวโน้มการนำเข้าดังนี้

แผนภาพที่ 1.3 การนำเข้าน้ำสับปะรดของโลก



ที่มา: FAO

การนำเข้าน้ำสับปะรดของประเทศนำเข้าสำคัญ สหภาพยุโรป

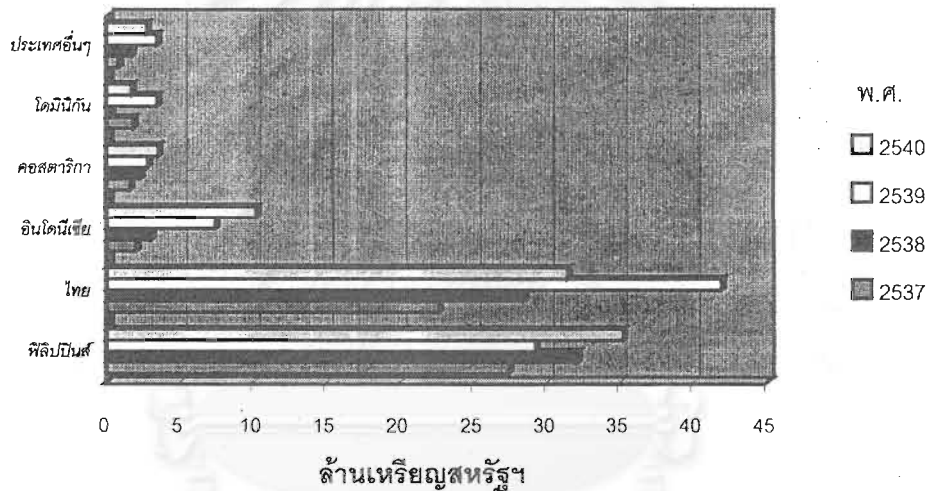
ในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 สหภาพยุโรปนำเข้าน้ำสับปะรด เฉลี่ยปีละ 146.2 ล้าน ECU โดยแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 105.0 ล้าน ECU ในปี พ.ศ.2537 เป็น 173.9 ล้าน ECU ในปี พ.ศ.2540 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 65.6

ทั้งนี้ สหภาพยุโรปนำเข้าจากประเทศสมาชิกด้วยกันเองเฉลี่ยร้อยละ 45 รองลงไปเป็น ไทย อินโดนีเซีย เคนยา และฟิลิปปินส์ (ตารางสถิติที่ 1.10)

สหรัฐอเมริกา

ในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 สหรัฐอเมริกานำเข้าน้ำส้มประดเฉลี่ยปีละ 74.2 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มูลค่านำเข้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 56.2 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2537 เป็น 84.7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2540 เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.7 แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ไทย และอินโดนีเซีย (แผนภาพที่ 1.4 และตารางสถิติที่ 1.11)

แผนภาพที่ 1.4 การนำเข้าน้ำส้มประดกระป๋องของสหรัฐอเมริกา



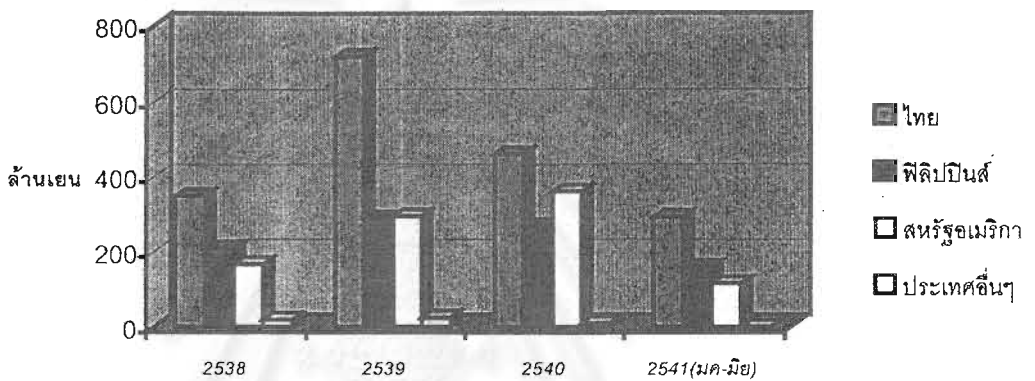
ที่มา: Bureau of the Census, U.S. Department of Commerce

หากพิจารณาในด้านมูลค่านำเข้าน้ำส้มประดของสหรัฐอเมริกา ในตารางสถิติที่ 1.11 ฟิลิปปินส์จะมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย คอสตาริกา และสาธารณรัฐโดมินิกัน

ญี่ปุ่น

ในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 ญี่ปุ่นนำเข้าน้ำส้มประดเฉลี่ยปีละ 1,056.6 ล้านบาท โดยนำเข้าจากไทยมากเป็นลำดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ ฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกา สำหรับใน ระยะ 6 เดือนแรก (ม.ค.-มิ.ย.) ของปี พ.ศ.2541 ญี่ปุ่นนำเข้าน้ำส้มประดมูลค่า 570.7 ล้านบาท ลดลงจากระยะเดียวกันของปี พ.ศ.2540 ร้อยละ 10.6 (แผนภาพที่ 1.5 และตารางสถิติที่ 1.12)

แผนภาพที่ 1.5 การนำเข้าน้ำส้มประดของญี่ปุ่น



ที่มา: JETRO THAILAND.

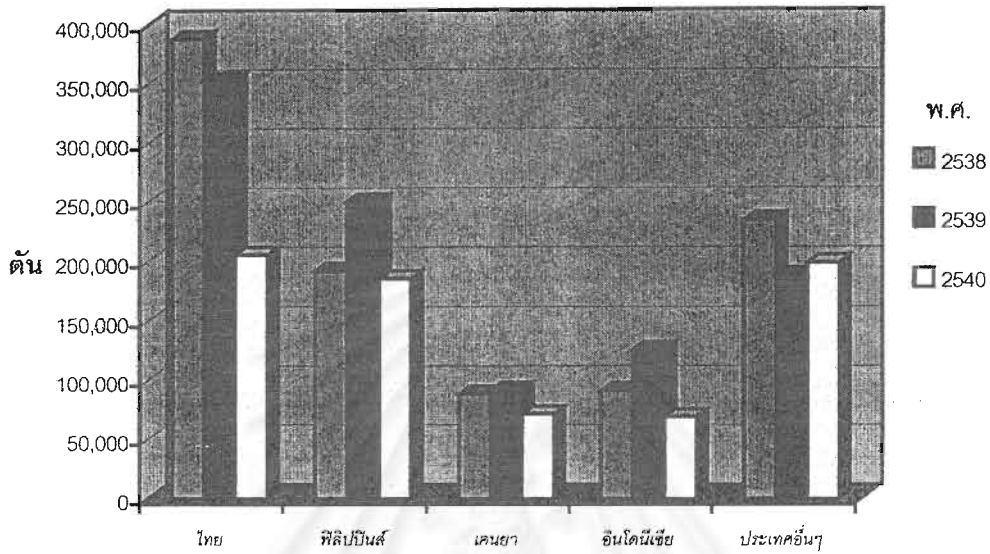
ด้านปริมาณนำเข้าผลไม้เข้มข้นของญี่ปุ่น น้ำส้มและน้ำแอปเปิ้ลยังคงครองใจ ชาวญี่ปุ่นเป็นอันดับหนึ่งและสอง รองลงไปได้แก่ น้ำองุ่น น้ำเกรฟฟรุต น้ำมะนาว และน้ำส้มประด

1.2 การส่งออกของโลก

1.2.1 สับประดกระป๋อง

ในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 มีการส่งออกสับประดกระป๋องเฉลี่ยปีละ 910,076 ตัน ทั้งนี้ แนวโน้มการส่งออกได้เพิ่มขึ้นจาก 993,497 ตัน ในปี พ.ศ.2538 เป็น 1,007,880 ตัน ในปี พ.ศ.2539 หลังจากนั้นการส่งออกได้อ่อนตัวเหลือ 728,852 ตัน ในปี พ.ศ.2540 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการเคลื่อนไหวของราคาส่งออกสับประดกระป๋อง โดยในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 มีประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ คือ ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเคนยา (แผนภาพที่ 1.6 และ ตารางสถิติที่ 1.13 และ 1.14)

แผนภาพที่ 1.6 การส่งออกสัตว์ประดกระป๋องของโลก



ที่มา: FAO

การส่งออกสัตว์ประดกระป๋องของประเทศผู้ผลิตสำคัญ ฟิลิปปินส์

ในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 ฟิลิปปินส์ส่งออกสัตว์ประดกระป๋องเฉลี่ยปีละ 14,609 พันหีบ และมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ -4.4 โดยเฉลี่ยร้อยละ 60.7 ส่งไปยังสหรัฐอเมริกา รองลงไป ได้แก่ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐเกาหลี (ตารางสถิติที่ 1.15)

อินโดนีเซีย

ในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 อินโดนีเซียส่งออกสัตว์ประดกระป๋องเฉลี่ยปีละ 6,865 พันหีบ และมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ -6.4 โดยเฉลี่ยร้อยละ 40.4 ส่งออกไปยังสหภาพยุโรป รองลงไป ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และญี่ปุ่น (ตารางสถิติที่ 1.16)

เคนยา

ในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 เคนยาส่งออกสับประรดกระป๋องได้เฉลี่ยปีละ 83,534 ตัน โดยในปี พ.ศ.2540 เป็นประเทศผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องที่มีความสำคัญอันดับสามรองจากไทยและฟิลิปปินส์ (ตารางสถิติที่ 1.13) ทั้งนี้เคนยามีตลาดส่งออกสำคัญอยู่ที่สหภาพยุโรป

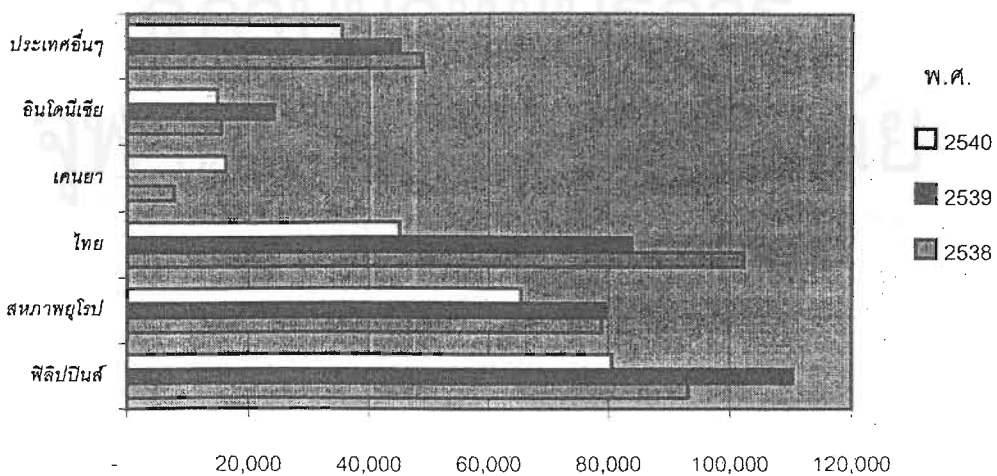
มาเลเซีย

ในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 มาเลเซียส่งออกสับประรดกระป๋องได้เฉลี่ยปีละ 44,188 ตัน โดยมีตลาดส่งออกหลักอยู่ที่ญี่ปุ่น ซึ่งมีสัดส่วนส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 25 รองลงไปได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และสิงคโปร์ ซึ่งสัดส่วนส่งออกร้อยละ 22.7, 7.7 และ 6.6 ตามลำดับ โดยเฉพาะสิงคโปร์เป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่สามอีกทอดหนึ่ง การส่งออกของมาเลเซียอ่อนตัวลงมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2539 ตามการหดตัวผลผลิตสับประรดสด (ตารางสถิติที่ 1.13)

1.2.2 น้ำสับประรด

ในช่วงปี พ.ศ.2538-2540 มีการส่งออกน้ำสับประรดเฉลี่ยปีละ 315,832 ตัน มูลค่าเฉลี่ย 269.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปริมาณส่งออกอ่อนตัวจาก 346,570 ตัน ในปี พ.ศ.2538 เป็น 257,727 ตัน ในปี พ.ศ.2540 หรือลดลงร้อยละ 25.6 ประเทศผู้นำด้านการส่งออกน้ำสับประรด ได้แก่ ฟิลิปปินส์ สหภาพยุโรป ไทย และเคนยา (แผนภาพที่ 1.7 และตารางสถิติที่ 1.17-1.18)

แผนภาพที่ 1.7 การส่งออกน้ำสับประรดของโลก



ที่มา: FAO

ตัน

1.3 ราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของโลก

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2530-2540) ราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกเคลื่อนไหวขึ้นลงอยู่ตลอดเวลาในแต่ละปี อย่างไรก็ตาม ราคาส่งออกลดลงต่ำสุดในปี พ.ศ.2537 อยู่ในระดับ 516.8 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน ซึ่งเป็นปีที่ไทยถูกทางการสหรัฐอเมริกา กล่าวหาทุ่มตลาดสับประรดกระป๋อง และเมื่อไทยถูกประกาศเก็บอากรต่อต้านทุ่มตลาดในสหรัฐอเมริกา การอ่อนตัวลงของอุปทานสับประรดกระป๋องไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ประกอบกับการลดลงของผลผลิตสับประรดสด ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญ ทำให้ราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกมีการขยับตัวสูงขึ้นอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ.2538 เป็น 574.6 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน และเพิ่มสูงขึ้นเป็น 657.9 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน ในปี พ.ศ.2540 (ตารางสถิติที่ 1.19)

หากพิจารณาราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญแล้ว ราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง คือ เฉลี่ย 607.3 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน รองจากเคนยาซึ่งมีราคาส่งออกเฉลี่ย 624.9 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน อินโดนีเซียราคาเฉลี่ย 578.7 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน ส่วนประเทศที่มีราคาส่งออกเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ราคาเฉลี่ย 455.7 เหรียญสหรัฐฯ/ตัน (ตารางสถิติที่ 1.20)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

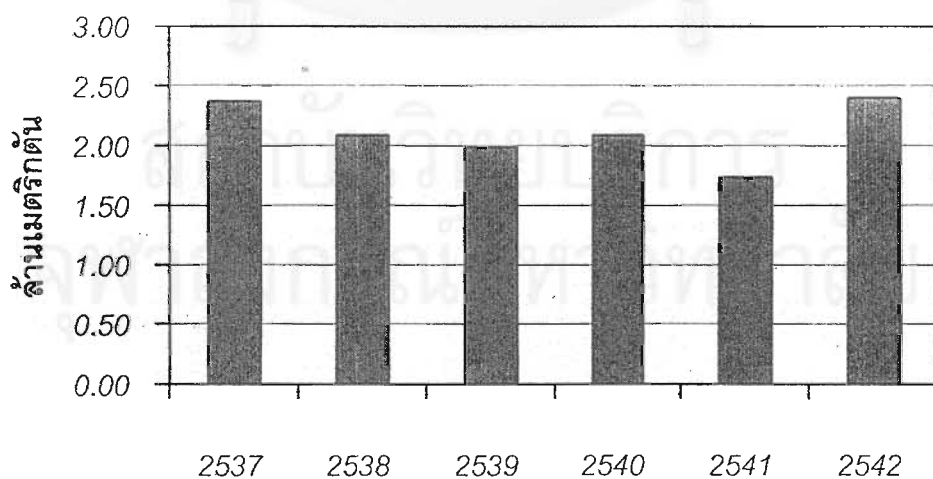
โครงสร้างการผลิตของไทย

2.1 สับประรดสด

จากข้อมูลของ FAO แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตสับประรดรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยในช่วงปี พ.ศ.2539-2541 มีสัดส่วนผลผลิตอยู่ระหว่างร้อยละ 15.7-16.3 ของปริมาณผลผลิตสับประรดสดของโลกทั้งหมด ซึ่งประเทศที่ผลิตรองลงไป ได้แก่ บราซิล อินเดีย ฟิลิปปินส์ ไนจีเรีย อินโดนีเซียและเคนยา โดยประเทศเหล่านี้มีเพียง ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเคนยาเท่านั้น ที่เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสับประรดกระป๋องที่สำคัญของโลก

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2539-2541) การผลิตสับประรดสดของไทยมีเฉลี่ยปีละประมาณ 1.94 ล้านตัน โดยผลผลิตมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากการตกต่ำของราคาสับประรดในช่วงก่อนหน้าประกอบกับได้รับผลกระทบจากภาวะอากาศแห้งแล้ง โดยผลผลิตได้ลดลงจาก 1.99 ล้านตัน ในปี พ.ศ.2539 เหลือ 1.74 ล้านตัน ในปี พ.ศ.2541 หรือลดลงประมาณร้อยละ 12.6 อย่างไรก็ตาม สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้คาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ.2542 ผลผลิตจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.4 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2541 ร้อยละ 38.0 (แผนภาพที่ 2.1)

แผนภาพที่ 2.1 ผลผลิตสับประรดสดของไทย



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ลักษณะการผลิตสับปะรดโรงงานของไทยในระยะเวลาที่ผ่านมา เกษตรกรผู้ปลูกมักจะเป็นเกษตรกรรายย่อย ต้นทุนในการเพาะปลูกจึงต่ำ เกษตรกรไม่ต้องลงทุนสูงในด้านเครื่องจักร โดยจะให้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก ส่งผลให้ต้นทุนการรับซื้อสับปะรดของโรงงานต่ำไปด้วย ต่างจากการผลิตสับปะรดโรงงานในประเทศผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องที่สำคัญอื่นๆ เช่น ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ซึ่งจะเป็นการเพาะปลูกขนาดใหญ่ และดำเนินการโดยบริษัทผู้ผลิต¹

2.2 สับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด

2.2.1 การผลิต

ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋อง มีจำนวนโรงงานผลิตอยู่จำนวน 26 โรงงาน มีกำลังการผลิตสูงสุด 60 ล้านหีบต่อปี หรือประมาณ 813,600 ตัน โดยปกติจะใช้ผลผลิตสับปะรดสดปีละไม่ต่ำกว่า 2.5 ตันทั้งเปลือก แต่ผลผลิตจริงจะได้ประมาณปีละ 35-40 ล้านหีบ หรือประมาณ 474,600 - 542,400 ตัน แต่แนวโน้มการผลิตได้ลดลง เนื่องจากสาเหตุปัญหาสับปะรดล้นตลาดและราคาตกต่ำ เป็นผลให้เกษตรกรลดพื้นที่ปลูกตั้งแต่ปี พ.ศ.2538 เป็นต้นมา ซึ่งในปัจจุบันคาดว่าจะผลิตสับปะรดกระป๋องได้ปีละประมาณ 30 ล้านหีบ หรือ 400,000 ตัน

ส่วนการผลิตน้ำสับปะรดมีกำลังการผลิตสูงสุด 150,000 ตันต่อปี และปัจจุบันผลิตได้ประมาณ 90,000 ตันปี ส่วนการแปรรูปเป็นเงาะสอดได้สับปะรดในน้ำเชื่อม สับปะรดกวน สับปะรดอบแห้งแช่อิ่ม และอื่นๆ จะมีประมาณ 30,000 ตัน

แม้ว่าประเทศไทยจะผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องได้มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่ก็มีสัดส่วนของ Thai Brand Name ค่อนข้างต่ำ คือ ประมาณร้อยละ 10-20 ส่วนที่เหลือเป็นการรับจ้างผลิต

¹ ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, โครงการวิจัยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในเศรษฐกิจโลก 30 มิถุนายน พ.ศ.2540

2.2.2 การกระจายตัวของโรงงาน และขนาดโรงงาน

ในด้านการกระจายตัวของโรงงานลับประรดกระป๋อง ประมาณ 15 โรงงาน หรือร้อยละ 58 จะตั้งอยู่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตลับประรดสดที่สำคัญ ตั้งอยู่ในจังหวัดนครปฐม 2 โรงงาน นอกจากนั้นตั้งอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี ชุมพร ชลบุรี ระยอง กาญจนบุรี สมุทรสาครและลำปาง

ขนาดของโรงงานลับประรดกระป๋องมีทั้งการลงทุนขนาดกลางและขนาดใหญ่ โดยมีเงินลงทุน ตั้งแต่ 50-500 ล้านบาท หรือคิดเป็นจำนวนเงินลงทุนรวมประมาณ 5,000 ล้านบาท

2.2.3 โครงสร้างปัจจัยการผลิต

จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตลับประรดกระป๋อง เพื่อพิจารณาถึงปัจจัยการผลิตหรือแหล่งที่มาของปัจจัยการผลิต เป็นดังนี้

	สัดส่วน	
	ในประเทศ	ต่างประเทศ
1. วัตถุดิบ (ลับประรดสดและน้ำผลไม้)	90%	10%
2. แรงงาน	100%	-
3. เครื่องจักร	20%	80%
4. เทคโนโลยี	30%	70%
5. เงินลงทุน	90%	10%

ในส่วนของวัตถุดิบซึ่งเป็นลับประรดและน้ำผลไม้ นั้น จะเป็นการนำเข้าน้ำผลไม้เข้มข้น เช่น น้ำส้ม น้ำแอปเปิล และน้ำองุ่น มาผ่านกรรมวิธีให้เจือจางแล้วจึงปรุงแต่งรสชาติให้ตรงกับค่านิยมของตลาด ทั้งนี้ มาตรฐานที่ควรจัดเป็นน้ำผลไม้ นั้น ต้องมีน้ำผลไม้เป็นส่วนผสมร้อยละ 25 ขึ้นไป หากมีส่วนน้ำผลไม้ น้อยกว่านั้น อาจเรียกว่า น้ำปรุงแต่งรส หรือกลั่นผลไม้

2.2.4 ขั้นตอนการผลิตลับประรดกระป๋องและน้ำลับประรด

กรรมวิธีหรือขั้นตอนการผลิตลับประรดกระป๋องและน้ำลับประรดไม่ได้สลับซับซ้อนหรือยุ่งยากแต่อย่างใด โดยเริ่มจากการคัดขนาดของลับประรดล้างทำความสะอาดด้วยน้ำ ปอกเปลือกทะลวงแกน ตกแต่งขนาด ตัดแต่งเป็นชิ้นตามขนาดที่ต้องการ แล้วบรรจุกระป๋อง หลังจาก

นั้นอาจเติมน้ำสับปะรดหรือน้ำเชื่อม ปิดฝาแล้วนำไปผ่านกระบวนการ สเตอริไรส์ ปิดฉลาก บรรจุกล่องเพื่อส่งจำหน่ายต่อไป และในระหว่างขบวนการผลิตสับปะรดกระป๋องนี้ สับปะรดที่ไม่ได้ขนาดตามที่ต้องการหรือเศษของการตัดแต่งจะถูกนำไปผลิตเป็นน้ำสับปะรด ซึ่งมีทั้งสับปะรด ชนิดธรรมชาติและน้ำสับปะรด (ดูรายละเอียดแผนภูมิแสดงขั้นตอนการผลิตในภาคผนวก)

2.2.5 ต้นทุนการผลิต

โครงสร้างต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทยที่สำคัญประกอบด้วย สับปะรดสด ค่ากระป๋อง ค่าแรงงาน และค่าหีบห่อ-ค่าฉลาก โดยจะเป็นวัตถุดิบที่จัดหาได้ใน ประเทศประมาณร้อยละ 70 ส่วนอีกร้อยละ 30 นำเข้าจากต่างประเทศ (Import Content) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุดิบในประเทศ	69.50%
- สับปะรดสด	54.07%
- น้ำตาลและกรดมะนาว	2.22%
- แรงงาน	5.55%
- พลังงาน	0.11%
- กระป๋อง บรรจุภัณฑ์และฉลาก	3.14%
- อื่นๆ	4.41%
2. วัตถุดิบจากต่างประเทศ	30.50%
- กระป๋อง (Tin Mill Black Plate)	23.40%
- บรรจุภัณฑ์และฉลาก	5.00%
- พลังงาน (น้ำมัน)	2.10%

ที่มา: สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป (พฤศจิกายน พ.ศ.2540)

หมายเหตุ: 1.ราคาสับปะรดสดเฉลี่ยเดือนมกราคม-ตุลาคม พ.ศ.2540 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 3.25 บาท

2.ใช้อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐฯ: 38 บาท

3.ไม่รวมค่าจัดการ

บทที่ 3 โครงสร้างการค้าของไทย

3.1 สับประรดกระป๋อง

3.1.1 ตลาดภายใน

จากการศึกษาของมูลนิธิสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ พบว่า ความต้องการผักและผลไม้กระป๋องของตลาดในประเทศมีปริมาณไม่มากนัก ประมาณร้อยละ 20 ของการผลิตทั้งหมด ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคนิยมบริโภคผักและผลไม้สด เนื่องจากผลผลิตมีมากและหมุนเวียนไปตามฤดูกาลตลอดทั้งปี นอกจากนี้ยังมีราคาถูกกว่าและมีคุณค่าทางอาหารสูงกว่า แต่ความต้องการของตลาดภายในประเทศก็มีแนวโน้มขยายตัวไปตามการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร และห้างสรรพสินค้า อย่างไรก็ตาม คาดว่าการจำหน่ายสับประรดกระป๋องและน้ำสับประรดภายในประเทศ จะไม่ถึงร้อยละ 20

3.1.2 การส่งออก

(1) ภาพรวมการส่งออก

ในช่วงปี พ.ศ.2537-2541 ไทยส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูป ได้เฉลี่ยปีละ 14,093.9 ล้านบาท โดยสับประรดกระป๋องมีส่วนส่งออกสูงสุดเฉลี่ยร้อยละ 47.1 รองลงไปได้แก่น้ำสับประรดเฉลี่ยร้อยละ 15.5 ส่วนผลไม้อบแห้งและแช่อิ่ม มีมูลค่าส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 8.4 โดยสับประรดอบแห้งและแช่อิ่มมีมูลค่าส่งออกรวมมากที่สุดของสินค้าในกลุ่มนี้ (ตารางสถิติที่ 3.1)

เดิมการส่งออกสับประรดกระป๋องมีส่วนส่งออกรวมสูงถึงร้อยละ 54.7 ในปี พ.ศ.2536 แต่ได้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 42.2 ในปี พ.ศ.2540 ซึ่งเป็นผลมาจากการสูญเสียตลาดสับประรดกระป๋องในสหรัฐอเมริกาไป ในทางกลับกันสัดส่วนการส่งออกน้ำสับประรดมีแนวโน้มสูงขึ้นจากร้อยละ 11.0 ในปี พ.ศ.2536 เป็นร้อยละ 15.8 ในปี พ.ศ.2540 เพื่อเป็นการชดเชยในส่วนที่สูญเสียตลาดสับประรดกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกาไป

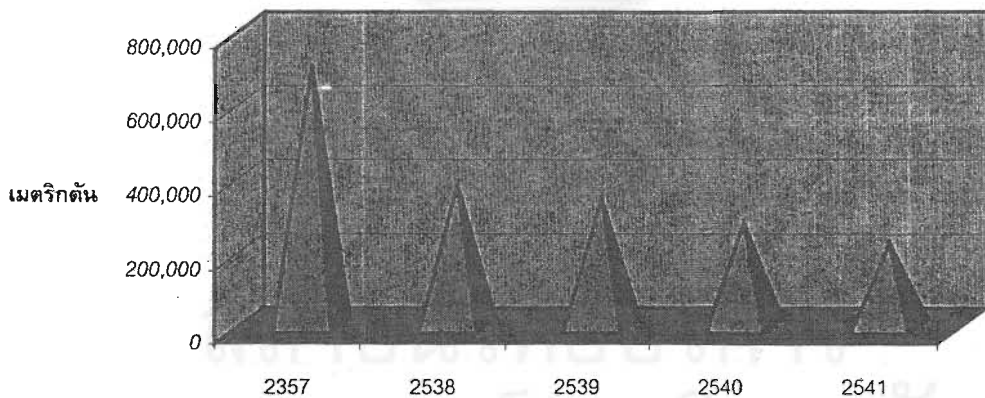
ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปของไทยที่สำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ตลาดทั้ง 3 แห่ง นำเข้าถึงร้อยละ 70 ของมูลค่าที่ไทยส่งออกทั้งหมด ดังนี้ (ตารางสถิติที่ 3.2)

(2) การส่งออกสับประรดกระป๋อง

ในช่วงปี พ.ศ.2530-2537 นับว่าเป็นยุคทองของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทย ปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 314,414 ตันในปี พ.ศ.2531 เป็น 707,260 ตันในปี พ.ศ.2537 หรือมีอัตราขยายตัวถึงร้อยละ 124.9 ทั้งนี้ ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้นก็คืออุปสงค์ของตลาดโดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศนำเข้ารายใหญ่ของโลก นอกจากนั้น การขยายตัวของผลผลิตคือ สับประรดสดสามารถตอบสนองความต้องการของโรงงานผลิตสับประรดกระป๋องได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม เมื่อสินค้าสับประรดกระป๋องของไทยถูกสหรัฐอเมริกาเก็บอากรต่อต้านการทุ่มตลาดตั้งแต่วันที่ พ.ศ.2538 การผลิตและส่งออกที่เคยรุ่งเรืองกลับหดตัวลงอย่างฉับพลันในปี พ.ศ.2538 และต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน กอปรกับผลผลิตสับประรดมีแนวโน้มลดลง ราคาสับประรดสดสูงขึ้น อัตราค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น รวมถึงสินค้าสับประรดกระป๋องของไทยต้องเสียภาษีนำเข้าสูงกว่าประเทศคู่แข่งชั้นนำในตลาดสำคัญ เช่น สหภาพยุโรป

แผนภาพที่ 3.1 ปริมาณส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ในปี พ.ศ.2540 ไทยส่งออกสับประรดกระป๋องได้ 279,514 ตัน มูลค่า 5,901.9 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าลดลงจากปี พ.ศ.2539 ร้อยละ 19.4 และ 9.3 ตามลำดับ ส่วนในปี พ.ศ.2541 ส่งออกได้ 226,535 ตัน มูลค่า 6,925.0 ล้านบาท ปริมาณลดลงร้อยละ 18.9 ส่วนมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 17.3 (ตารางสถิติที่ 3.3 และ 3.4)

(3) ตลาดส่งออกสับประรดกระป๋อง

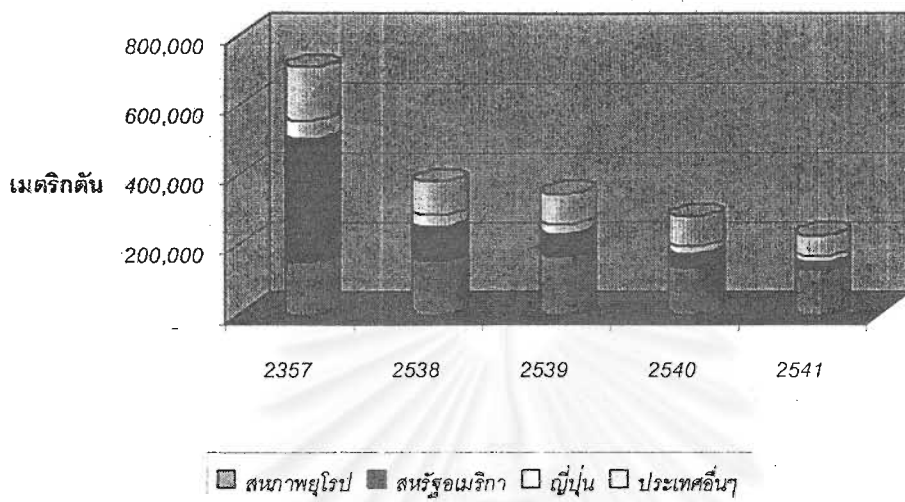
ตลาดส่งออกหลักสับประรดกระป๋องของไทย ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งทั้ง 3 ตลาดดังกล่าวนำเข้าสับประรดกระป๋องคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 75 ของปริมาณที่ไทยส่งออกทั้งหมด ตลาดที่มีความสำคัญรองลงไป ได้แก่ แคนาดา ใต้หวัน ซาอุดีอาระเบีย และออสเตรเลีย (ตารางสถิติที่ 3.3 และ 3.4)

อนึ่ง สำหรับประเทศผู้นำเข้าสับประรดกระป๋องในสหภาพยุโรปที่สำคัญ ได้แก่ เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส อิตาลี และสหราชอาณาจักร

เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยพยายามจะกระจายการส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ มากขึ้น โดยพยายามลดการพึ่งพาการส่งออกไปยังตลาดหลักทั้งสามน้อยลง ในปี พ.ศ.2536 การส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ นอกเหนือตลาดทั้งสามมีสัดส่วนร้อยละ 21.7 แต่ในปี พ.ศ.2540 มีสัดส่วนส่งออกเพิ่มเป็นร้อยละ 29.6

การส่งออกสับประรดกระป๋องได้ชะลอลดลงมากในตลาดสหรัฐอเมริกา นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2538 เป็นต้นมา เมื่อถูกสหรัฐอเมริกาเก็บอากรต่อต้านการทุ่มตลาดโดยผู้ผลิตและส่งออกของไทยได้หันไปให้ความสำคัญต่อการส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ โดยเฉพาะตลาดสหภาพยุโรปมากขึ้น ซึ่งในปี พ.ศ.2537 สัดส่วนการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีสูงถึงร้อยละ 49.5 ของปริมาณที่ไทยส่งออกทั้งหมด แต่หลังจากนั้นสัดส่วนดังกล่าวได้ลดลงมาเป็นลำดับและเหลือเพียงร้อยละ 11.3 ในปี พ.ศ.2541 ในทางตรงกันข้ามสัดส่วนการพึ่งพาตลาดสหภาพยุโรปซึ่งเคยมีเพียงร้อยละ 21.6 ในปี พ.ศ.2537 ได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.4 ในปี พ.ศ.2541

แผนภาพที่ 3.2 ตลาดส่งออกสับประดกระป๋องที่สำคัญของไทย



ที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

(4) ราคาส่งออกสับประดกระป๋อง

ในช่วงปี พ.ศ.2537-2540 ราคาส่งออกสับประดกระป๋องของไทยเฉลี่ยตันละ 18,960 บาท โดยราคาส่งออกไปได้วันจะมีราคาเฉลี่ยต่อตันสูงสุด รองลงไปได้แก่ ญี่ปุ่น แคนาดา สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา (ตารางสถิติที่ 3.5)

ปี พ.ศ.2537 เป็นปีที่ราคาส่งออกสับประดกระป๋องต่ำที่สุดเท่าที่เคยมีมา คือ มีราคาส่งออกเฉลี่ยเพียง 9,343 บาท/ตัน ราคาลดลงจากปี พ.ศ.2536 ถึงร้อยละ 34.7 ราคาส่งออกสับประดกระป๋องของไทยในตลาดสำคัญๆ ลดลงทุกตลาด เนื่องจากการเพิ่มขึ้นมากของผลผลิตสับประดสดในปี พ.ศ.2536 ราคาสับประดสดอ่อนตัวลง โรงงานผลิตจึงเพิ่มปริมาณการผลิตมากขึ้น เป็นผลให้ต้องแข่งขันการส่งออกเพื่อระบายสินค้า เพื่อมิให้สินค้าค้างสต็อกมากเกินไป ทำให้ราคาส่งออกสับประดกระป๋องลดลง โดยเฉพาะราคาส่งออกปสหรัฐอเมริกาตกลงมากที่สุด และเมื่ออุปทานสับประดกระป๋องของไทย รวมทั้งของโลกลดลง ราคาส่งออกจึงเริ่มขยับตัวสูงขึ้นในปี พ.ศ.2538 และต่อเนื่องมาจนถึงปี พ.ศ. 2541

3.2 น้ำสับประรด

3.2.1 การส่งออก

(1) น้ำสับประรดบรรจุภาชนะอัดลม

ช่วงปี พ.ศ.2537-2541 ไทยส่งออกน้ำสับประรดบรรจุภาชนะอัดลมเฉลี่ยปีละ 26,335 ตัน มูลค่าเฉลี่ย 700.8 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของปริมาณและมูลค่าส่งออกน้ำสับประรดทั้งหมด อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการส่งออกน้ำสับประรดบรรจุภาชนะมีแนวโน้มลดลงเป็นลำดับ จากสัดส่วนปริมาณส่งออกที่มีอยู่ถึงร้อยละ 37.8 ในปี พ.ศ.2537 ลดลงเหลือร้อยละ 25.3 ในปี พ.ศ.2540 และในปี พ.ศ.2541 ไทยส่งออกได้ 12,079 ตัน มูลค่า 570.1 ล้านบาท ปริมาณลดจากร้อยละ 23.2 ส่วนมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 14.4 โดยมีสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกหลักของไทย (ตารางสถิติที่ 3.6 และ 3.7)

(2) น้ำสับประรดที่มีได้บรรจุภาชนะอัดลม

ไทยส่งออกน้ำสับประรดที่มีได้บรรจุภาชนะอัดลมในช่วงปี พ.ศ.2537-2541 เฉลี่ยปีละ 57,808 ตัน มูลค่าเฉลี่ย 1,634.8 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของปริมาณและมูลค่าส่งออกน้ำสับประรดทั้งหมด โดยมีสัดส่วนส่งออกสูงขึ้นจากร้อยละ 60.6 ในปี พ.ศ.2537 เป็นร้อยละ 74.7 ในปี พ.ศ.2540 และในปี พ.ศ.2541 ส่งออกได้ 56,599 ตัน มูลค่า 1,875.1 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 21.8 และ 9.2 ตามลำดับ ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป (เนเธอร์แลนด์และสเปน) สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอิสราเอล (ตารางสถิติที่ 3.8 และ 3.9)

แนวโน้มการส่งออกน้ำสับประรดของไทย เริ่มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 ต่อเนื่องมาถึงปี พ.ศ.2540 คาดว่าจะเป็นผลมาจากการขาดแคลนวัตถุดิบหรือสับประรดสดที่จะป้อนโรงงาน ประกอบกับสหรัฐอเมริกาและบราซิล ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตน้ำส้มรายใหญ่ของโลกผลิตส้มได้มากขึ้น

3.3 สัดส่วนการผลิตและส่วนแบ่งตลาด

ประเทศไทยได้ชื่อว่า เป็นผู้ผลิตและส่งออกสับประรดกระป๋องรายใหญ่ที่สุดในโลกโดยมีสัดส่วนการผลิตและส่วนแบ่งตลาดสับประรดและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์สับประรดแปรรูปของไทยในตลาดต่างประเทศ

ปี	สัดส่วนของไทย (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	2541
1. ผลผลิตสับประรด	18.2	15.9	16.3	15.7
2. การส่งออกสับประรดกระป๋อง	39.1	35.0	28.2	-
3. การส่งออกน้ำสับประรด	29.5	24.4	17.5	-
4. ตลาดสหภาพยุโรป				
- สับประรดกระป๋อง	32.4	36.4	32.8	-
- น้ำสับประรด	23.6	25.8	20.4	-
5. ตลาดสหรัฐอเมริกา				
- สับประรดกระป๋อง	34.7	27.9	24.2	-
- น้ำสับประรด	41.9	47.6	37.0	-
6. ตลาดญี่ปุ่น				
- สับประรดกระป๋อง	46.7	43.6	37.4	46.9
- น้ำสับประรด	47.1	54.2	41.8	51.8

- ที่มา:
1. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
 2. ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
 3. ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
 4. Eurostat
 5. Department of states, Washington D.C
 6. JETRO THAILAND

3.4 ประเทศคู่แข่งชั้นสำคัญของไทย

ประเทศคู่แข่งสำคัญของไทยในด้านการค้าสับประรดกระป๋องและน้ำสับประรด ทั้งในปัจจุบันและอนาคต จะยังเป็นฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ซึ่งขณะนี้ทั้งสองประเทศจะได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต สำหรับประเทศอื่นๆ ที่คาดว่าจะก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งกับไทย คือ เกาหลี ที่ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าในตลาดสหภาพยุโรป นอกจากนั้นเวียดนามก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่น่าจับตามอง แม้ว่าในระยะสั้นภาพของการเป็นประเทศคู่แข่งชั้นจะยังไม่ปรากฏชัดเจน ส่วนมาเลเซียและจีน ซึ่งสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาได้ แต่ปริมาณการผลิตของทั้งสองประเทศค่อนข้างคงที่

ฟิลิปปินส์

- แหล่งผลิตสำคัญอยู่ในเขต Northern Mindanao, Southern Mindanao และ Southern Tagalog
- มีผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องรายใหญ่ 3 ราย คือ Del Monte Philippines, Crown Fruits และ Dole Philippines
- ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกประกอบด้วย สับปะรดในน้ำเชื่อมบรรจุกระป๋อง น้ำสับปะรด และ สับปะรดอบแห้ง
- ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 60 ของปริมาณส่งออกทั้งหมด) รองลงไป คือ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น

อินโดนีเซีย

- การส่งออกผักและผลไม้แปรรูปเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะมีสับปะรดเป็นหลัก
- มีผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องสำคัญรายเดียว คือ Great Giant Pineapple Co.Ltd.
- มีข้อจำกัด คือ แรงงานมีคุณภาพต่ำ และผลิตภัณฑ์ยังมีคุณภาพต่ำ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลประมาณการ และการพยากรณ์ของสับประรดกระป๋อง

บทนี้แสดงสถิติเบื้องต้นของการส่งออกและปัจจัยกำหนดการส่งออก ผลการประมาณการอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย ตลอดจนการพยากรณ์ช่วงเวลาในปี พ.ศ.2542

4.1 สถิติเบื้องต้น

ตลาดสหรัฐอเมริกา

ตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกสับประรดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยเป็นตลาดที่มีการแข่งขันด้านราคาสูง การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลงระหว่างปี พ.ศ.2538-2541 (แผนภาพที่ 4.1) ทั้งนี้

- 1) ปริมาณการผลิตสับประรดลดลงเนื่องมาจากอากาศร้อนและแห้งแล้งในช่วงปี พ.ศ. 2540-2541
- 2) ผู้ผลิตต้องเสียอากรต่อต้านการทุ่มตลาด ในตั้งแต่ปี พ.ศ.2538 ซึ่งสินค้าส่งออกไทยต้องเสียภาษีนำเข้าสูงถึง 24.64% โดยเฉลี่ย และลดลงเหลือ 16.48% ในปี พ.ศ. 2540
- 3) การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ได้แก่ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นทำให้ระดับราคาสับประรดและระดับราคาเปรียบเทียบระหว่างประเทศของสินค้าสับประรดกระป๋องของไทยสูงขึ้นและเสียเปรียบคู่แข่งอย่างมาก (แผนภาพที่ 4.4)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

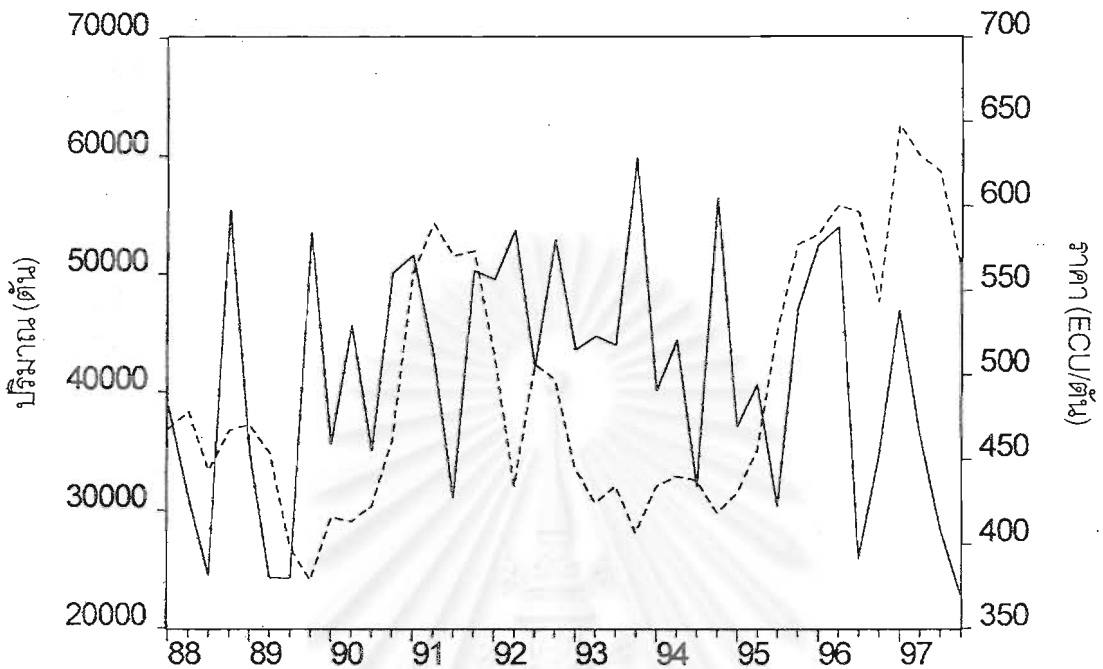
แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาส่งประดกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา



ตลาดสหภาพยุโรป

ปริมาณการส่งออกส่งประดกระป๋องของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรปตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 ถึง พ.ศ.2539 มีแนวโน้มทรงตัว (แผนภาพที่ 4.2) ในขณะที่ราคาส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปในรูปเงินสกุล ECU มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 นอกจากนั้นประเทศไทยไม่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบในด้านของราคาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง (แผนภาพที่ 4.4) แต่อย่างไรก็ตามมีข้อน่าสังเกตว่าดัชนีราคาเปรียบเทียบมีลักษณะผันผวนมาก แสดงถึงความเสี่ยงที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แผนภาพที่ 4.2 ปริมาณการส่งออกและราคาส่งปกระป๋องของไทยในตลาดสหภาพยุโรป

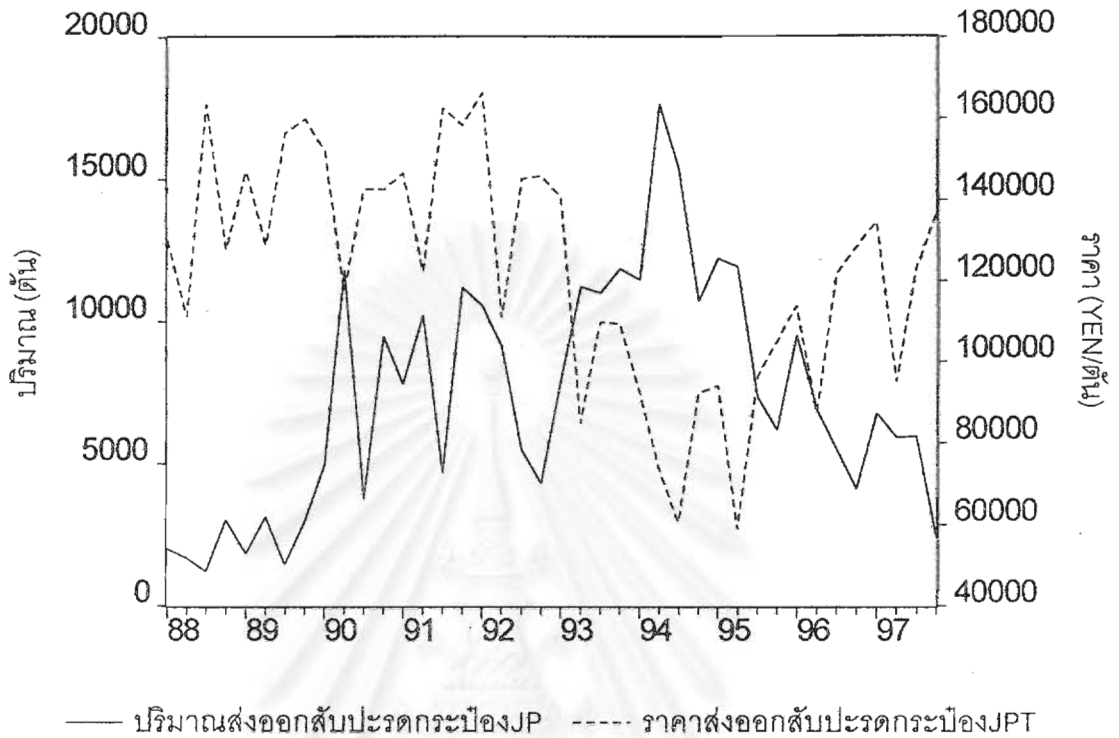


— ปริมาณส่งออกส่งปกระป๋องEU - - - - ราคาส่งออกส่งปกระป๋องEUT

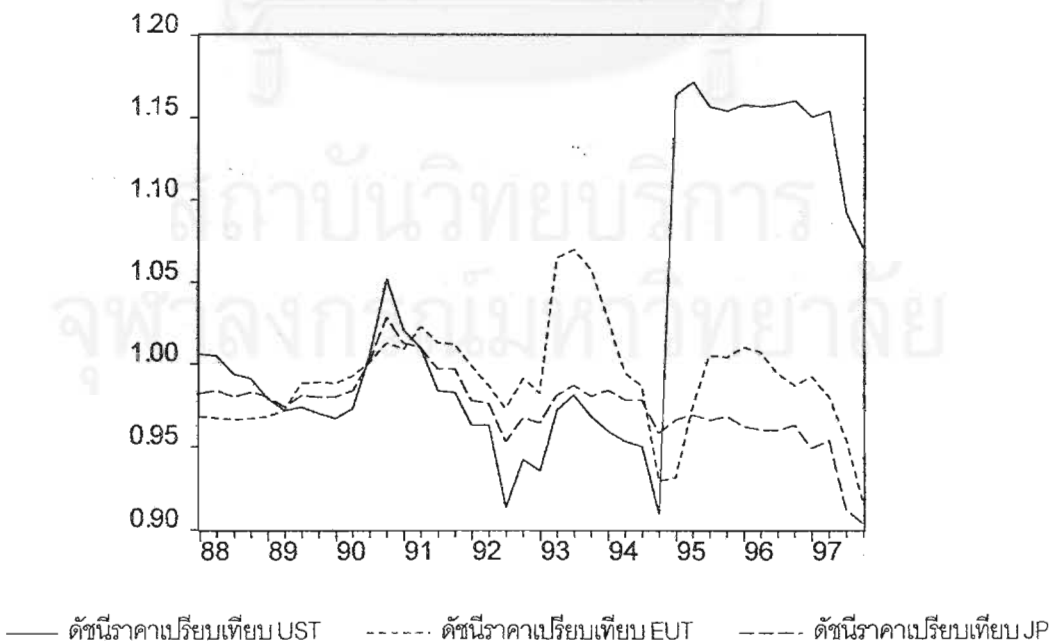
ตลาดญี่ปุ่น

ตลาดส่งปกระป๋องในประเทศญี่ปุ่นนิยมผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ทำให้ได้ราคาขายที่สูงและเป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทยที่สามารถผลิตส่งปกระป๋องได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งอย่างประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ปริมาณการส่งออกของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นสูงสุดในช่วงปี พ.ศ.2537 ซึ่งเป็นปีที่ไทยมีผลผลิตของส่งปกระป๋องสูง จากนั้นการส่งออกส่งปกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลง (แผนภาพที่ 4.3) ในขณะที่ราคาส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นในรูปเงินเยนมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างมาก เนื่องจากค่าเงินเยนที่อ่อนตัวลงและราคาส่งปกระป๋องในรูปเงินบาทที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้เปรียบทางด้านราคาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ทั้งนี้เนื่องจากค่าเงินสกุลเปโซที่แท้จริงมีค่าแข็งขึ้นเมื่อเทียบกับเงินบาท

แผนภาพที่ 4.3 ปริมาณการส่งออกและราคาต่างประเทศของไทยในตลาดญี่ปุ่น



แผนภาพที่ 4.4 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างต่างประเทศของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ



4.2 ผลการประมาณการ

ตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการประมาณการอุปสงค์การส่งออกของสับประรดในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าระดับราคาสับประรดกระป๋อง² มีผลทางด้านลบต่ออุปสงค์ของสหรัฐอเมริกา โดยค่าความยืดหยุ่นประมาณ -1.18 หมายความว่า ถ้าราคาสับประรดกระป๋องภายหลังจากเก็บภาษีศุลกากรเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้ปริมาณนำเข้าสับประรดกระป๋องจากประเทศไทยลดลง 1.18% ทั้งนี้เนื่องจากมีผักและผลไม้หลายประเภทที่ใช้ทดแทนสับประรดกระป๋องของไทยที่ใช้ส่วนใหญ่ในสลัดและขนมต่างๆ ดังนั้นแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของระดับราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย (อันเนื่องมาจากการเก็บภาษีศุลกากรในกรณี Anti Dumping และต้นทุนในการปลูกสับประรดที่สูง) ส่งผลให้การส่งออกสับประรดของไทยชะลอตัวลงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และจากการคำนวณ พบว่า มาตรการภาษี Anti Dumping ในอัตรา 24.64% ทำให้การส่งออกของไทยลดลงประมาณ 29%

นอกจากนี้พบว่าระดับรายได้ของสหรัฐอเมริกาไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกของไทย

ระดับราคาโดยเปรียบเทียบทางด้านราคาส่งออกยังไม่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก แต่ความสัมพันธ์ยังไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อไทย ระดับปริมาณผลผลิตสับประรดของไทยไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปริมาณการส่งออกรายไตรมาสของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้พบว่า การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ขึ้นอยู่กับฤดูกาล กล่าวคือการส่งออกสับประรดกระป๋องอยู่ในระดับสูงในช่วงไตรมาสที่ 1 และที่ 2 เพื่อไปใช้บริโภคในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 และการส่งออกจะชะลอตัวในช่วงไตรมาสที่ 3

ตัวแปรหุ่น Anti Dumping ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2537 ไม่มีส่วนช่วยอธิบายการส่งออกของไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้หมายความว่าผลกระทบของมาตรการ Anti

² ราคาสับประรดกระป๋องรวมอัตราภาษีนำเข้า ซึ่งสหรัฐอเมริกาเก็บจากผู้ส่งออกไทยในมาตรการ Anti Dumping โดยในการศึกษาสมมติให้อัตราภาษีนำเข้าเฉลี่ยแก่ผู้ส่งออกไทยมีค่า 24.64% ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2537 ถึงแม้ว่าอัตราภาษีนำเข้าจะลดลงเหลือ 16.48% ในปี พ.ศ.2540 แต่อัตราดังกล่าวยังไม่ Effective จนกระทั่งปัจจุบัน

Dumping ได้ส่งผลกระทบต่อผ่านทางตัวแปรระดับราคาเป็นสำคัญ การศึกษาไม่พบผลกระทบทางด้านอื่นๆ เช่น จิตวิทยาของ Anti Dumping ต่อการส่งออกของไทย

นอกจากนี้การส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาไม่ขึ้นกับปริมาณการผลิตสับปะรดของไทย (เมื่อระดับราคาคงที่)

ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายอุปสงค์ของสับปะรดกระป๋องได้ประมาณ 81%
(Adjusted $R^2 = 0.81$)

ตลาดสหภาพยุโรป

จากการประมาณการอุปสงค์ต่อการส่งออกของสินค้าสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาดสหภาพยุโรป พบว่าระดับราคาสับปะรดกระป๋องไม่กระทบต่อปริมาณการส่งออกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งตรงข้ามกับในกรณีของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น

นอกจากนี้ตัวแปรทางด้านระดับรายได้ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ประมาณ 0.13 แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ว่าระดับรายได้ไม่มีความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าสับปะรดกระป๋องของไทย

ผลจากการประมาณผลกระทบระดับราคาสับปะรดส่งออกระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ อินโดนีเซีย เคนยา และฟิลิปปินส์ พบว่าระดับราคาเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่งไม่มีผลกระทบต่อส่งออกของไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับในตลาดสหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้การส่งออกของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรปจะมียอดสูงในช่วงไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นช่วงเทศกาล และลดลงในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 2 และจะต่ำสุดในช่วงไตรมาสที่ 3³

ปัจจัยด้านปริมาณอุปทานของผลผลิตสับประรดสดของไทยไม่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกับในตลาดสหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้ตัวแปรหุ่นแทนระบบ GSP ใหม่ ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 ไม่มีแสดงนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกของสินค้าสับประรดกระป๋องของไทยในตลาดสหภาพยุโรป

ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.465

ตลาดญี่ปุ่น

จากการประมาณการอุปสงค์การส่งออกของสับประรดในตลาดญี่ปุ่นพบว่า ระดับราคาสับประรดกระป๋องมีผลทางด้านลบต่ออุปสงค์ของญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 10% โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.85 โดยเทียบกับค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของอุปสงค์ในสหรัฐอเมริกาเท่ากับ -1.181 ทั้งนี้เนื่องจากมีสินค้าทดแทนสับประรดกระป๋องของไทยค่อนข้างมากเช่นเดียวกับในสหรัฐอเมริกา⁴

สถาบันวิจัยบริการ

³ ในการศึกษาผลกระทบของสิทธิทางด้านภาษีศุลกากรเข้าสหภาพยุโรป ซึ่งเริ่มเป็นระบบ GSP ใหม่ ในเดือนมกราคมปี พ.ศ.2540 โดยอัตราใหม่ส่งผลให้อัตราภาษีเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 6% ในปี พ.ศ.2540-2541 และ 8% ในปี พ.ศ.2538 จากเดิมที่เก็บอัตราภาษีในอัตราประมาณ 12-15% นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับผลกระทบในแง่ราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งโดยราคาของสับประรดกระป๋องของไทยแพงขึ้นประมาณ 2% ในปี พ.ศ.2540-2541 และ 4% ตั้งแต่ปี พ.ศ.2542

แต่จากผลการประมาณการพบว่า ระดับราคาและระดับราคาโดยเปรียบเทียบ ไม่มีผลต่อการส่งออกของไทยในตลาดสหภาพยุโรปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ในการคำนวณผลกระทบพบว่าจะทำให้การส่งออกของไทยลดลง -4.5% ในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 และประมาณ -9% ในปี พ.ศ.2542 เป็นต้นไป

⁴ ประเทศญี่ปุ่นใช้มาตรการ Quota Tariff ซึ่งเริ่มในไตรมาสที่ 2 ดังนั้นในไตรมาสที่ 2 การนำเข้าจะถูกเก็บในอัตราภาษี 0% และในไตรมาสที่ 1,3 และ 4 จะถูกเก็บในอัตรา 35%

ตัวแปรระดับรายได้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับอุปสงค์การส่งออกของสินค้าไทยในตลาดญี่ปุ่น เช่นเดียวกันทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดในสหภาพยุโรป นอกจากนี้ตัวแปรระดับราคาโดยเปรียบเทียบระหว่างราคาสินค้าจากประเทศไทยและราคาจากประเทศคู่แข่ง ได้แก่ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ มีความสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกา

ทางด้านตัวแปรฤดูกาล การส่งออกของสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นสูงสุดในไตรมาสที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยสำคัญอาจเนื่องมาจาก Quota Tariff ในช่วงไตรมาสที่ 2 ทำให้ผู้นำเข้าต้องเร่งนำเข้าในช่วงไตรมาสที่ 2

นอกจากนี้ปริมาณการส่งออกของไทยไปตลาดญี่ปุ่นขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตสับปะรดสดของไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ถ้าปริมาณผลผลิตสับปะรดสดเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้การส่งออกไปยังญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 1.32%

ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.499

หมายเหตุ

การลดลงของอุปสงค์การส่งออกของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วง พ.ศ.2539-2540 เป็นสาเหตุจากการ Anti Dumping ซึ่งทำให้ราคานำเข้าสับปะรดของไทยสูงขึ้นอย่างมาก ทำให้ Market Share ของสับปะรดประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลงจาก 46% ในปี พ.ศ.2537 เหลือ 27.9% ในปี พ.ศ.2539 ในขณะที่สัดส่วนการครองตลาดของน้ำสับปะรด ซึ่งไม่มีผลกระทบจากมาตรการ Anti Dumping ยังมีแนวโน้มคงที่

ความเสียเปรียบระหว่างประเทศในด้านราคาและต้นทุนไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านอุปทานของประเทศคู่แข่ง ซึ่งมีต้นทุนที่ถูกกว่า อาทิเช่น ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ยกเว้นตลาดญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.1 ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องในตลาดต่างๆ

ตลาดสหรัฐอเมริกา			ตลาดสหภาพยุโรป			ตลาดญี่ปุ่น		
2531:1-2540:2			2531:1-2540:2			2533:1-2540:2		
ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat
ค่าคงที่	26.062	1.899	ค่าคงที่	5.207	1.292	ค่าคงที่	4.891	0.293
LOG(ระดับราคาและภาษีนำเข้า)	-1.181	-6.069	LOG(ระดับราคาและภาษีนำเข้า)	0.034	0.090	LOG(ระดับราคาและภาษีนำเข้า)	-0.855	-3.530
LOG(ระดับรายได้)	-1.465	-0.919	LOG(ระดับรายได้)	0.134	0.341	LOG(ระดับรายได้)	0.261	0.192
LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบและภาษี)	-0.097	-0.073	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบและภาษี)	1.765	1.289	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	10.192	2.833
ไตรมาส 1	0.277	2.733	ไตรมาส 1	-0.165	-1.977	ไตรมาส 1	0.198	1.188
ไตรมาส 2	0.247	2.203	ไตรมาส 2	-0.221	-2.582	ไตรมาส 2	0.066	0.398
ไตรมาส 3	-0.307	-3.064	ไตรมาส 3	-0.486	-5.997	ไตรมาส 3	-0.142	-0.836
ปริมาณผลผลิต	0.458	0.401	ปริมาณผลผลิต	0.413	0.765	ปริมาณผลผลิต	1.322	2.517
นโยบายตอบโต้ทุ่มตลาด	-0.015	-0.037						
AR(1)	0.590	3.222	AR(1)	0.203	1.072	AR(1)	-0.146	-0.703
Adjusted R-squared	0.813		Adjusted R-squared	0.465		Adjusted R-squared	0.499	
Durbin-Watson stat	1.891		Durbin-Watson stat	1.847		Durbin-Watson stat	2.079	
F-statistic	18.362		F-statistic	4.905		F-statistic	4.611	

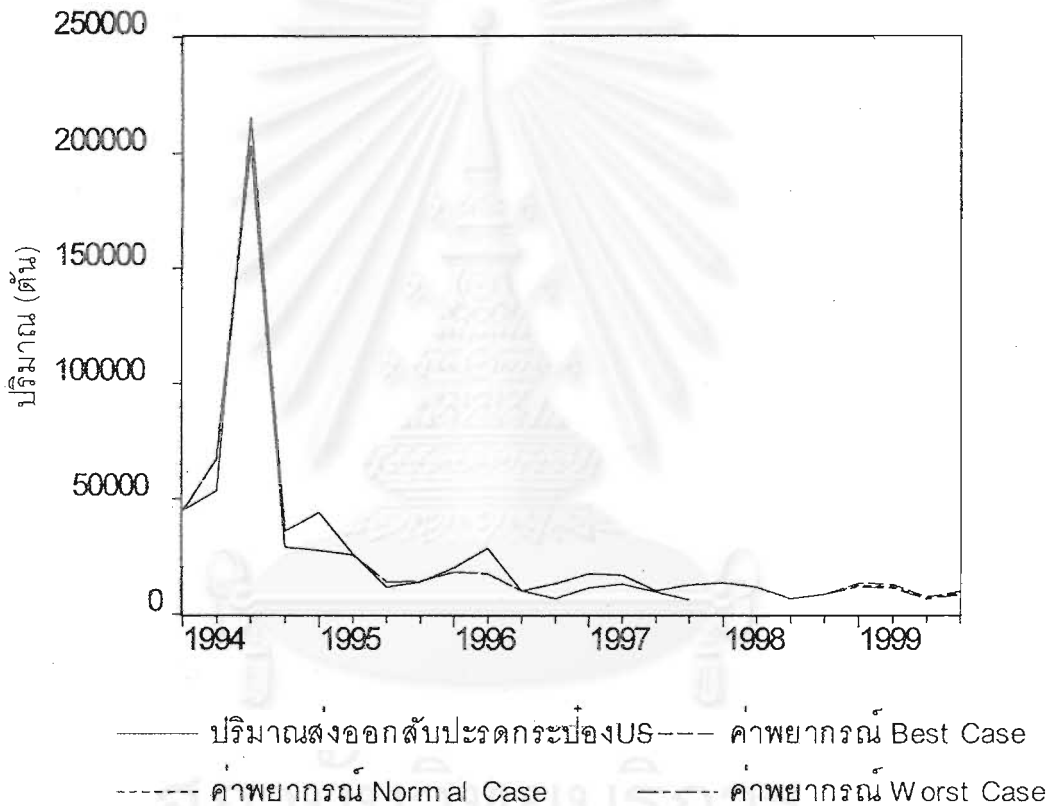
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 การพยากรณ์

ตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลง กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 40,490 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการขยายตัว -0.5%

แผนภาพที่ 4.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา

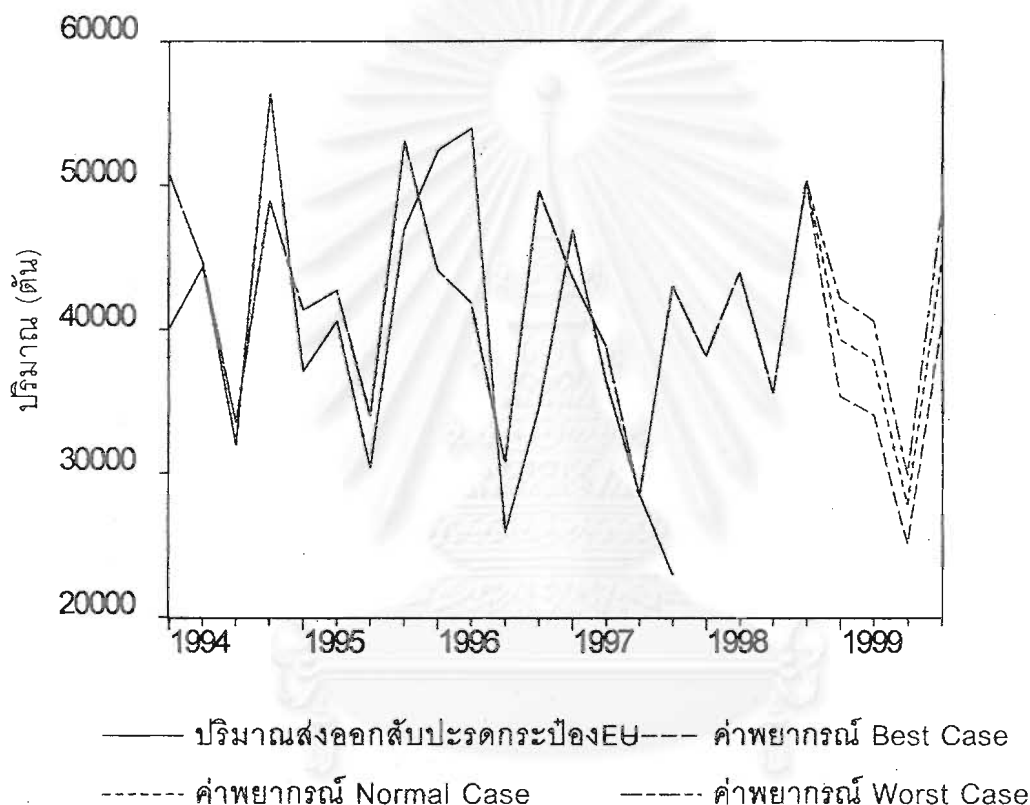


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดสหภาพยุโรป

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิจ คาดว่าปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋อง ไปยังตลาดสหภาพยุโรปมีแนวโน้มลดลงกล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 149,600 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการขยายตัว -10.9%

แผนภาพที่ 4.6 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องในตลาดสหภาพยุโรป

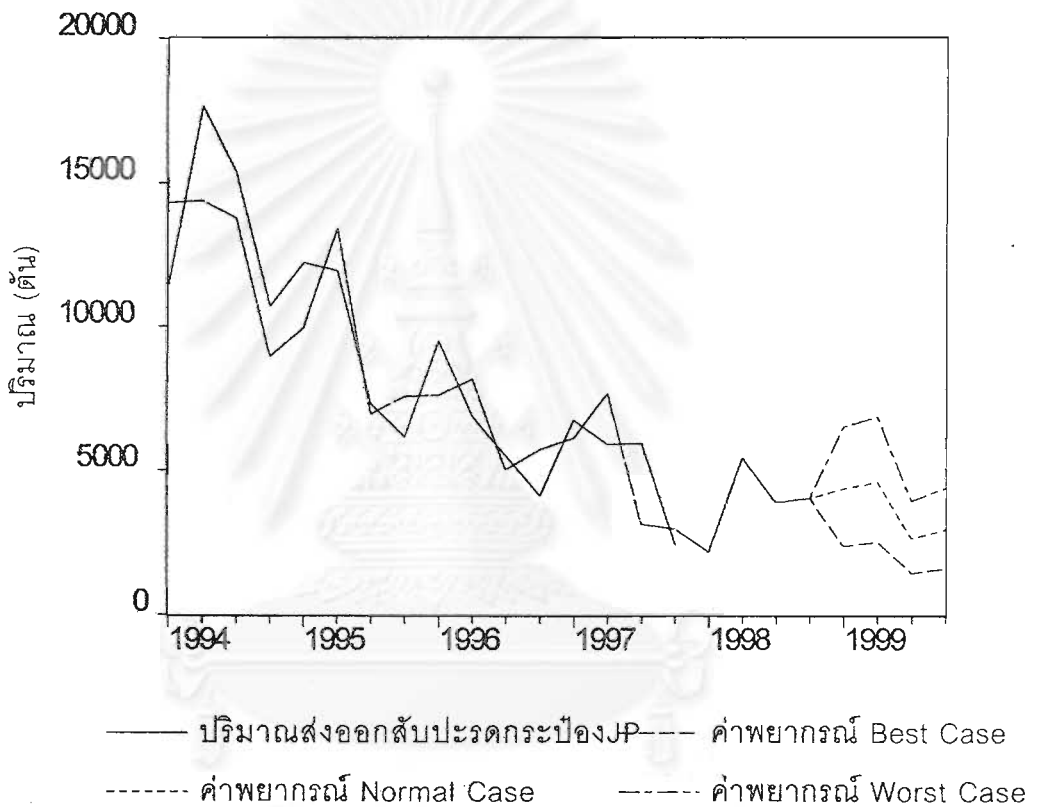


สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตลาดญี่ปุ่น

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิจ คาดว่าปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงกล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 14,537 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการขยายตัว -6.4%

แผนภาพที่ 4.7 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องในตลาดญี่ปุ่น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

ผลประมาณการ และการพยากรณ์ของน้ำส้มประด

บทนี้แสดงสถิติเบื้องต้นของการส่งออกและปัจจัยกำหนดการส่งออกของน้ำส้มประดของ ไทย ตลอดจนการพยากรณ์การส่งออกในปี พ.ศ.2542

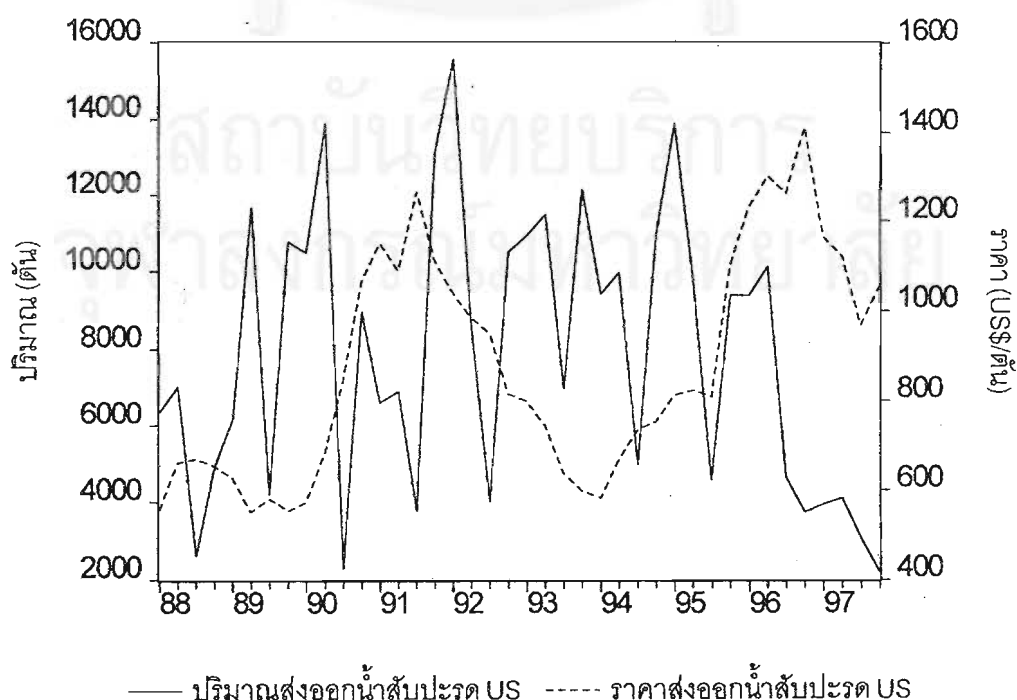
5.1 สถิติเบื้องต้น

ตลาดสหรัฐอเมริกา

ปริมาณการส่งออกน้ำส้มประดของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปี พ.ศ.2538 และในปี พ.ศ.2539 ปริมาณการส่งออกลดลงอย่างชัดเจน ในขณะที่ราคาส่งออกน้ำส้มประดของไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 จนกระทั่งมีการลดตัวค่าเงินบาทในปี พ.ศ.2540 (แผนภาพที่ 5.1)

เมื่อพิจารณาความได้เปรียบเสียเปรียบทางด้านระดับราคาเปรียบเทียบ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างคู่แข่งฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียพบว่า ประเทศไทยได้เปรียบประเทศฟิลิปปินส์ แต่เสียเปรียบประเทศอินโดนีเซีย (แผนภาพที่ 5.4)

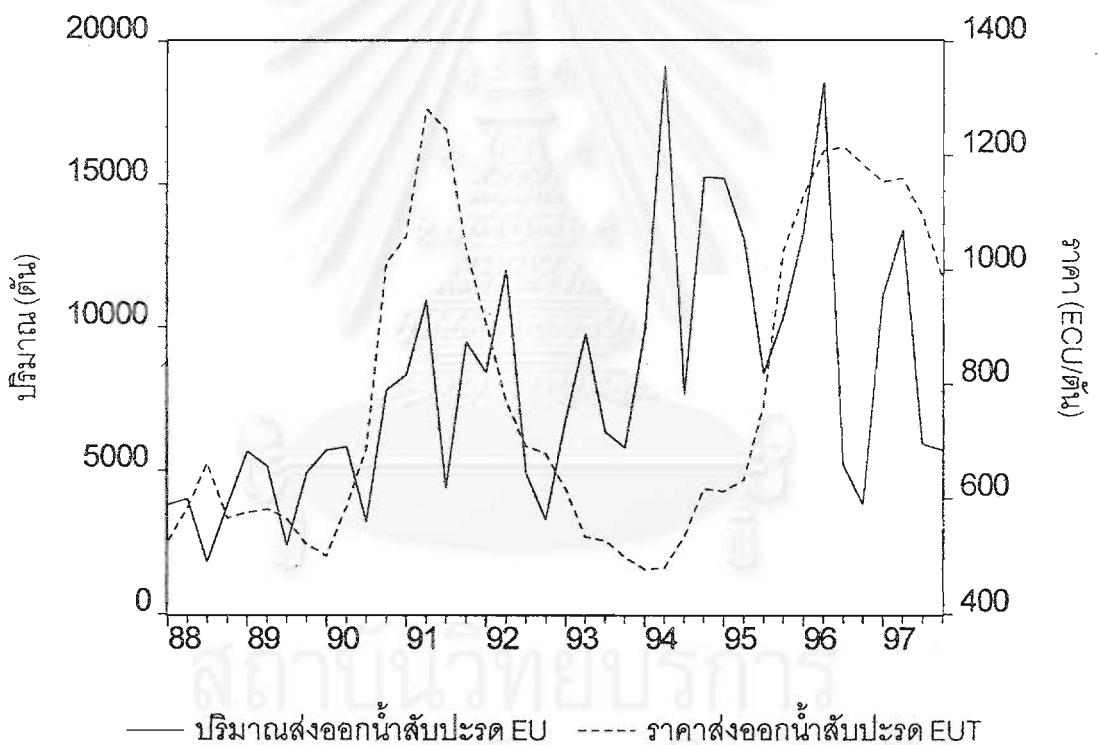
แผนภาพที่ 5.1 ปริมาณการส่งออกและราคาน้ำส้มประดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา



ตลาดสหภาพยุโรป

ปริมาณการส่งออกน้ำส้มประรดของไทยไปยังสหภาพยุโรป มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 จนกระทั่ง พ.ศ.2540 ในปี พ.ศ.2541 ปริมาณการส่งออกกลับมีแนวโน้มชะลอตัว ทางด้านราคาส่งออกน้ำส้มประรดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ถึงปี พ.ศ.2540 และราคาลดลงในรูป ECU ภายหลังจากลดค่าเงินบาท เมื่อพิจารณาความได้เปรียบเสียเปรียบทางด้านระดับราคาระหว่างคู่แข่ง ไทยมีแนวโน้มได้เปรียบประเทศฟิลิปปินส์ แต่เสียเปรียบอินโดนีเซีย (แผนภาพที่ 5.2 และ 5.4)

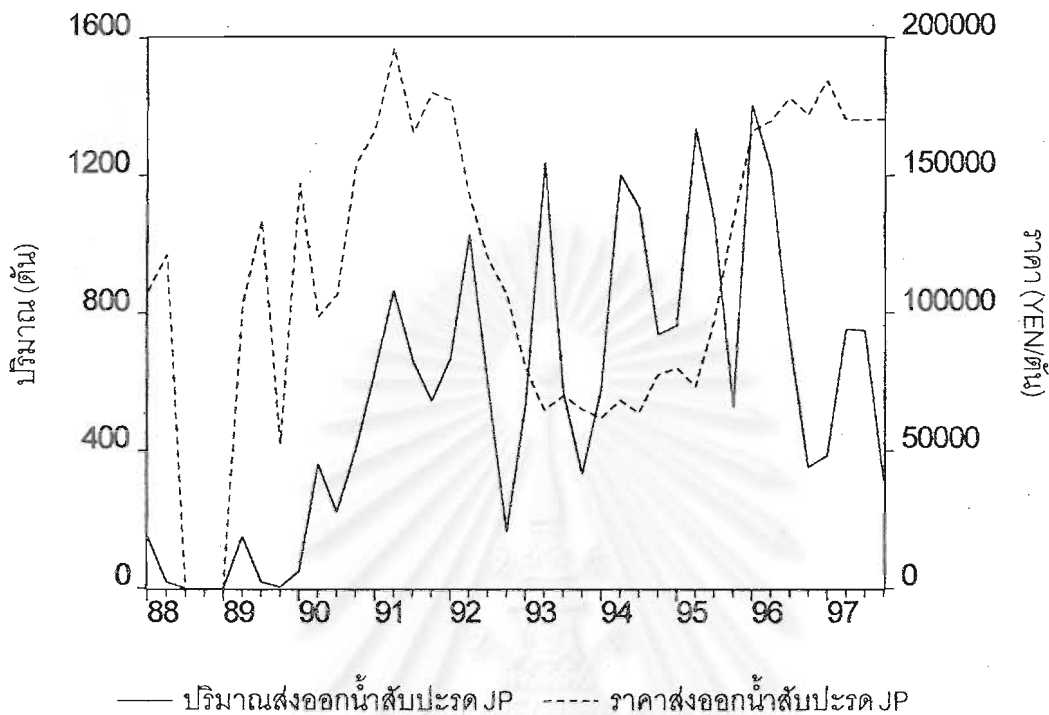
แผนภาพที่ 5.2 ปริมาณการส่งออกและราคาน้ำส้มประรดของไทยในตลาดสหภาพยุโรป



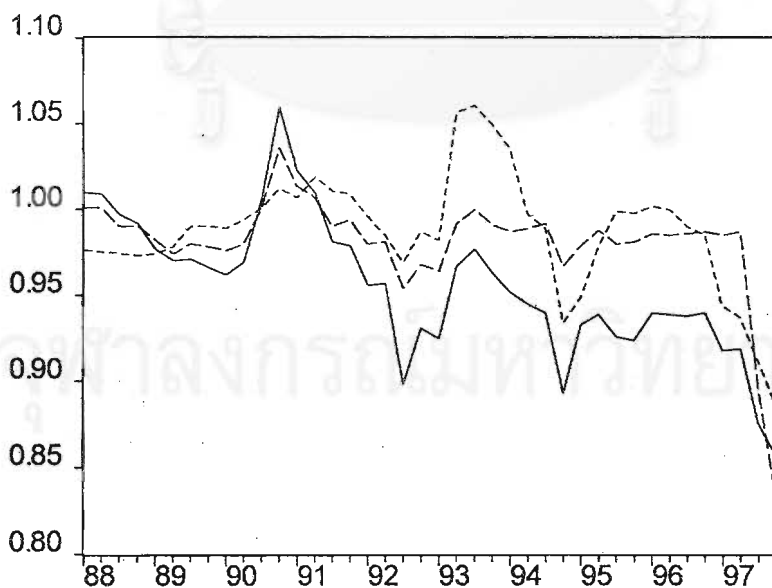
ตลาดญี่ปุ่น

ปริมาณการส่งออกน้ำส้มประรดของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสูงสุดในปี พ.ศ.2539 โดยในปี พ.ศ.2540 การส่งออกลดลงอย่างมาก ทางด้านระดับราคาส่งออกน้ำส้มประรดมีทิศทางเดียวกับในตลาดอื่น ๆ กล่าวคือ ราคาลดลงต่ำสุดในช่วงปี พ.ศ.2535-2537 จากนั้นระดับราคาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทางด้านความได้เปรียบในระดับราคา โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง วัดจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง โดยที่ผ่านมาไทยมีแนวโน้มได้เปรียบกับประเทศฟิลิปปินส์ แต่เสียเปรียบกับประเทศอินโดนีเซีย (แผนภาพที่ 5.3 และ 5.4)

แผนภาพที่ 5.3 ปริมาณการส่งออกและราคาน้ำส้มประรดของไทยในตลาดญี่ปุ่น



แผนภาพที่ 5.4 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างน้ำส้มประรดของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ



— ดัชนีราคาเปรียบเทียบ US - - - - ดัชนีราคาเปรียบเทียบ EU - . - . - ดัชนีราคาเปรียบเทียบ JP

5.2 ผลการประมาณการ

ตลาดสหรัฐอเมริกา

ผลการประมาณการอุปสงค์ต่อปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดในตลาดสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 5.1) พบว่าระดับราคาน้ำสับปะรดมีความสัมพันธ์ทางด้านลบ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อปริมาณการส่งออกของไทย โดยค่าความยืดหยุ่นประมาณ -0.40

การเพิ่มขึ้นระดับรายได้ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์ของน้ำสับปะรด นอกจากนี้ระดับราคาโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศคู่แข่ง คือ ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติในการอธิบายปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของไทย ทั้งนี้ที่ผ่านมามีประเทศไทยเสียเปรียบทางด้านราคาต่อประเทศคู่แข่ง แต่ความเสียเปรียบดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อผลการส่งออกของไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการประมาณยังพบว่าผลการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในช่วงไตรมาสที่ 3 ซึ่งเป็นช่วงฤดูร้อนที่มีการบริโภคสูงสุด ดังนั้นการส่งออกของไทยจะมีแนวโน้มสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 2 ดังนั้นการปรับตัวของสต็อกในสหรัฐอเมริกาเป็นปัจจัยที่กำหนดการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่า Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.573

ตลาดสหภาพยุโรป

ผลการประมาณการสมการอุปสงค์การส่งออกสินค้าน้ำสับปะรดของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรป (ตารางที่ 5.1) พบว่าระดับราคาน้ำสับปะรดไม่มีผลต่อระดับอุปสงค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ระดับรายได้มีผลกระทบด้านนอกต่ออุปสงค์ โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ประมาณ 1.87 ซึ่งนับว่ามีความยืดหยุ่นสูง ซึ่งในกรณีนี้พฤติกรรมกรรมการส่งออกในตลาดสหภาพยุโรป เมื่อเทียบกับตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่น ซึ่งรายได้ไม่มีนัยสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์ของน้ำสับปะรด

ระดับราคาโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง (ประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย) ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับการส่งออกของไทย ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความเสียเปรียบทางด้านราคากับประเทศคู่แข่งค่อนข้างสูง โดยเมื่อเปรียบเทียบ

กับปี พ.ศ.2533 ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านค่าเงินบาทและความเสียเปรียบด้านสิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากรในระบบ GSP

การส่งออกน้ำส้มประดของไทยไปยังสหภาพยุโรปอยู่ในระดับสูงในไตรมาสที่ 1 และ 2 โดยปริมาณการส่งออกจะอยู่ในระดับสูงสุดในไตรมาสที่ 2 เพื่อการบริโภคในช่วงไตรมาส 2 และ 3 จากนั้นปริมาณการส่งออกจะลดลงต่ำสุดในช่วงไตรมาสที่ 3 ซึ่งเป็นช่วงที่การบริโภคอยู่ในระดับสูงสุดในช่วงฤดูร้อน

ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.678

ตลาดญี่ปุ่น

จากผลประมาณการสมการการส่งออกน้ำส้มประดของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น พบว่าระดับราคา และระดับราคาโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งไม่มีผลกระทบต่อส่งออกของไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นพฤติกรรมเช่นเดียวกันกับในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดสหภาพยุโรป

นอกจากนั้นระดับรายได้ของชาวญี่ปุ่นไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับอุปสงค์ของน้ำส้มประดของไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น ซึ่งเป็นพฤติกรรมเดียวกับในตลาดสหรัฐอเมริกา

เนื่องจากอุปสงค์ในการบริโภคในตลาดญี่ปุ่นอยู่ในระดับสูงสุดในช่วงฤดูร้อนไตรมาส 3 และต่ำสุดในช่วงฤดูหนาวไตรมาสที่ 1 ดังนั้นการส่งออกของไทยมีปริมาณสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 2 เช่นเดียวกันกับการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ในขณะที่เดียวกันการส่งออกไปยังญี่ปุ่นจะต่ำสุดในช่วงไตรมาสที่ 4 ในขณะที่การส่งออกไปยังสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาท่ำสุดในช่วงไตรมาส 3

ค่า Adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.724

ตารางที่ 5.1 ผลประมาณการอุปสงค์การส่งออกน้ำส้มปovidในตลาดต่างๆ

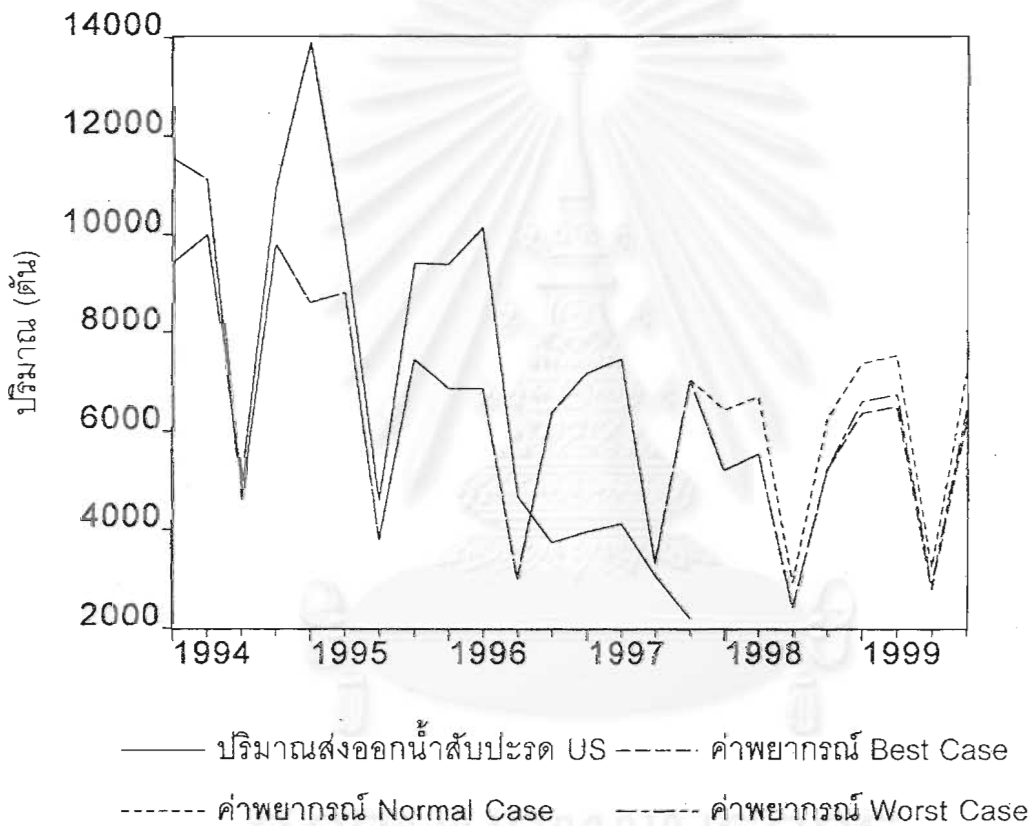
ตลาดสหรัฐอเมริกา			ตลาดสหภาพยุโรป			ตลาดญี่ปุ่น		
2531:1-2540:2			2531:1-2540:2			2531:1-2540:2		
ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat
ค่าคงที่	4.730	0.450	ค่าคงที่	-15.123	-2.110	ค่าคงที่	0.447	0.009
LOG(ระดับราคา)	-0.405	-0.932	LOG(ระดับราคาและภาษีนำเข้า)	0.075	0.222	LOG(ระดับราคา)	-0.110	-0.305
LOG(ระดับรายได้)	-0.229	-0.195	LOG(ระดับรายได้)	1.877	2.272	LOG(ระดับรายได้)	0.379	0.089
LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	0.584	0.210	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบและ GSP)	-1.163	-0.449	LOG(ระดับราคาเปรียบเทียบ)	3.379	0.562
ไตรมาส 1	0.007	0.057	ไตรมาส 1	0.295	2.290	ไตรมาส 1	0.481	3.038
ไตรมาส 2	0.033	0.243	ไตรมาส 2	0.469	3.362	ไตรมาส 2	0.968	5.464
ไตรมาส 3	-0.804	-6.519	ไตรมาส 3	-0.332	-2.614	ไตรมาส 3	0.495	3.077
ปริมาณผลผลิต	1.048	1.020	ปริมาณผลผลิต	0.766	0.717	ปริมาณผลผลิต	0.179	0.119
AR(1)	0.490	2.644	AR(1)	0.404	2.233	AR(1)	0.493	4.854
Adjusted R-squared	0.573		Adjusted R-squared	0.678		Adjusted R-squared	0.724	
Durbin-Watson stat	2.019		Durbin-Watson stat	1.956		Durbin-Watson stat	2.253	
F-statistic	7.044		F-statistic	10.477		F-statistic	10.523	

5.3 การพยากรณ์

ตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกน้ำส้มประรดไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 22,338 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 21.4%

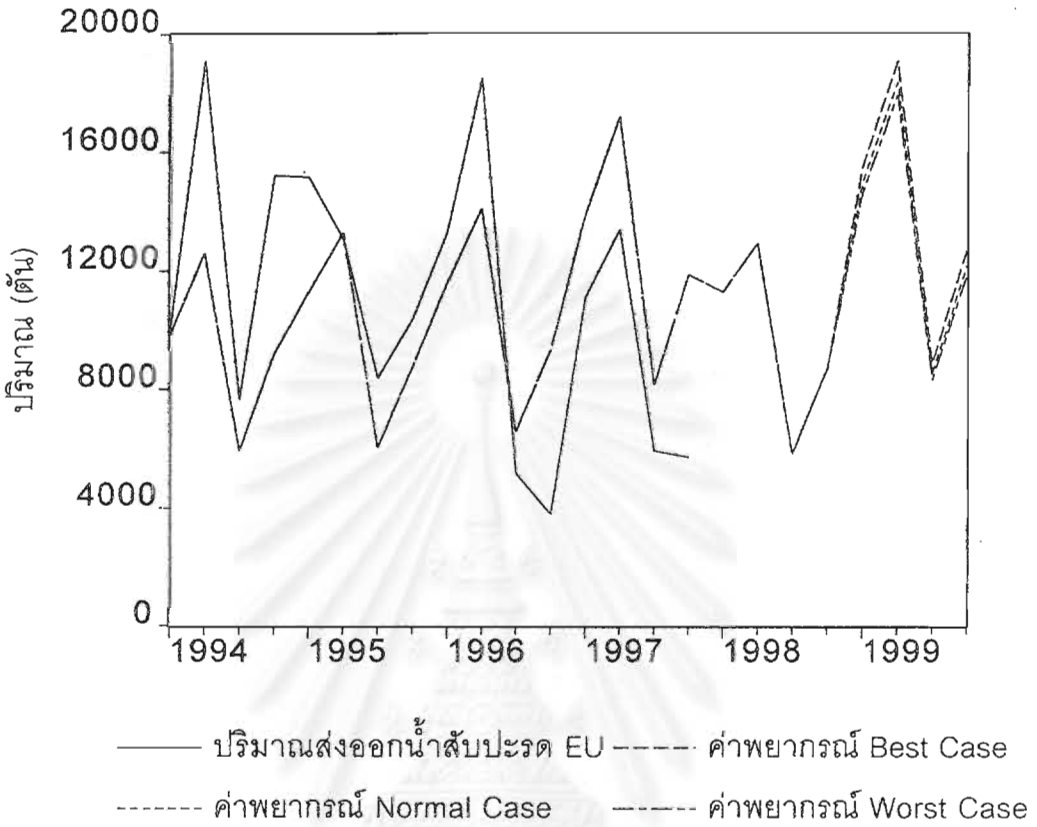
แผนภาพที่ 5.5 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกน้ำส้มประรดในตลาดสหรัฐอเมริกา



ตลาดสหภาพยุโรป

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกน้ำส้มประรดไปยังตลาดสหภาพยุโรปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกจะอยู่ 54,097 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 39.6%

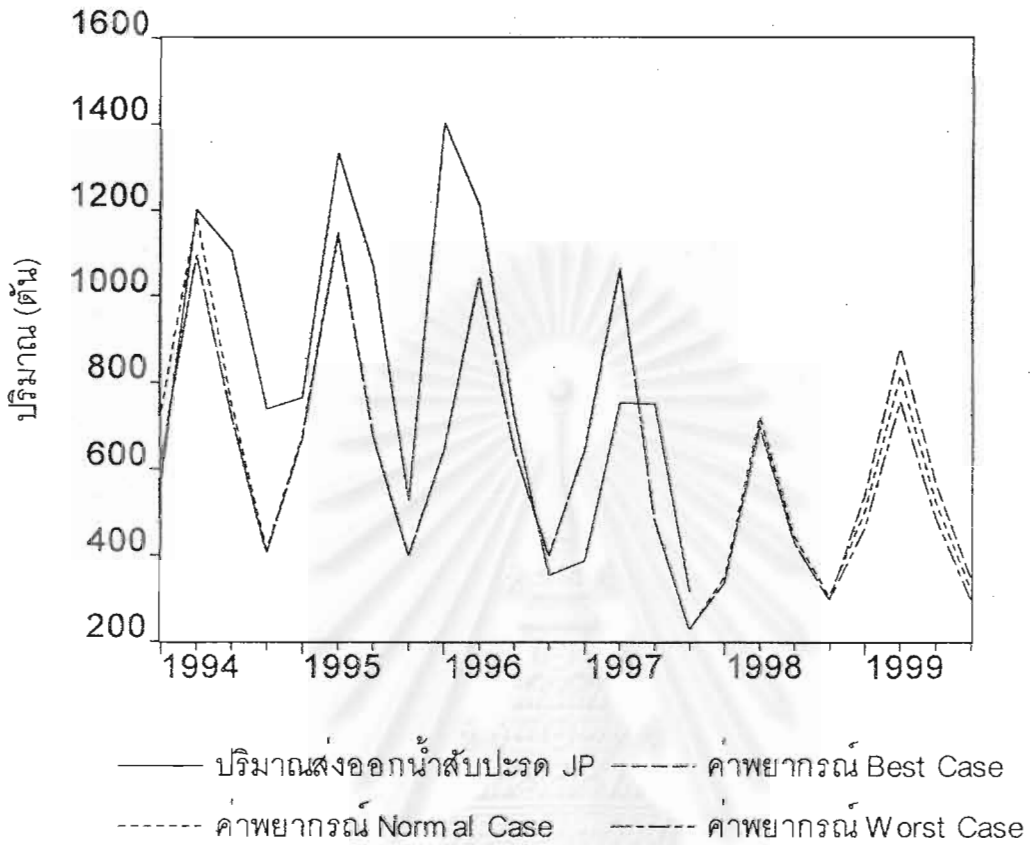
แผนภาพที่ 5.6 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกน้ำส้มปะรดในตลาดสหภาพยุโรป



ตลาดญี่ปุ่น

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกน้ำส้มปะรดไปยังตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือปริมาณการส่งออกจะอยู่ประมาณ 2,128 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 20.9%

แผนภาพที่ 5.7 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกน้ำส้มประดในตลาดญี่ปุ่น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

ปัญหา กฎระเบียบ และนโยบาย

6.1 ปัญหาการส่งออกสับประรดกระป๋อง

6.1.1 ปัญหาการถูกเรียกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (AD) ในสหรัฐอเมริกา

ปี พ.ศ.2537 ไทยส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาถึง 350,414 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2536 เกือบเท่าตัว ขณะที่มีมูลค่าส่งออกเพียง 6,608.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.1 ขณะที่ราคาส่งออกเท่ากับ 5,683 บาท/ตัน ลดลงร้อยละ 59.2 ซึ่งนับว่าเป็นปริมาณส่งออกสูงสุด และราคาส่งออกต่ำสุดเท่าที่เคยปรากฏ เนื่องจากในปี พ.ศ.2536 ไทยผลิตสับประรดกระป๋องได้เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 20 โรงงานผลิตต้องพยายามระบายสินค้าออกไปเพื่อนำเงินทุนมาหมุนเวียนในการผลิต จึงต้องเร่งส่งออกให้มากที่สุด เพื่อมิให้มีสต็อกเหลืออยู่มาก

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยจะมีได้มีเจตนาเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาโดยใช้วิธีอันไม่ชอบธรรม แต่บริษัท Maui Pineapple แห่งมลรัฐฮาวาย ได้ร้องเรียนต่อทางการสหรัฐอเมริกาว่าบริษัทได้รับความเสียหายจากการดำเนินการทางการค้าจากผู้ส่งออกไทย ซึ่งในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2537 กระทรวงพาณิชย์ สหรัฐอเมริกา ได้ประกาศสอบสวนบริษัทผู้ผลิตและส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย และเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ.2538 The International Trade Commission: ITC ประกาศผลการตัดสินขั้นสุดท้ายว่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยสร้างความเสียหายต่ออุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของสหรัฐอเมริกา โดยกำหนดประกาศเรียกเก็บอัตราภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty: AD) ดังนี้

	ร้อยละ
1. บริษัทสยามอุตสาหกรรมเกษตรสับประรดและอื่นๆ จำกัด (มหาชน)	51.16
2. บริษัทโรงงานมาลีสามพราน จำกัด (มหาชน)	41.74
3. บริษัทสับประรดไทย จำกัด (มหาชน)	38.68
4. บริษัทโดลไทยแลนด์ จำกัด	1.73
5. บริษัทอื่นๆ	41.74

แม้ว่าผลของการดำเนินการตามกระบวนการของศาลการค้าระหว่างประเทศ จะยังไม่สิ้นสุด แต่ก็ส่งผลให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ชะลอตัวลงอย่างทันทีทันใด เพราะตามประกาศอัตราภาษีใหม่ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2538 ผู้นำเข้าสับปะรดกระป๋องของไทยในสหรัฐอเมริกา จะต้องวางเงินสดตามอัตราภาษีที่กำหนด จนกว่าผลการสอบสวนจะเสร็จสิ้น จึงจะได้รับเงินค่าภาษีส่วนที่เกินคืน ทำให้เกิดความยุ่งยากแก่ผู้นำเข้า ส่งผลให้ปริมาณนำเข้าจากไทยมีแนวโน้มลดลง เปิดโอกาสให้ประเทศคู่แข่ง คือ ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียแย่งส่วนแบ่งตลาดไป

เป็นเวลากว่า 3 ปีแล้วที่อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยได้รับผลกระทบจากการดำเนินมาตรการต่อต้านการทุ่มตลาดของสหรัฐอเมริกา จากเดิมที่ประเทศไทยเคยมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่ง สูงถึงร้อยละ 49.8 ในปี พ.ศ.2536 แต่ส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวได้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 27.8 ในปี พ.ศ.2540 โดยมีสับปะรดกระป๋องของฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซียเข้ามาแทนที่

ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ สหรัฐอเมริกา ได้ทบทวนประกาศผลการทบทวนอัตราอากรต่อต้านการทุ่มตลาดไปแล้ว 2 ครั้ง ครั้งแรกเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2541 และครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2541 ซึ่งปรากฏว่าอัตราอากร AD ลดลงเป็นส่วนใหญ่

6.1.2 ปัญหาจากระบบ GSP ใหม่ของสหภาพยุโรป

คณะมนตรีสหภาพยุโรป ได้ให้ความเห็นชอบโครงการ GSP ใหม่ สำหรับสินค้าเกษตร เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2539 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2540 ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ.2542

ร่างระบบ GSP ใหม่ นี้ มีการปรับเปลี่ยนระบบเดิม เช่น ยกเลิกโควต้า GSP แต่ให้วิธีให้ส่วนลดหย่อนภาษีจากภาษีปกติ (MFN) แทน โดยแบ่งสินค้าออกเป็น 4 กลุ่ม ตามความอ่อนไหวของกลุ่มสินค้า ดังนี้

- Very-Sensitive (VS) ลดจากอัตราปกติ 15%
- Sensitive (S) ลดจากอัตราปกติ 30%
- Semi-Sensitive (SS) ลดจากอัตราปกติ 65%
- Non-Sensitive (NS) ลดจากอัตราปกติ 100%

นอกจากนั้น ยังมีการลดสิทธิ GSP สินค้าบางรายการของบางประเทศภายใต้
 กลไก Sector/Country/Graduation ภายใต้กลไกนี้สินค้าไทยจะถูกสหภาพยุโรปลดสิทธิ GSP รวม
 3 กลุ่มสินค้า (Sector) ได้แก่ กลุ่มสินค้าประมง กลุ่มสินค้าพืชผักและผลไม้ และกลุ่มสินค้า
 ผลิตภัณฑ์อาหารปรุงแต่ง รวมทั้งหมด 12 chapter ซึ่งดับประทดระป้องและน้ำดับประทดที่
 chapter 20 อยู่ในข่ายนี้ด้วย และตาม GSP ระบบใหม่ สินค้าของไทย จะถูกเรียกเก็บภาษีนำเข้า
 ดังนี้

	อัตรา MFN	อัตรา GSP	
	ปี 2541 (%)	ถูกตัด 50%	ถูกตัด 100%
ดับประทดปรุงแต่ง	19.1-22.5	16.23-19.12	19.1-22.5
น้ำดับประทด	16.5-36.4	15.26-33.67	16.5-36.4

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ในขณะที่สินค้าดับประทดระป้องของไทยในปี พ.ศ.2542 ต้องเสียภาษีนำเข้า
 ดับประทดระป้องถึงร้อยละ 19.1-22.5 และน้ำดับประทด ร้อยละ 16.5-36.4 แต่ประเทศคู่แข่งของ
 ไทย เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซียและเคนยา ยังคงได้รับสิทธิ GSP ทำให้สินค้าของไทยเสียเปรียบ
 ประเทศเหล่านั้น ซึ่งสินค้าดับประทดระป้องและน้ำดับประทด ส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปกว่า
 ร้อยละ 50 ของมูลค่าที่ไทยส่งออกทั้งหมด

การที่สินค้าดับประทดระป้องของไทยถูกลดสิทธิพิเศษทางศุลกากรหรือ GSP ลง
 ร้อยละ 50 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2540 และจะตัด GSP ทั้งหมดที่ให้กับไทยในวันที่ 1
 มกราคม พ.ศ.2542 เนื่องจากประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันแล้ว

6.2 นโยบายและมาตรการของไทย

6.2.1 มาตรการภาษี

อัตราภาษีนำเข้าระดับประดกระป๋อง และน้ำสับประดที่ไทยผูกพันกับองค์การการค้าโลกหรือ WTO มีดังนี้

พ.ศ.	2540	2547	เก็บจริง 2540
สับประดกระป๋อง	51% หรือ 42.50 บาท/กก.	30% หรือ 25 บาท/กก.	30% หรือ 25 บาท/กก.
น้ำสับประด	54% หรือ 18.20 บาท/ลิตร	40% หรือ 13.40 บาท/ลิตร	30% หรือ 10 บาท/ลิตร

6.2.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

(1) กระทรวงพาณิชย์ ได้ออกประกาศตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ.2536 กำหนดมาตรการส่งออกสับประดกระป๋อง โดยกำหนดให้ผู้ส่งออกสับประดกระป๋อง และน้ำสับประดกระป๋องเข้มข้น ต้องเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป

(2) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้เริ่มให้การส่งเสริมการลงทุนกิจการผลิตสับประดกระป๋องอีก ตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน พ.ศ.2536 หลังจากที่ได้ระงับให้การส่งเสริมไประยะหนึ่ง โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องตั้งโรงงานอยู่ในเขต 3

✧ (3) การกำหนดแนวทางการพัฒนาสับประด ปี พ.ศ.2540-2544 ดังนี้

- ปรับเปลี่ยนพื้นที่ปลูกสับประด ที่ไม่เหมาะสมไปสู่กิจการอื่น 0.1 ล้านไร่ หรือปีละ 0.02 ล้านไร่
- เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิต โดยการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ ไม่ต่ำกว่า 4,583 กิโลกรัม
- ปรับปรุงคุณภาพสับประดให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยกำหนดคุณภาพและมาตรฐานสับประดเข้าโรงงาน

ดำเนินการในพื้นที่เขตเกษตรเศรษฐกิจ 13 จังหวัด ได้ จังหวัดลำปาง อุทัยธานี นครพนมหนองคาย ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ตรัง ระยอง ราชบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์และชุมพร

(4) ระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มอก. ระบบมาตรฐานสินค้าของประเทศไทยนั้นใช้ระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ที่ใช้ชื่อย่อว่า มอก. (Thai Industrial Standards : TIS) ภายใต้ระบบดังกล่าว เกณฑ์มาตรฐานส่วนใหญ่จะอิงอยู่กับเกณฑ์มาตรฐานสินค้าอาหารสากลหรือเรียกว่า CODEX

ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องส่งออกของไทยส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์มาตรฐานการผลิตตามมาตรฐานของผู้นำเข้า แต่เกณฑ์มาตรฐาน มอก. ถือได้ว่าเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำ ยกเว้นกรณีมาตรฐานสับปะรดกระป๋องที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานบังคับตามกฎหมาย นอกจากสับปะรดกระป๋องซึ่งได้กำหนดมาตรฐาน มอก. แล้ว สินค้าอื่นๆ ก็มีเช่น น้ำสับปะรด ลำไยและลิ้นจี่ในภาชนะบรรจุเงาะในภาชนะบรรจุ และเงาะสดได้สับปะรดในภาชนะบรรจุ เป็นต้น

6.3 นโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้าสำคัญ

6.3.1 มาตรการภาษี

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย คือ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น กำหนดภาษีนำเข้าสับปะรดกระป๋องไว้ ดังนี้

สหภาพยุโรป	อัตราภาษีที่เก็บจากไทย
- พิกัด HS 20082059	18.3%
- พิกัด HS 20082079	20.0%
สหรัฐอเมริกา	
- พิกัด HS 200820	0.45 เซนต์/กก.
ญี่ปุ่น	
- พิกัด HS 2008.20.111	0%

(เฉพาะที่ไทยส่งออกมาก)

6.3.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

สหภาพยุโรป

เดิมสหภาพยุโรปกำหนดโควตานำเข้ารวมภายใต้ GSP ประมาณ 87,170 ตัน แต่ภายใต้ระบบ GSP ใหม่ สหภาพยุโรปจะยกเลิกระบบโควตา GSP แต่ใช้วิธีให้ส่วนลดหย่อนภาษีจากภาษีปกติ (MFN)

สหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาไม่มีการกำหนดโควตานำเข้าสับประรดกระป๋อง แต่มีการกำหนดมาตรฐานว่าจะต้องเป็นไปตามที่คณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (USFDA) ได้กำหนดไว้

ญี่ปุ่น

เดิมญี่ปุ่นกำหนด Tariff Quota โดยกำหนดโควตานำเข้าเป็นประจำทุกปี (1 เมษายน-31 มีนาคมของปีถัดไป) ภายหลังจากการเจรจาการค้ารอบอุรุกวัย ญี่ปุ่นต้องปรับลดภาษีนำเข้าสับประรดกระป๋องจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 27 ภายในระยะ 6 ปี ส่วนข้อกำหนดโควตา รวมนั้น ไม่ได้ระบุไว้ในตารางข้อผูกพันว่าจะยังคงให้มีหรือไม่ แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้ยกเลิก และไม่ได้ระบุปริมาณ และอัตราภาษีโควตาในแต่ละปีไว้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 7

สรุปและศักยภาพ

จากรายงานการศึกษาข้างต้น แม้ว่าอุตสาหกรรมการผลิตและการส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด กำลังประสบปัญหาด้านการตลาด โดยเฉพาะการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งถูกเก็บอากรต่อต้านการทุ่มตลาด และในตลาดสหภาพยุโรป ที่สินค้าของไทยถูกตัด GSP ลง แต่อุตสาหกรรมสับปะรดของไทยก็ยังคงมีความสำคัญเป็นลำดับหนึ่งในการนำเงินตราเข้าประเทศ ถ้าหากเปรียบเทียบในกลุ่มสินค้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปทั้งหมด

การสูญเสียตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋อง โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาไปก่อให้เกิดผลต่อเนื่องคือ การลดลงผลผลิตสับปะรดสดที่เข้านำเข้าสู่โรงงานผลิต ทำให้เกิดภาวะขาดแคลนสับปะรดสดในปัจจุบัน แม้ว่าการปรับค่าเงินบาทเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2540 ที่ผ่านมา อาจจะมีส่วนช่วยกระตุ้นการส่งออกให้ดีขึ้น แต่ปัญหาใหญ่ที่เป็นผลจากสถานการณ์ก่อนหน้านี้ เป็นเหตุให้ไม่มีสับปะรดป้อนโรงงาน เพื่อแปรรูปเป็นสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด

ปรากฏการณ์ดังกล่าว ควรจะเป็นผืนร้ายสำหรับวงการอุตสาหกรรมสับปะรดของไทยในระยะไม่ยาวนานเกินไป เพราะอุตสาหกรรมสับปะรดของไทยเป็นภาคอุตสาหกรรมที่ยังมีศักยภาพ หากผู้ผลิตแต่ละรายร่วมมือกัน ไม่มุ่งหวังประโยชน์ส่วนตนมากเกินไป และดำเนินการไปในทิศทางที่ถูกต้อง รวมทั้งการได้รับการพัฒนาและฟื้นฟูอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ก็จะสามารถดำรงความเป็นหนึ่งในวงการค้าสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดของโลกต่อไปได้อีกนาน

สินค้าผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีราคาอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้กระป๋องและแปรรูปชนิดอื่นๆ รวมถึงอุปสงค์ของตลาดโลก ยังมีอยู่อีกมาก โดยจะเห็นได้จากเมื่อสินค้าสับปะรดกระป๋องของไทยมีปริมาณส่งออกลดลง เป็นผลให้ราคาสับปะรดกระป๋องในตลาดโลก โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐอเมริกา ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนั้น ตลาดน้ำสับปะรดก็ยังเปิดกว้างสำหรับสินค้าของไทย

ประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญของไทยในด้านการค้าสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด ในระยะต่อไปจะยังเป็นประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย สำหรับประเทศอื่นๆ ที่จะก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งชั้นที่สำคัญของไทย คือ เกาหลี ซึ่งไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าในสหภาพยุโรป เวียดนามเป็นอีกประเทศหนึ่งที่น่าจับตามอง ส่วนมาเลเซียและจีน แม้ว่าจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในสหรัฐอเมริกา แต่ปริมาณผลผลิตสับปะรดในประเทศทั้งสองค่อนข้างคงที่

ขณะนี้สถานการณ์การเรียกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด (AD) ของสหรัฐอเมริกาเริ่มคลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งจากการทบทวนครั้งที่ 2 ที่ประกาศไปเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2541 อัตราภาษี AD ที่สหรัฐอเมริกาเรียกเก็บจากไทยได้ลดลงไปโดยเฉลี่ยค่อนข้างมาก ผู้ผลิตและส่งออกที่สำคัญ เสียภาษีอยู่ระหว่างร้อยละ 0.30 - 11.87 มีเพียง 2 บริษัทที่ยังเสียภาษี AD ในอัตราสูงร้อยละ 51.16 สำหรับผู้ประกอบการอื่นๆ นอกเหนือจากนี้ เสียภาษี AD ร้อยละ 24.64

ขณะนี้ภาครัฐได้เข้ามาให้ความสนใจแก้ปัญหาด้านการผลิตและการตลาดทั้งสับปะรดสดและสับปะรดกระป๋องอย่างจริงจังมากขึ้น โดยได้ดำเนินการภายใต้คณะกรรมการนโยบายและพัฒนาสับปะรดแห่งชาติ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากเกษตรกร ราชการ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยได้ดำเนินการดังนี้

- จัดทำแผนพัฒนาสับปะรด ปี พ.ศ.2542 - 2546
- จัดตั้งสำนักงานพัฒนาสับปะรดแห่งประเทศไทย
- จัดทำโครงการส่งเสริมการส่งออกสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรด

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น คาดว่าสถานการณ์ในระยะต่อไปจะเป็นดังนี้

(1) อัตราภาษีต่อต้านการทุ่มตลาดของสหรัฐอเมริกาจะค่อยๆ ลดลง ทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีความร่วมมืออย่างใกล้ชิด ในการประสานข้อมูลและหยิบยกประเด็นขึ้นมาต่อสู้กับทางสหรัฐอเมริกา

(2) ผลผลิตสับปะรดสดที่จะป้อนเข้าโรงงาน จะมีมากขึ้นและมีความสม่ำเสมอมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลให้ราคาสับปะรดสดมีเสถียรภาพมากขึ้น ราคาสับปะรดจะไม่แกว่งตัวมากเกินไป จนเป็นอุปสรรคต่อการวางแผนการผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด

(3) ขีดความสามารถในการแข่งขันของสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดของไทยในตลาดโลกจะมีสูงขึ้น พอที่จะรักษาความเป็นหนึ่งในตลาดสหภาพยุโรปและสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาที่เสียไปให้กับฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียกลับคืนมาได้บ้าง

คาดว่าปริมาณส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยในระยะต่อไปน่าจะขยับตัวสูงขึ้นบ้างหลังจากที่มีแนวโน้มลดลงติดต่อกันมาหลายปี แต่การที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาก็ให้สูงเป็นอันดับหนึ่งเหมือนเช่นในอดีต คงเป็นเรื่องค่อนข้างยาก และอาจจะต้องใช้ระยะเวลานานพอสมควร เพราะไทยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดไปให้ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียค่อนข้างมาก นอกจากนั้นนโยบายค่าเงินบาท มีความสำคัญต่อการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยในอนาคตอีกด้วย

ศักยภาพการแข่งขันโดยเปรียบเทียบ

สับปะรดกระป๋อง

จากการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของการส่งออกโดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA⁵) ในช่วงปี พ.ศ.2536-2540 ปรากฏว่าค่า RCA ของสินค้าสับปะรดกระป๋องของไทยมีค่ามากกว่า 1 มาโดยตลอด ซึ่งแสดงว่าสินค้าสับปะรดกระป๋องของไทยมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก โดยมีค่า RCA อยู่ระหว่าง 26.70-48.13 แต่อย่างไรก็ตามค่า RCA ของไทยก็มีแนวโน้มลดลงมาเป็นลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการสูญเสียตลาดสหรัฐอเมริกาไป เนื่องจากปัญหาการถูกเรียกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด และอุปทานผลผลิตสับปะรดที่จะป้อนโรงงานของโรงงานลดลง

⁵ สูตรการคำนวณค่า RCA

$$RCA_j = \frac{x_j / \sum x_j}{W_j / \sum W_j}$$

โดย	RCA_j	คือ ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้า j โดยประเทศ i
	x_j	คือ มูลค่าการส่งออกของสินค้า j โดยประเทศ i
	$\sum x_j$	คือ มูลค่าการส่งออกของสินค้าทุกประเภทโดยประเทศ i
	W_j	คือ มูลค่าการส่งออกของสินค้า j โดยรวมของโลก
	$\sum W_j$	คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทุกประเภทโดยรวมของโลก

น้ำสับประรด

ค่า RCA ของสินค้าน้ำสับประรดก็มีลักษณะเช่นเดียวกับสับประรดกระป๋อง คือมีค่า RCA มากกว่า 1 โดยมีค่า RCA อยู่ระหว่าง 27.40-44.91 ซึ่งแสดงว่าสินค้าสับประรดของไทย มีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก แต่ค่า RCA ก็มีแนวโน้มลดลงเป็นลำดับเช่นกัน เนื่องจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ และต้องแข่งขันกับน้ำผลไม้อื่นๆ โดยเฉพาะน้ำส้ม

ค่า RCA ของสินค้าสับประรดกระป๋องของไทยและประเทศคู่แข่ง

	2536	2537	2538	2539	2540
ไทย	48.13	43.30	36.75	36.49	26.70
ฟิลิปปินส์	51.82	51.99	41.34	35.17	34.69
อินโดนีเซีย	8.42	9.09	9.63	14.27	10.49
เคนยา	169.47	135.99	247.35	249.34	234.27
มาเลเซีย	3.43	2.98	2.77	2.20	2.78
แอฟริกาใต้	3.72	5.27	5.48	4.54	6.93

ค่า RCA ของสินค้าสับประรดของไทยและประเทศคู่แข่ง

	2536	2537	2538	2539	2540
ไทย	44.91	35.44	39.47	42.51	27.40
ฟิลิปปินส์	19.96	16.63	14.05	10.73	9.75
เคนยา	143.71	62.77	53.97	0.41	209.97
แอฟริกาใต้	6.79	5.82	5.65	4.57	7.03
คอซตาริกา	-	45.38	51.51	59.58	51.93
มาเลเซีย	0.66	0.38	0.29	0.21	0.20

บรรณานุกรม

1. กองวิจัยสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, ลับประวัติปกป้อง และน้ำลับประวัติ: ผลกระทบการตลาดในเอเปค, กรกฎาคม 2540.
2. ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเศรษฐกิจโลก, 30 มิถุนายน 2540.
3. ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ผลกระทบจากการที่สหภาพยุโรปตัดสิทธิ GSP สินค้าไทย 9 กลุ่มสินค้า, เมษายน 2540.
4. กรมส่งเสริมการเกษตร, รายงานผลการสัมมนา เรื่อง ทิศทางการพัฒนาไม้ผลในทศวรรษหน้า, สิงหาคม 2537.
5. สมาคมอาหารสำเร็จรูป, ปัญหาอุตสาหกรรมแปรรูปลับประวัติปกป้อง, กันยายน 2540.
6. กรมการค้าต่างประเทศ, เอกสารประกอบการประชุม คณะอนุกรรมการการตลาดและต่างประเทศ, 30 กันยายน 2540.
7. กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, วารสารอุตสาหกรรมอาหาร ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน-ธันวาคม 2539.
8. ศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, ข้อมูลโรงงานประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูป
9. กองสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ, ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป, พฤษภาคม 2538.

บรรณานุกรม (ต่อ)

10. วารสาร FOODNEWS หลายฉบับ

11. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,
รายงานการศึกษาเบื้องต้น โครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร
ปี 2540, สิงหาคม 2540

12. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ร่างแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของ
ประเทศไทย, 2540



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติ

- ตารางสถิติที่ 1.1 ปริมาณนำเข้าสับประดะกระป๋องของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.2 มูลค่านำเข้าสับประดะกระป๋องของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.3 มูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป แยกรายประเภทของสหภาพยุโรป
- ตารางสถิติที่ 1.4 มูลค่านำเข้าสับประดะกระป๋องของสหภาพยุโรป
- ตารางสถิติที่ 1.5 มูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป แยกรายประเภทของสหรัฐอเมริกา
- ตารางสถิติที่ 1.6 มูลค่านำเข้าสับประดะกระป๋องของสหรัฐอเมริกา
- ตารางสถิติที่ 1.7 มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป แยกรายประเภทของญี่ปุ่น
- ตารางสถิติที่ 1.8 มูลค่าการนำเข้าสับประดะกระป๋องของญี่ปุ่น
- ตารางสถิติที่ 1.9 ปริมาณนำเข้าน้ำสับประดะของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.10 มูลค่านำเข้าน้ำสับประดะของสหภาพยุโรป
- ตารางสถิติที่ 1.11 มูลค่าการนำเข้าน้ำสับประดะของสหรัฐอเมริกา
- ตารางสถิติที่ 1.12 มูลค่านำเข้าน้ำสับประดะของญี่ปุ่น
- ตารางสถิติที่ 1.13 ปริมาณส่งออกสับประดะกระป๋องของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.14 มูลค่าส่งออกสับประดะกระป๋องของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.15 ปริมาณการส่งออกสับประดะกระป๋องของฟิลิปปินส์
- ตารางสถิติที่ 1.16 ปริมาณการส่งออกสับประดะกระป๋องของอินโดนีเซีย
- ตารางสถิติที่ 1.17 ปริมาณส่งออกน้ำสับประดะของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.18 มูลค่าส่งออกน้ำสับประดะของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.19 การผลิตและการส่งออกสับประดะและผลิตภัณฑ์ของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.20 ราคาส่งออกสับประดะกระป๋องของประเทศส่งออกสำคัญ
- ตารางสถิติที่ 3.1 มูลค่าส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูป
- ตารางสถิติที่ 3.2 ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.3 ปริมาณส่งออกสับประดะกระป๋องของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.4 มูลค่าส่งออกสับประดะกระป๋องของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.5 ราคาส่งออกสับประดะกระป๋องของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.6 ปริมาณส่งออกน้ำสับประดะบรรจุภาชนะอัดลมของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.7 มูลค่าส่งออกน้ำสับประดะบรรจุภาชนะอัดลมของไทย

ตารางสถิติ (ต่อ)

ตารางสถิติที่ 3.8 ปริมาณส่งออกน้ำส้มประดมิได้บรรจุภาชนะอัดลมของไทย

ตารางสถิติที่ 3.9 มูลค่าส่งออกน้ำส้มประดมิได้บรรจุภาชนะอัดลมของไทย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.1

ปริมาณนำเข้าสับประรดกระป๋องของโลก

	ปริมาณ (ตัน)				อัตราขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	905,268	920,212	882,319	902,600	1.6	-4.1	-1.3	100.0	100.0	100.0	100.0
1. สหภาพยุโรป	336,435	396,166	359,891	364,164	17.7	-9.1	4.3	37.2	43.0	40.8	40.3
2. สหรัฐอเมริกา	271,803	281,985	297,873	283,887	3.7	5.6	4.7	30.0	30.6	33.8	31.5
3. ญี่ปุ่น	75,284	59,291	55,334	63,303	-21.2	6.7	-7.3	8.3	6.4	6.3	7.0
4. แคนาดา	29,646	30,864	31,670	30,727	4.1	2.6	3.4	3.3	3.3	3.6	3.4
5. สิงคโปร์	35,097	19,540	8,674	21,104	-44.3	-55.6	-50.0	3.9	2.1	1.0	2.3
6. เกาหลีใต้	17,690	14,904	9,937	14,177	-15.7	-33.3	-24.5	1.9	1.6	1.1	1.5
7. สหรัฐอาหรับฯ	7,000	4,500	3,600	5,033	-35.7	-20.0	-27.9	0.8	0.5	0.4	0.6
8. ประเทศอื่น ๆ	132,313	112,962	115,340	120,205	-14.6	2.1	-6.3	14.6	12.3	13.1	13.3

ที่มา : FAO

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.2

มูลค่านำเข้าสับปะรดกระป๋องของโลก

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	648.3	772.9	737.7	719.6	19.2	-4.5	7.4	100.0	100.0	100.0	100.0
1. สหภาพยุโรป	248.4	345.4	311.3	301.7	39.0	-9.9	14.6	38.3	44.7	42.2	41.7
2. สหรัฐอเมริกา	185.3	228.5	244.8	219.5	23.3	7.1	15.2	28.6	29.6	33.2	30.5
3. ญี่ปุ่น	59.3	52.1	48.6	53.3	-12.1	-6.7	-9.4	9.1	6.7	6.6	7.5
4. สิงคโปร์	23.3	15.5	6.9	15.2	-33.5	-55.5	-44.5	3.6	2.0	0.9	2.2
5. แคนาดา	16.0	20.8	20.8	19.2	30.0	-	30.0	2.5	2.7	2.8	2.7
6. สาธารณรัฐเกาหลี	13.1	12.7	8.7	11.5	-3.1	-31.5	-17.3	2.0	1.6	1.2	1.6
7. สหรัฐอาหรับฯ	5.1	4.2	3.8	4.4	-17.6	-9.5	-13.6	0.8	0.5	0.5	0.6
8. ประเทศอื่น ๆ	97.8	93.7	92.8	94.8	-4.2	-1.0	-2.6	15.1	12.1	12.6	13.3

ที่มา : FAO

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.3

มูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป แยกรายประเภท ของสหภาพยุโรป

	มูลค่า (ล้าน ECU)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)			
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	2,839.9	3,464.2	3,849.1	3,610.2	3,440.9	21.9	11.1	-6.2	16.5
1. น้ำผลไม้	2,207.4	2,815.4	3,106.7	2,863.0	2,748.1	27.5	10.3	-7.8	18.9
- น้ำส้ม	880.6	1,124.3	1,248.0	1,019.3	1,068.1	27.7	14.2	-18.3	21.0
- น้ำแอปเปิ้ล	292.2	491.7	530.8	516.1	457.7	68.2	7.9	-2.7	38.1
- น้ำสับปะรด	105.0	127.7	178.0	173.9	146.2	21.6	39.4	-2.3	30.5
- ผลไม้ผสม	129.9	162.3	166.4	174.4	158.3	24.9	2.5	4.8	13.7
- น้ำองุ่น	124.8	152.0	140.4	121.9	134.8	21.7	-7.6	-13.1	7.1
- อื่นๆ	674.9	757.4	807.1	827.4	766.7	12.2	-7.6	-13.1	2.3
2. ผลไม้กระป๋อง	575.5	587.2	680.1	690.9	633.4	2.0	15.8	1.6	8.9
- สับปะรด	209.9	192.2	273.1	273.7	237.2	-8.4	42.1	0.2	16.9
- อื่นๆ	365.6	395.0	407.0	152.4	330.0	8.6	3.0	-62.5	5.8
3. ผลไม้อบและ แช่แข็งอื่น	57.0	61.6	62.3	56.3	59.3	8.1	1.1	-9.6	4.6

ที่มา : EUROSTAT

ตารางสถิติที่ 1.4
มูลค่านำเข้าสับประรดกระป๋อง ของสหภาพยุโรป

	มูลค่า (ล้าน ECU)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	209.9	192.2	273.1	273.7	237.2	-19.2	41.3	0.2	7.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ไทย	66.6	62.2	99.1	89.9	79.5	-22.1	58.1	-9.3	8.9	33.6	32.4	36.4	32.8	33.8
2. สหภาพยุโรป	42.3	34.8	60.9	59.2	49.3	-6.3	53.5	-2.8	14.8	17.4	20.2	21.9	21.6	20.3
3. เคนยา	35.7	40.3	49.3	44.8	42.5	-0.4	22.1	-9.1	4.2	17.0	21.0	18.1	16.4	18.1
4. อินโดนีเซีย	21.9	13.1	22.8	41.8	24.9	-55.5	74.7	83.3	34.2	12.4	6.8	8.4	15.3	10.7
5. ฟิลิปปินส์	22.8	19.3	18.1	16.8	19.3	-19.3	-5.9	-7.2	-10.8	10.0	10.0	6.7	6.1	8.2
6. จีน	2.0	1.6	3.6	5.8	3.3	-17.4	118.8	61.1	54.2	0.8	0.8	1.3	2.1	1.3
7. มาเลเซีย	5.5	4.3	5.0	4.4	4.8	-35.6	15.5	-12.0	-10.7	2.9	2.2	1.8	1.6	2.1
8. ประเทศอื่นๆ	14.0	14.0	14.3	11.0	13.3	-	2.1	-23.1	-10.5	5.9	7.3	5.3	4.1	5.7

ที่มา: EUROSTAT

ตารางสถิติที่ 1.5

มูลค่านำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป แยกรายประเภท ของสหรัฐอเมริกา

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)			
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	1,023.7	1,000.0	1,333.2	1,298.1	1,163.8	-2.3	33.3	-2.6	9.5
1. น้ำผลไม้	674.8	656.0	932.3	853.6	779.2	-2.8	42.1	-8.4	10.3
- น้ำแอปเปิ้ล	188.6	279.7	357.7	320.7	286.7	48.3	27.8	-10.3	21.9
- น้ำส้ม	291.5	188.1	280.4	204.0	241.0	-37.5	53.9	-27.2	-3.6
- น้ำสับปะรด	56.2	67.8	88.1	84.7	74.2	20.6	29.9	-3.8	15.6
- น้ำองุ่น	26.7	26.6	69.1	95.8	54.6	-0.4	159.9	38.6	66.0
- อื่นๆ	111.8	99.8	137.0	148.4	124.3	-10.7	37.3	8.3	11.6
2. ผลไม้กระป๋อง	339.0	334.8	390.2	431.3	373.8	-1.2	16.5	10.5	8.6
- สับปะรด	171.1	153.4	195.8	211.2	182.9	-10.3	27.6	7.9	8.4
- อื่นๆ	167.9	181.4	194.4	200.1	186.0	8.0	7.1	-46.4	-10.4
3. ผลไม้อบแห้ง และแช่แข็ง	9.7	9.0	10.6	13.2	10.6	-6.8	17.0	24.5	11.6

ที่มา : Department of state , Washington D.C

ตารางสถิติที่ 1.6

มูลค่านำเข้าสับปะรดกระป๋องของสหรัฐอเมริกา

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	171.1	153.4	195.8	211.2	182.9	-10.3	27.6	7.9	8.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ฟิลิปปินส์	73.8	72.2	81.5	85.5	78.3	-2.3	12.8	4.9	5.1	43.1	47.1	41.6	40.5	43.1
2. อินโดนีเซีย	11.0	16.0	41.0	51.7	29.9	45.9	155.1	26.1	75.7	6.4	10.4	20.9	24.5	15.6
3. ไทย	78.8	53.3	54.7	51.2	59.5	-32.3	2.6	-6.4	-12.0	46.0	34.7	27.9	24.2	33.2
4. มาเลเซีย	2.6	4.8	6.7	7.4	5.4	82.5	38.2	10.4	43.7	1.5	3.1	3.4	3.5	2.9
5. แอฟริกาใต้	0.7	2.7	4.8	6.3	3.6	253.1	73.0	31.2	119.1	0.4	1.8	2.4	3.0	1.9
6. เวียดนาม	-	0.1	1.8	2.4	1.4	-	1,486.1	33.3	759.7	-	-	0.9	1.1	1.0
7. จีน	0.1	0.2	1.2	1.5	0.8	8.8	119.9	25.0	51.2	0.1	0.1	0.3	0.7	0.3
8. ประเทศอื่นๆ	4.1	4.1	4.1	5.2	4.4	2.5	14.6	26.8	14.6	2.3	2.7	2.4	2.5	2.5

ที่มา : Department of State Washington D.C.

ตารางสถิติที่ 1.7

มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป แยกรายประเภท ของญี่ปุ่น

	มูลค่า (ล้านบาท)					อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2539	2540	2541	เฉลี่ย
	(มค.-มิย.)					(มค.-มิย.)			
รวม	70,591	76,337	69,299	37,372	72,076	8.1	-9.2	1.3	-0.6
1. น้ำผลไม้	48,977	57,078	49,038	26,453	51,698	16.5	-13.4	-1.4	1.6
- น้ำแอปเปิ้ล	14,091	17,800	14,548	6,470	15,480	26.3	-18.2	-26.3	4.1
- น้ำส้ม	10,078	12,948	11,545	6,592	11,524	28.4	10.8	5.6	19.6
- น้ำองุ่น	3,441	4,570	5,080	3,926	4,364	32.8	11.2	28.7	22.0
- น้ำเกรปฟรุ้ท	2,945	3,765	2,990	1,442	3,233	27.8	-20.5	-18.8	3.7
- น้ำผลไม้ผสม	3,617	2,586	2,022	751	2,742	-28.5	-21.7	-27.1	-25.1
- อื่นๆ	14,063	14,081	12,145	6,701	13,430	0.1	-13.7	26.0	-6.8
2. ผลไม้กระป๋อง	20,308	17,904	18,543	10,243	18,918	-11.8	3.6	9.9	-4.1
- ดับปะรดกระป๋อง	5,542	5,668	5,879	2,787	5,696	2.2	3.7	-14.6	3.0
- อื่นๆ	14,766	12,236	12,664	7,456	13,222	-17.1	3.5	23.1	-6.8
3. ผลไม้อบแห้ง และแช่แข็ง	1,306	1,355	1,318	676	1,326	3.7	-2.7	-6.7	0.5

ที่มา : JETRO THAILAND

หมายเหตุ : เฉลี่ยมูลค่านำเข้าเป็นของปี 2538 - 2540

เฉลี่ยอัตราการขยายตัวเป็นของปี 2539 - 2540

ตารางสถิติที่ 1.8

มูลค่าการนำเข้าสับประรดกระป๋อง ของญี่ปุ่น

	มูลค่า (ล้านบาท)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
	(ม.ค.-มิ.ย.)					(ม.ค.-มิ.ย.)				(ม.ค.-มิ.ย.)				
รวม	5,542.0	5,668.0	5,879.0	2,787.0	5,696.3	2.2	3.7	-14.6	3.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ไทย	2,591.0	2,473.0	2,202.0	1,309.0	2,422.0	-4.5	-10.9	2.0	-7.7	46.7	43.6	37.4	46.9	42.6
2. ฟิลิปปินส์	1,320.0	1,352.0	1,559.0	856.0	1,410.3	2.4	15.2	7.0	8.8	23.8	23.8	26.5	30.7	24.7
3. มาเลเซีย	656.0	859.0	823.0	297.0	779.3	30.8	-4.2	-34.8	13.3	11.8	15.1	14.0	10.6	13.6
4. อินโดนีเซีย	736.0	811.0	1,146.0	239.0	897.7	10.3	41.2	-62.8	25.8	13.2	14.3	19.4	8.5	15.6
5. สหรัฐอเมริกา	194.0	113.0	66.0	44.0	124.3	-41.8	-41.6	42.1	-41.7	3.5	2.0	1.1	1.5	2.2
6. ประเทศอื่นๆ	45.0	60.0	83.0	42.0	62.7	33.3	38.3	-19.2	35.8	1.0	1.2	1.6	1.8	1.3

ที่มา: JETRO THAILAND

หมายเหตุ : เฉลี่ยมูลค่าและสัดส่วนเป็นของปี 2538 - 2540

เฉลี่ยอัตราขยายตัวเป็นของปี 2539 - 2540

ตารางสถิติที่ 1.9
ปริมาณนำเข้าน้ำสับปะรดของโลก

	ปริมาณ (ตัน)				อัตราการขยายตัว(ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	569,502	567,837	532,346	556,562	-0.3	-6.2	-3.3	100.0	100.0	100.0	100.0
1. สหรัฐอเมริกา	354,646	356,966	330,695	347,436	0.6	7.3	4.0	62.3	62.9	62.1	62.4
2. สหภาพยุโรป	159,648	165,604	157,184	160,812	3.7	-5.1	-0.7	28.0	29.2	29.5	28.9
3. รัสเซีย	17,000	15,747	15,747	16,165	-7.4	-	-7.4	2.9	2.8	2.9	2.9
4. แคนาดา	6,008	6,088	6,814	6,303	1.3	11.9	6.6	1.0	1.1	1.3	1.1
5. ญี่ปุ่น	5,554	7,378	5,478	6,137	32.8	-25.7	3.6	0.9	1.3	1.0	1.1
6. ประเทศอื่นๆ	26,646	16,054	16,428	19,709	-39.7	2.3	-18.7	4.9	2.7	3.2	3.6

ที่มา : FAO

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.10

มูลค่านำเข้า น้ำสับปะรด ของสหภาพยุโรป

	มูลค่า (ล้าน ECU)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	105.0	127.7	178.0	173.9	146.2	21.6	39.3	-2.2	19.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. สหภาพยุโรป	47.4	58.9	78.6	83.8	67.2	24.3	33.4	6.6	21.4	45.1	46.1	44.1	44.1	44.9
2. ไทย	24.2	30.2	45.9	35.5	34.0	24.4	52.2	-22.7	18.0	23.1	23.6	25.8	20.4	23.2
3. อินโดนีเซีย	2.0	5.6	11.6	15.9	8.8	182.7	105.6	37.1	108.5	1.9	4.4	6.5	9.1	5.5
4. เคนยา	11.0	10.8	15.6	11.2	12.2	-1.4	44.0	-28.0	4.9	10.4	8.4	8.7	6.4	8.5
5. ฟิลิปปินส์	4.3	7.3	9.0	8.0	7.2	69.6	21.8	-10.5	27.0	4.1	5.7	5.0	4.6	4.9
6. แอฟริกาใต้	4.9	5.2	4.6	4.1	4.7	5.3	-11.0	-11.0	-5.6	4.7	4.1	2.6	2.3	3.4
7. คอสตาริกา	2.1	2.2	2.7	5.0	3.0	-4.6	22.9	-87.3	35.2	2.0	1.7	1.5	2.9	2.0
8. ประเทศอื่นๆ	9.1	7.5	10.0	10.4	9.3	-17.6	33.3	4.0	6.6	8.7	6.0	5.8	10.2	7.7

ที่มา: EUROSTAT

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.11

มูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประรดของสหรัฐอเมริกา

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)					สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	
รวม	56.2	67.8	88.1	84.7	74.2	20.6	29.9	-3.8	15.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
1. ฟิลิปปินส์	27.4	32.1	29.2	35.2	31.0	17.2	-9.2	20.5	9.5	48.7	47.4	33.1	41.5	42.7	
2. ไทย	22.6	28.4	41.9	31.4	31.1	25.7	47.6	-25.0	16.1	40.2	41.9	47.6	37.0	41.5	
3. อินโดนีเซีย	2.0	3.0	7.4	10.2	5.7	48.4	146.1	37.8	77.4	3.6	4.4	8.4	12.0	7.1	
4. คอสตาริกา	1.6	2.3	2.8	3.5	2.6	44.3	21.6	25.0	30.3	2.8	3.4	3.2	4.1	3.4	
5. สาธารณรัฐโดมินิกัน	1.8	0.3	3.4	1.7	1.8	-80.7	861.6	-50.0	243.6	3.2	0.5	3.8	2.0	2.4	
6. ประเทศอื่น	0.8	1.7	3.4	2.7	2.2	112.5	100.0	-20.6	64.0	1.4	2.5	3.9	3.4	2.8	

ที่มา : Department of State, Washington D.C.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.12
มูลค่านำเข้าน้ำสับปะรด ของญี่ปุ่น

	มูลค่า (ล้านบาท)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
	(ม.ค.-มิ.ย.)					(ม.ค.-มิ.ย.)				(ม.ค.-มิ.ย.)				
รวม	742.2	1,327.3	1,100.3	570.7	1,056.6	78.8	-17.1	-10.6	30.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ไทย	349.6	719.7	460.2	292.9	509.8	105.7	-36.0	31.3	34.9	47.1	54.2	41.8	51.3	47.7
2. ฟิลิปปินส์	207.4	289.0	269.9	160.5	255.4	39.3	-6.6	-23.4	16.4	27.9	21.7	24.5	28.1	24.7
3. สหรัฐอเมริกา	166.4	293.9	360.1	116.5	273.5	76.6	22.5	22.5	49.6	22.4	22.1	32.7	20.4	25.7
4. ประเทศอื่นๆ	18.7	24.7	10.1	0.8	17.8	32.1	-59.1	-90.0	-13.5	2.5	1.9	1.0	0.2	1.8

ที่มา : JETRO THAILAND

หมายเหตุ : เฉลี่ยมูลค่าและสัดส่วนเป็นของปี 2538 - 2540

เฉลี่ยอัตราขยายตัวเป็นของปี 2539 - 2540

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.13

ปริมาณส่งออกสับปะรดกระป๋องของโลก

	ปริมาณ (ตัน)				อัตราขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	993,497	1,007,880	728,852	910,076	1.4	27.7	14.6	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ไทย	388,193	352,385	205,271	315,283	-9.2	-41.7	-25.5	39.1	35.0	28.2	34.1
2. ฟิลิปปินส์	191,649	250,010	185,296	208,985	30.4	-25.9	2.3	19.3	24.8	25.4	23.2
3. เคนยา	88,259	91,313	71,031	83,534	-3.5	-22.2	-12.9	8.9	9.0	9.4	9.1
4. อินโดนีเซีย	90,959	125,941	68,669	95,190	38.4	-45.5	-3.6	9.2	12.5	9.4	10.4
5. สหภาพยุโรป	52,511	59,015	66,427	59,318	12.4	12.5	12.5	5.3	5.8	9.1	6.7
6. มาเลเซีย	65,308	36,257	31,000	44,188	-44.5	-14.5	-29.5	6.6	3.6	4.2	4.8
7. แอฟริกาใต้	30,053	24,070	27,309	27,144	-19.9	13.4	-3.3	3.0	2.4	3.7	3.0
8. ประเทศอื่นๆ	86,565	68,889	73,849	76,434	-20.4	7.2	-6.6	8.7	6.8	101.0	38.8

ที่มา: FAO

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.14

มูลค่าส่งออกสันปะรดกระป๋องของโลก

	ปริมาณ (ตัน)				อัตราขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	570.8	682.1	479.5	577.5	19.5	-29.7	-5.1	100.0	100.0	100.0	100.0
1. ไทย	234.1	263.8	133.2	210.4	12.7	-49.5	-18.4	41.0	38.7	27.8	35.8
2. ฟิลิปปินส์	80.8	93.1	85.8	86.6	15.2	-7.8	3.7	14.1	13.6	17.9	15.2
3. สหภาพยุโรป	53.4	66.3	71.9	63.9	24.1	8.4	16.3	9.3	9.7	15.0	11.3
4. อินโดนีเซีย	47.7	91.8	47.5	62.3	92.4	-48.2	22.1	8.3	13.4	9.9	10.5
5. เกาหลี	53.8	68.8	44.5	55.7	27.9	-35.3	-3.7	9.4	10.1	9.3	9.6
6. มาเลเซีย	22.9	22.2	19.0	21.4	3.0	-14.4	-5.7	4.0	3.2	4.0	3.7
7. แอฟริกาใต้	17.4	17.4	18.8	17.9	-	8.0	8.0	3.0	2.5	3.9	3.1
8. ประเทศอื่นๆ	60.7	88.7	58.0	69.1	46.1	-33.7	6.2	10.6	13.0	12.3	12.0

ที่มา: FAO

ตารางสถิติที่ 1.15

ปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องของฟิลิปปินส์

	ปริมาณ (พันหีบ)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	15,775	14,078	14,954	13,630	14,609	-10.7	6.2	-8.8	-4.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. สหรัฐอเมริกา	8,773	8,479	9,571	8,570	8,848	-3.3	12.9	-10.4	-0.3	55.6	60.2	64.0	62.9	60.7
2. สหภาพยุโรป	3,428	1,933	1,962	1,743	2,267	-43.6	1.5	-11.2	-17.8	21.7	13.7	13.1	12.8	15.3
3. ญี่ปุ่น	1,146	1,328	938	969	1,095	15.9	-29.4	3.3	-3.4	7.3	9.4	6.3	7.1	7.5
4. สาธารณรัฐเกาหลี	256	437	415	257	341	70.7	-5.0	-38.1	9.2	1.6	3.1	2.8	1.9	2.4
5. ฮองกง	197	255	431	247	283	29.4	69.0	-42.7	18.6	1.6	3.8	2.9	1.8	2.5
6. สิงคโปร์	178	105	189	244	179	-41.0	80.0	29.1	22.7	1.1	0.7	1.3	1.8	1.2
7. สวิตเซอร์แลนด์	252	254	232	127	216	0.8	-8.7	-45.2	-17.7	1.7	1.8	1.5	0.9	1.5
8. นิวซีแลนด์	104	118	129	130	120	13.5	9.3	0.8	7.9	0.7	0.8	0.9	0.9	0.8
9. ประเทศอื่น ๆ	1,441	1,164	1,087	1,343	1,259	-18.9	-7.0	23.5	-0.8	9.1	8.3	7.3	9.9	8.7

ที่มา : National Statistics Office (FOODNEWS June 19 1998)

ตารางสถิติที่ 1.16

ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของอินโดนีเซีย

	ปริมาณ (พันหีบ)					อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2537	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	7,209	6,570	8,650	5,031	6,865	-8.9	31.6	-41.8	-6.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. สหภาพยุโรป	3,726	2,273	3,511	1,734	2,811	-38.9	54.5	-50.6	-11.7	51.7	34.6	40.6	34.5	40.4
2. สหรัฐอเมริกา	1,833	2,706	3,205	1,494	2,310	47.6	18.4	-53.4	4.2	25.4	41.2	37.0	29.7	33.3
3. สิงคโปร์	-	-	8	882	445	-	-	*	*	-	-	0.1	17.5	8.8
3. ญี่ปุ่น	643	872	686	391	648	35.6	-21.3	-43.0	-9.6	8.9	13.2	7.9	7.8	9.5
4. ออสเตรเลีย	294	228	238	120	220	-22.4	4.4	-49.6	-22.5	4.1	3.5	2.7	2.4	3.2
5. ใต้หวัน	58	59	148	66	83	1.7	150.8	-55.4	32.4	0.8	1.7	1.7	1.3	1.4
6. อาร์เจนตินา	8	21	213	65	77	162.5	914.3	-69.5	335.8	0.1	0.3	2.5	1.3	1.1
7. ซิลี	55	55	199	61	93	-	261.8	-69.3	96.3	0.8	0.8	2.3	1.2	1.3
8. ประเทศอื่น ๆ	592	356	450	218	404	-39.9	26.4	-51.5	-21.7	8.2	5.4	5.2	4.3	5.8

ที่มา : Biro Pusat Statistik (FOODNEWS SEPTEMBER 11 1998)

ตารางสถิติที่ 1.17

ปริมาณส่งออกน้ำสับประดของโลก

	ปริมาณนำเข้า (ตัน)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	346,570	343,198	257,727	315,832	25.8	-29.8	-2.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1.ฟิลิปปินส์	93,189	110,377	80,597	94,721	34.1	-23.4	5.4	28.1	30.0	32.7	30.3
2. สหภาพยุโรป	78,903	79,522	65,450	74,625	25	-56.9	-16.0	36.6	36.4	22.3	31.8
3.ไทย	102,367	83,924	45,129	77,140	10.7	-4.2	3.3	13.4	11.8	16.1	13.8
4. เคนยา	7,685	30	16,263	7,993	-99.1 *		-99.1	1.7	0.01	6.5	2.7
5. อินโดนีเซีย	15,490	24,257	14,852	18,200	107.1	-46.4	30.4	4.9	8.1	6.2	6.4
6. คอสตาริกา	6,158	6,186	3,600	5,315	48	-37.7	5.2	20.9	3.5	3.1	9.2
7. ประเทศอื่นๆ	42,778	38,902	31,836	37,839	4.6	-10.5	-3.0	12.3	10.2	13	11.8

ที่มา : FAO

หมายเหตุ : * อัตราขยายตัวมาก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.18
มูลค่าส่งออกน้ำสับปะรดของโลก

	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย	2539	2540	เฉลี่ย	2538	2539	2540	เฉลี่ย
รวม	257.6	324.1	227.1	269.6	25.8	-29.8	-2.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1. สหภาพยุโรป	72.5	97.2	74.4	81.4	34.1	-23.4	5.4	28.1	30.0	32.7	30.3
2. ไทย	94.3	117.9	50.8	87.7	25	-56.9	-16.0	36.6	36.4	22.3	31.8
3.ฟิลิปปินส์	34.5	38.2	36.6	36.4	10.7	-4.2	3.3	13.4	11.8	16.1	13.8
4. เคนยา	4.3	0.04	14.8	6.4	-99.1 *		-99.1	1.7	0.01	6.5	2.7
5. อินเดีย	12.7	26.3	14.1	17.7	107.1	-46.4	30.4	4.9	8.1	6.2	6.4
6. คอสตาริกา	7.7	11.4	7.1	8.7	48	-37.7	5.2	20.9	3.5	3.1	9.2
7. ประเทศอื่นๆ	31.6	33.06	29.6	31.4	4.6	-10.5	-3.0	12.3	10.2	13	11.8

ที่มา : FAO

หมายเหตุ : * อัตราขยายตัวมาก

ตารางสถิติที่ 1.19

การผลิตและการส่งออกสับปะรดและผลิตภัณฑ์ของโลก

	ผลผลิตสับปะรด (พันตัน)	ปริมาณส่งออกสับปะรด กระป๋อง (พันตัน)	ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋อง (เหรียญสหรัฐฯ/ตัน)	อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		
				ผลผลิต	ปริมาณ ส่งออก	ราคา ส่งออก
2530	10,148	751	569.9	1.4	8.2	1
2531	9,601	835	558.2	-5.4	11.2	-2
2532	10191	880	535.9	6.1	5.4	-4
2533	10,033	907	572.5	-1.5	3.1	6.8
2534	10,849	972	645.8	8.1	7.2	12.8
2535	11,455	1,025	643	5.6	5.4	-0.4
2536	11,740	1,064	563.7	2.5	3.8	-12.3
2537	11,566	1,110	516.8	-1.5	4.3	-8.3
2538	12,305	993	574.6	6.4	-10.5	11.2
2539	11,757	1,008	677	0.6	1.5	17.8
2540	12,794	728	657.9	3.3	-27.8	-2.8

ที่มา : FAO Yearbook Production

ตารางสถิติที่ 1.20

ราคาส่งออกสินค้าประดกระป๋องของประเทศส่งออกสำคัญ

หน่วย : เหรียญสหรัฐฯ/ตัน

ปี	เคนยา	ไทย	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์
2531	684.0	541.7	521.1	455.1
2532	712.4	496.5	465.9	471.7
2533	740.4	543.1	512.8	495.0
2534	570.8	681.7	711.8	489.6
2535	578.6	664.0	657.7	487.1
2536	517.3	565.5	501.0	482.1
2537	455.7	518.6	472.7	419.0
2538	609.4	664.4	524.1	421.5
2539	753.7	748.6	729.0	372.6
2540	627.2	649.0	691.3	463.0
เฉลี่ย	624.9	607.3	578.7	455.7

ที่มา : FAO TRADE YEARBOOK ;

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 3.1

มูลค่าส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูป

	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)						อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	12,840.1	13,128.6	15,059.1	13,988.5	15,453.3	14,093.9	2.2	14.7	-7.1	10.5	5.1
1. ผลไม้กระป๋อง	11,788.3	11,988.2	13,830.0	12,636.9	13,703.7	12,789.4	1.7	15.4	-8.6	8.4	4.2
- สับปะรด	6,608.1	5,763.1	6,510.1	5,901.9	6,925.0	6,341.6	-12.8	13.0	-9.3	17.3	2.1
- น้ำสับปะรด	1,681.2	2,348.6	2,988.6	2,215.3	2,445.3	2,335.8	39.7	27.2	-25.9	10.4	12.9
- น้ำผลไม้อื่น ๆ	974.9	830.8	862.2	1,038.5	1,126.1	966.5	-14.8	3.8	20.4	8.4	4.5
- ลิ้นจี่	209.9	297.2	471.3	626.5	292.9	379.6	41.6	58.6	32.9	-53.2	20.0
- ลำไย	374.0	415.2	609.3	753.1	272.6	484.8	11.0	46.4	23.6	-63.8	4.3
- อื่น ๆ	1,940.2	2,333.3	2,389.1	2,101.6	2,641.8	2,281.2	18.3	-8.1	-10.4	25.7	6.4
2. ผลไม้อบแห้งและแช่แข็ง	1,051.8	1,140.4	1,229.1	1,351.6	1,749.6	1,304.5	8.4	7.8	9.9	29.4	13.9
- สับปะรด	433.0	449.4	519.9	556.9	718.2	535.5	3.8	15.7	7.1	28.9	13.9
- อื่น ๆ	618.8	691.0	709.2	794.7	1,031.4	769.0	11.7	2.6	12.0	29.8	14.0

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.2

ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปของไทย

	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)						อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	12,840.1	13,128.6	15,059.1	13,988.5	15,453.3	14,093.9	2.2	14.7	7.1	10.5	8.6
1. สหภาพยุโรป	3,918.7	4,328.3	5,757.3	5,067.7	6,826.5	5,179.7	10.5	33.0	-11.9	34.7	16.6
2. สหรัฐอเมริกา	3,893.7	3,702.6	3,472.9	2,755.6	3,249.7	3,414.9	-4.9	-6.2	-20.6	17.9	-3.5
3. ญี่ปุ่น	1,182.5	1,157.9	947.8	825.8	1,004.1	1,023.6	-2.1	-18.1	-12.9	21.6	-2.9
4. สหองกง	299.0	494.7	706.2	722.0	638.1	572.0	65.4	42.8	2.2	-11.6	24.7
5. แคนาดา	385.5	456.4	510.5	433.2	492.4	455.6	18.4	11.9	-15.1	13.7	7.2
6. ออสเตรเลีย	241.1	262.0	341.6	402.4	453.9	340.2	20.1	39.6	-0.2	12.8	18.1
7. ใต้หวัน	756.4	550.6	551.0	574.1	446.7	575.8	-27.2	0.1	4.2	-22.2	-11.3
8. ประเทศอื่น ๆ	2,163.2	2,176.2	2,771.8	3,207.7	2,341.9	2,532.2	0.6	27.3	15.7	-26.9	4.2

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.3

ปริมาณส่งออกสับประดกระป๋องของไทย

	ปริมาณส่งออก (ตัน)						อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	707,260	383,990	346,925	279,514	226,535	388,845	-45	-9.6	-19.4	-18.9	-23.2
1. สหภาพยุโรป	152,561	154,761	166,278	134,759	127,340	147,140	1.4	7.4	-18.9	-5.5	-3.9
2. สหรัฐอเมริกา	350,414	96,520	66,323	40,903	24,856	115,803	-72.5	-31.3	-38.3	-39.2	-45.3
3. ญี่ปุ่น	55,167	37,615	25,951	21,047	17,069	31,370	-31.8	-31	-18.9	-18.9	-25.2
4. แคนาดา	19,806	19,421	17,249	12,185	10,860	15,904	-1.9	-11.2	-29.3	-10.9	-13.3
5. ออสเตรเลีย	6,443	4,629	5,703	6,365	5,604	5,749	-28.1	23.2	11.6	-11.9	-1.3
6. ซาอุดีอาระเบีย	7,287	5,999	6,244	7,574	4,576	6,336	-17.7	4.1	21.3	-39.6	-8.0
7. ไต้หวัน	27,075	10,180	9,029	9,550	4,858	12,138	-62.4	-11.3	5.8	-49.1	-29.3
8. ประเทศอื่น ๆ	88,507	54,865	50,148	47,131	31,372	54,405	-38	-8.6	-6	-33.7	-21.6

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.4

มูลค่าส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย

	มูลค่า (ล้านบาท)						อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	6,608.1	5,763.1	6,510.1	5,901.9	6,925.0	6,341.6	-12.8	13.0	-9.3	17.3	2.1
1. สหภาพยุโรป	2,204.6	2,144.0	3,091.0	2,733.3	3,859.6	2,806.5	-2.7	44.2	-11.6	41.2	17.8
2. สหรัฐอเมริกา	1,991.5	1,359.2	1,161.3	822.2	735.1	1,213.9	-31.8	-14.6	-29.2	-10.6	-21.6
3. ญี่ปุ่น	859.7	674.5	532.5	494.6	588.1	629.9	-21.5	-21.1	-7.1	18.9	-7.7
4. แคนาดา	232.0	270.1	308.4	277.1	326.1	282.7	16.4	14.2	-10.1	17.7	9.6
5. ซาอุดีอาระเบีย	82.0	75.7	108.1	152.8	213.9	126.5	-7.7	42.8	41.3	40.0	29.1
6. ใต้หวัน	190.7	198.6	217.1	244.2	181.0	206.3	4.2	9.2	12.5	-25.9	0.0
7. ออสเตรเลีย	80.7	63.3	96.2	128.8	161.1	106.0	-21.6	52.0	33.9	25.1	22.4
8. ประเทศอื่น ๆ	966.9	977.7	995.5	1,048.9	860.1	969.8	1.1	1.8	5.4	-18.0	-2.4

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.5

ราคาส่งออกสินค้าประมงของไทย

	ราคาส่งออก (บาท/ตัน)						อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
ราคาเฉลี่ยส่งออก	9,343	15,008	18,765	21,115	30,569	18,960	60.6	25.0	12.5	44.8	35.7
1. ใต้หวัน	7,043	19,509	24,045	25,571	37,258	22,685	177.0	23.2	6.3	45.7	63.1
2. ญี่ปุ่น	15,583	17,932	20,519	23,500	34,454	22,398	15.1	14.4	14.5	46.6	22.7
3. แคนาดา	11,714	13,908	17,879	22,741	30,028	19,254	18.7	28.5	27.2	32.0	26.6
4. สหภาพยุโรป	12,523	13,854	18,589	20,203	30,309	19,096	10.6	34.2	9.1	50.0	26.0
5. สหรัฐอเมริกา	5,683	14,082	17,510	20,101	29,574	17,390	147.8	24.3	14.8	47.1	58.5
6. ออสเตรเลีย	12,525	13,675	16,868	20,236	28,747	18,410	9.2	23.3	19.9	42.0	23.6
7. ซาอุดีอาระเบีย	12,727	12,619	17,313	20,174	46,744	21,915	-0.8	37.2	16.5	131.7	46.2

ที่มา : คำนวณจากตารางที่ 4.3 และ 4.4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 3.6
ปริมาณส่งออกน้ำส้มประดบรจุภาชนะอัดลมของไทย

	ปริมาณส่งออก (ตัน)						อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	40,816	38,675	24,384	15,722	12,079	26,335	-5.2	-36.9	-35.5	-23.2	-25.2
1. สหภาพยุโรป	15,316	12,408	7,911	7,283	7,613	10,106	-18.9	-36.2	-7.9	4.5	-14.6
2. สหรัฐอเมริกา	17,348	18,554	12,276	5,411	2,920	11,302	6.9	-33.8	-55.9	-46	-32.2
3. แคนาดา	1,271	2,148	1,498	1,040	378	1,267	69	-30.3	-30.6	-63.6	-13.9
4. ออสเตรเลีย	139	692	113	150	214	262	39.8	-83.7	32.7	42.7	7.9
5. ซิลี	266	634	56	363	172	298	138.3	-91.2	548.2	-52.6	135.7
6. สาธารณรัฐเกาหลี	444	202	248	406	52	270	-54.5	22.8	63.7	-87.2	-13.8
7. ประเทศอื่น ๆ	6,032	4,037	2,282	1,069	730	2,830	-33.1	-43.5	-53.1	-31.7	-40.4

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.7

มูลค่าส่งออกน้ำส้มแปรรูปบรรจุภาชนะอัดลมของไทย

	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)						อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	702.3	912.6	820.8	498.1	570.1	700.8	29.9	-10.1	-39.3	14.4	-1.3
1. สหภาพยุโรป	112.0	298.7	315.4	260.3	345.9	266.5	166.7	5.6	-17.5	32.9	46.9
2. สหรัฐอเมริกา	328.7	441.7	385.9	146.6	148.0	290.2	34.4	-12.6	-62.0	0.9	-9.8
3. ออสเตรเลีย	2.1	19.4	4.6	6.3	16.4	9.8	824.0	-76.3	-36.9	160.3	217.8
4. แคนาดา	20.3	47.7	46.1	33.6	18.9	33.3	134.9	-3.3	-27.1	-43.7	15.2
5. ซิลี	5.2	15.9	2.1	14.6	9.6	9.5	205.8	-86.8	595.0	-34.2	170.0
6. สาธารณรัฐเกาหลี	4.6	2.8	4.7	10.5	3.4	5.2	-39.1	67.9	453.0	-67.6	103.6
7. ประเทศอื่น ๆ	220.0	63.5	46.9	19.8	27.9	75.6	-71.1	-26.1	-57.8	40.9	-28.5

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.8

ปริมาณส่งออกน้ำส้มประดมิได้บรรจุกระป๋องของไทย

	ปริมาณส่งออก (ตัน)						อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	62,730	63,692	59,558	46,459	56,599	57,808	1.5	-6.5	-21.9	21.8	-1.3
1. สหภาพยุโรป	35,010	34,627	33,003	28,873	25,193	31,341	-1.1	-4.7	-18.5	-12.7	-9.3
2. สหรัฐอเมริกา	18,011	19,156	15,676	7,935	24,356	17,027	6.4	-18.2	-49.9	206.9	36.3
3. ญี่ปุ่น	2,667	3,168	3,564	2,201	1,532	2,626	18.8	12.5	-38.2	-30.4	-9.3
4. อิสราเอล	230	610	2,508	1,823	1,300	1,294	165.2	311.1	-27.3	-28.6	105.1
5. ซิลี	53	307	920	706	761	549	479.2	199.7	-23.3	7.8	165.9
6. ออสเตรเลีย	1,173	1,895	836	1,421	628	1,191	61.5	-55.9	69.9	-55.8	4.9
7. แคนาดา	1,390	848	1,217	385	195	807	-38.9	43.5	-68.4	-49.3	-28.3
8. ประเทศอื่น ๆ	4,196	3,081	1,877	3,115	2,634	2,981	-26.6	39.1	65.9	-15.4	15.8

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตารางสถิติที่ 3.9

มูลค่าส่งออกน้ำสับปะรดมิได้บรรจุภาชนะอัดลมของไทย

	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)						อัตราขยายตัว (ร้อยละ)				
	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
รวม	978.8	1,436.0	2,167.1	1,717.2	1,875.1	1,634.8	46.7	50.9	-20.8	9.2	21.5
1. สหภาพยุโรป	540.4	808.3	1,210.2	1,063.3	1,237.4	971.9	49.6	49.7	-12.2	16.4	25.9
2. สหรัฐอเมริกา	275.7	391.8	523.9	284.6	272.0	349.6	42.1	33.7	-45.7	-4.4	6.4
3. ญี่ปุ่น	45.7	76.1	142.5	95.4	86.8	89.3	66.5	87.2	-33	-9	27.9
4. อิสราเอล	2.6	15.9	104.8	63.6	65.6	50.5	511.5	559.1	-39.3	3.1	258.6
5. ซิลี	1.2	11.1	41.3	31.1	48.3	26.6	825	272.1	-24.7	55.3	281.9
6. ออสเตรเลีย	20.2	40.6	31.5	52.8	32.6	35.5	101	-22.4	67.6	-38.2	27.0
7. แคนาดา	20.9	18.7	46.6	9.1	9.4	20.9	-10.5	149.2	-80.4	3.3	15.4
8. ประเทศอื่น ๆ	72.1	73.5	66.3	117.6	123.0	90.5	1.9	-9.8	77.4	4.6	18.5

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2541 เป็นตัวเลขเบื้องต้น



ข้าวโพดหวาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

การค้าของโลก

การค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจะแบ่งเป็น 2 หัวข้อ คือ การส่งออกของโลก และการนำเข้าของโลก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานได้แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อด้วยกัน คือ การส่งออกของโลก การส่งออกของสหรัฐอเมริกา และการส่งออกของสหภาพยุโรป ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

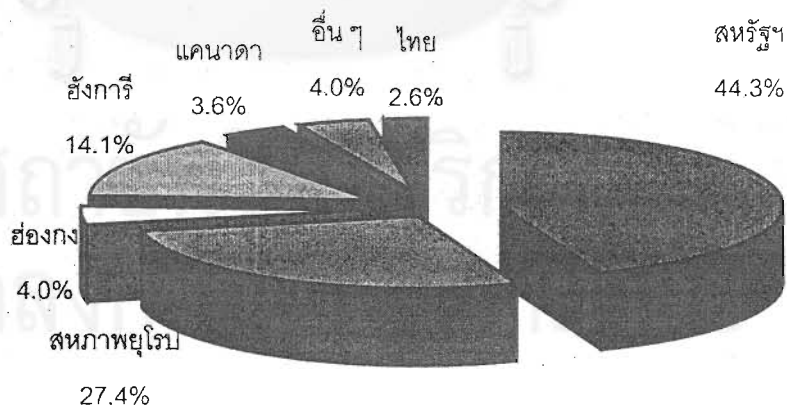
1.1.1 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 จนถึงปี พ.ศ.2540 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลกมีปริมาณเพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับ จากปริมาณ 289,621 เมตริกตัน มูลค่า 270.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ.2536 เพิ่มขึ้นเป็น 388,515 เมตริกตัน มูลค่า 388.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ.2539 และในปี พ.ศ.2540 มีการส่งออกรวม 437,711 เมตริกตัน มูลค่า 414.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยส่งออกได้ปริมาณ 193,778 เมตริกตัน มูลค่า 159.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศผู้ส่งออกรองลงมาคือ สหภาพยุโรป ส่งออกปริมาณ 119,937 เมตริกตัน มูลค่า 146.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แยกเป็นฝรั่งเศส ซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของสหภาพยุโรป ส่งออก 90,088 เมตริกตัน มูลค่า 113.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอิตาลี 10,697 เมตริกตัน มูลค่า 11.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลำดับต่อมา ได้แก่ อังกฤษส่งออก 61,709 เมตริกตัน มูลค่า 53.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ฮอลแลนด์ 17,578 เมตริกตัน มูลค่า 15.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และแคนาดา 15,675 เมตริกตัน มูลค่า 14.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับไทยส่งออก 11,187 เมตริกตัน มูลค่า 8.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ตารางสถิติที่ 1.1 และ 1.2)

(1) อัตราการเจริญเติบโตการส่งออกของโลก ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 เป็นต้นมา มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก เพราะปริมาณการบริโภคของโลกเพิ่มขึ้นทุกปีและสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ.2539 อัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 19.3 โดยเป็นการขยายตัวสูงสุดจากประเทศฮอลแลนด์ ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโต

สูงขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 315.6 ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพื่อการส่งออกอีกต่อหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ อังกฤษ และไทย ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 81.3 และ 32.4 ตามลำดับ อันดับต่อมา ได้แก่ สหภาพยุโรป ซึ่งเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานอันดับสองของโลกมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 10.5 สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรายใหญ่ของโลกมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 9.0 และแคนาดามีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 8.7 สำหรับในปี พ.ศ.2540 อัตราการเจริญเติบโตโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.7 โดยอังกฤษมีอัตราการขยายตัวสูงสุดถึงร้อยละ 37.5 เพราะปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นที่ยุโรปตะวันออก รองลงมาได้แก่ ฮองกง สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.4, 19.2 และ 9.0 ตามลำดับ เนื่องจากฮองกงเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งออกอีกต่อหนึ่ง (Re-export) โดยส่วนใหญ่จะส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับสหภาพยุโรปได้มีการลดราคาส่งออกและเร่งระบายสินค้าคงเหลือ ส่วนสหรัฐอเมริกาสามารถส่งออกไปยังประเทศในทวีปเอเชียได้เพิ่มขึ้น แต่ไทยและแคนาดา อัตราการเจริญเติบโตหดตัวลงร้อยละ 18.8 และ 3.8 ตามลำดับ เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศของไทยไม่เอื้ออำนวยจากสภาวะฝนทิ้งช่วง และแคนาดาได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่แปรปรวน (ตารางสถิติที่ 1.1)

แผนภาพที่ 1.1
สัดส่วนปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก ปี พ.ศ.2540



ที่มา : Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

(2) สัดส่วนการส่งออกของโลก สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีสัดส่วนการส่งออกประมาณครึ่งหนึ่งของปริมาณการส่งออกของโลก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นแปลงเพาะปลูกขนาดใหญ่ มีการใช้เครื่องจักรกลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งมีการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างเกษตรกรและโรงงานด้วย ซึ่งในปี พ.ศ.2540 สหรัฐอเมริกา ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.3 ของปริมาณการส่งออกของโลก ประเทศที่ส่งออกรองลงมา ได้แก่ สหภาพยุโรปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.4 โดยมีฝรั่งเศสเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของสหภาพยุโรปคิดเป็นสัดส่วนประมาณสามในสี่ของการส่งออกของสหภาพยุโรป ลำดับต่อมา ได้แก่ สังกาฬาร้อยละ 14.1 ฮองกงร้อยละ 4.0 แคนาดาร้อยละ 3.6 และไทยปริมาณการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.6 คิดเป็นอันดับ 7 ของปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก (ตารางสถิติที่ 1.1)

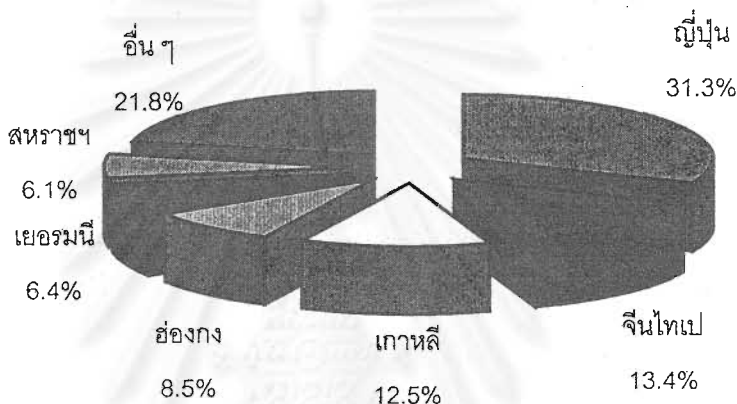
1.1.2 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรายใหญ่ที่สุดของโลก เนื่องจากมีการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรที่ทันสมัย และเพาะปลูกแบบแปลงขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต โดยในปี พ.ศ.2537 สหรัฐอเมริกามีการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมูลค่า 123.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี พ.ศ.2539 ส่งออกมูลค่า 145.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่จะส่งออกไปญี่ปุ่นมูลค่า 45.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาส่งออกไปยังจีนไทเป ฮองกง และเยอรมนี มูลค่า 18.4, 16.7 และ 10.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2540 สหรัฐอเมริกาได้ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมูลค่า 159.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่งออกไปยังญี่ปุ่นมากที่สุดมูลค่า 49.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาเป็นการส่งออกไปยังจีนไทเป สาธารณรัฐเกาหลี และฮองกง มูลค่า 21.3, 19.9 และ 13.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.3)

(1) อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 ในปี พ.ศ.2538 และในปี พ.ศ.2539 อัตราการเจริญเติบโตขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.3 โดยสามารถส่งออกเพิ่มขึ้นในเกือบทุกประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีนไทเป สาธารณรัฐเกาหลี ฮองกง นอร์เวย์ สิงคโปร์ และรัสเซีย ส่วนการส่งออกไปเยอรมนีและสหราชอาณาจักร มีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลงร้อยละ 29.9 และ 24.8 ตามลำดับ สำหรับปี พ.ศ.2540 มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.5 โดยส่งออกไปสาธารณรัฐเกาหลี

เพิ่มขึ้นร้อยละ 99.0 นอร์เวย์ ร้อยละ 25.6 ซึ่งนอร์เวย์นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา ประมาณสองในสามของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน จีนไทเปร้อยละ 15.8 สหราชอาณาจักรร้อยละ 10.2 และญี่ปุ่นร้อยละ 8.7 เนื่องจากในญี่ปุ่นมีการจัดรายการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน กระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ (ตารางสถิติที่ 1.3)

แผนภาพที่ 1.2 สัดส่วนส่งออกข้าวโพดหวาน
ของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540



ที่มา : Department of State , Washington D.C.

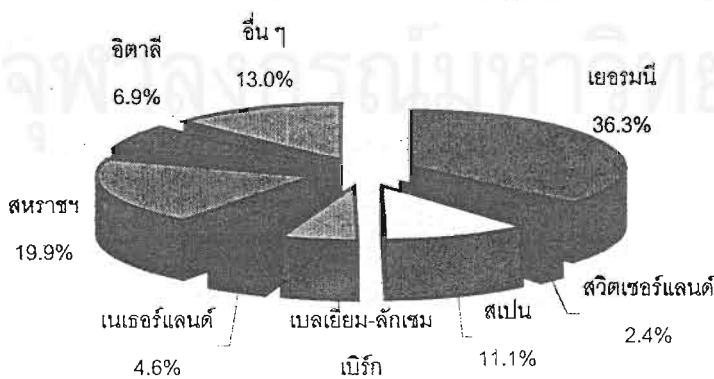
(2) สัดส่วนการส่งออกของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา สหรัฐอเมริกาส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังญี่ปุ่นในสัดส่วนมากที่สุด ในปี พ.ศ.2539 ส่งออกไปญี่ปุ่นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.5 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด รองลงมาส่งออกไปจีนไทเป ฮ่องกง และเยอรมนี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.6, 11.5 และ 7.1 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2540 (แผนภาพที่ 1.2) สหรัฐอเมริกาส่งออกไปญี่ปุ่นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.3 จีนไทเปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.4 สาธารณรัฐเกาหลีร้อยละ 12.5 รองลงมา คือ ฮ่องกง เยอรมนี และ สหราชอาณาจักร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.5, 6.4 และ 6.1 ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.3)

1.1.3 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป

ในปี พ.ศ.2536 สหภาพยุโรปมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน มูลค่า 85.7 ล้าน ECU และเพิ่มขึ้นเป็น 129.3 ล้าน ECU ในปี พ.ศ.2540 ส่วนใหญ่จะเป็นการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปด้วยกัน รองลงมาเป็นการส่งออกไปสวีตเซอร์แลนด์ รัสเซีย เลบานอน และญี่ปุ่น โดยในปี พ.ศ.2540 สหภาพยุโรปสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังเยอรมนีมากที่สุด ซึ่งเป็นประเทศที่มีการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมากที่สุดในกลุ่มสหภาพยุโรป โดยมีมูลค่า 46.9 ล้าน ECU รองลงมาส่งออกไปสหราชอาณาจักร และสเปน โดยส่งออกมูลค่า 25.7 และ 14.3 ล้าน ECU ตามลำดับ สำหรับการส่งออกไปยังนอกกลุ่มสหภาพยุโรปมีการส่งออกไปสวีตเซอร์แลนด์มูลค่า 3.1 ล้าน ECU ลำดับต่อมา ได้แก่ รัสเซีย เลบานอน และญี่ปุ่น มูลค่า 1.7, 0.6 และ 0.5 ล้าน ECU ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.4)

(1) อัตราการเจริญเติบโตการส่งออกของสหภาพยุโรป ตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น ยกเว้นในปี พ.ศ.2538 ที่มีอัตราการเจริญเติบโตลดลงร้อยละ 6.7 โดยเป็นการลดลงจากฝรั่งเศสร้อยละ 20.6 เยอรมนีร้อยละ 14.6 และสหราชอาณาจักรร้อยละ 13.9 สำหรับในปี พ.ศ.2540 มูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.7 โดยเป็นการเจริญเติบโตจากกลุ่มสหภาพยุโรปร้อยละ 18.8 แยกเป็นเยอรมนีร้อยละ 38.8 สเปนร้อยละ 28.8 และเบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก ร้อยละ 10.3 เนื่องจากราคาส่งออกต่อหน่วยลดลงและปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้น ส่งผลให้แต่ละประเทศนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานเพิ่มมากขึ้น และนอกกลุ่มสหภาพยุโรป คือ รัสเซีย ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 750.0 (ตารางสถิติที่ 1.4)

แผนภาพที่ 1.3
สัดส่วนส่งออกข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป ปี พ.ศ.2540



ที่มา : EUROSTST

(2) สัดส่วนการส่งออกของสหภาพยุโรป ในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา สหภาพยุโรปส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน ไปยังกลุ่มสหภาพยุโรปมากกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด ส่วนการส่งออกไปนอกกลุ่มสหภาพยุโรปมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย สำหรับในปี พ.ศ.2540 (แผนภาพที่ 1.3) ส่งออกไปเยอรมนีคิดเป็นสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 36.3 สหราชอาณาจักรร้อยละ 19.9 สเปนร้อยละ 11.1 อิตาลีร้อยละ 6.9 เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก ร้อยละ 5.8 และเนเธอร์แลนด์ร้อยละ 4.6 (ตารางสถิติที่ 1.4)

1.2 การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน ได้แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อด้วยกัน คือ การนำเข้าของโลก การนำเข้าของสหภาพยุโรป การนำเข้าของญี่ปุ่น การนำเข้าของสหรัฐอเมริกา และการนำเข้าของสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

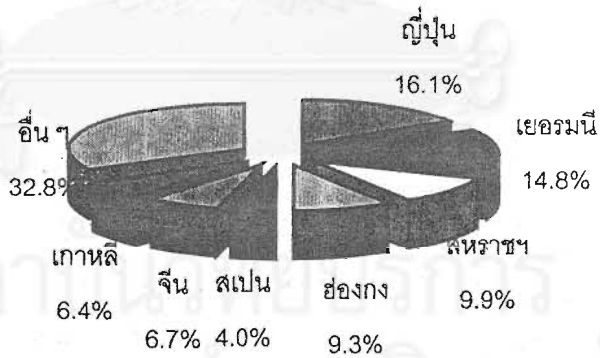
1.2.1 การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

ในปี พ.ศ.2536 มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก ปริมาณ 272,288 เมตริกตัน มูลค่า 304.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นเป็น 378,985 เมตริกตัน มูลค่า 409.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2539 และในปี พ.ศ.2540 มีการนำเข้ารวม 379,092 เมตริกตัน มูลค่า 409.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลกเพิ่มขึ้นทุกปี แสดงให้เห็นว่าการบริโภคโดยรวมก็เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน อันมีสาเหตุจากจำนวนประชากรโลกมีมากขึ้น หรืออัตราการบริโภคต่อคนโดยเฉลี่ยมีปริมาณเพิ่มขึ้น โดยมีสหภาพยุโรปเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดของโลก นำเข้าปริมาณ 161,097 เมตริกตัน มูลค่า 191.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แยกเป็นเยอรมนี ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดของสหภาพยุโรปนำเข้าปริมาณ 55,943 เมตริกตัน มูลค่า 60.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ สหราชอาณาจักรนำเข้า 37,641 เมตริกตัน มูลค่า 47.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สเปนนำเข้า 15,319 เมตริกตัน มูลค่า 17.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์นำเข้า 11,739 เมตริกตัน มูลค่า 13.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และอิตาลีนำเข้า 7,990 เมตริกตัน มูลค่า 12.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับประเทศที่นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลกลำดับต่อมา คือ ญี่ปุ่นและฮ่องกง ซึ่งในปี พ.ศ.2540 ได้นำเข้าปริมาณ 61,058 เมตริกตัน มูลค่า 73.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และปริมาณ 35,235 เมตริกตัน มูลค่า 27.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีนและสาธารณรัฐเกาหลีนำเข้าปริมาณ 25,395 เมตริกตัน มูลค่า 22.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และปริมาณ 24,234 เมตริกตัน มูลค่า 27.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.5 และ 1.6)

(1) อัตราการเจริญเติบโตการนำเข้าของโลก ในปี พ.ศ.2539 ปริมาณนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก มีอัตราเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 17.4 โดยอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นที่ฮ่องกงและสาธารณรัฐประชาชนจีนร้อยละ 172.3 และ 37.7 ตามลำดับ รองลงมา คือ สหภาพยุโรปร้อยละ 9.3 แยกเป็นเนเธอร์แลนด์ อิตาลี และ สเปน มีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นร้อยละ 83.0, 17.9 และ 11.7 ตามลำดับ และสาธารณรัฐเกาหลีร้อยละ 7.6 ส่วนญี่ปุ่นนำเข้าในปริมาณที่ลดลงร้อยละ 10.1 สำหรับในปี พ.ศ.2540 ปริมาณนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก มีอัตราเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนเล็กน้อย โดยมีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดที่ฮ่องกงร้อยละ 35.1 ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งออกอีกต่อหนึ่ง (Re-export) รองลงมาได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลีและญี่ปุ่น มีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 24.1 และ 9.6 ตามลำดับ สาเหตุที่มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นสินค้าที่ง่ายต่อการปรุงอาหาร เหมาะสมกับคนที่มีเวลาน้อย และคนหนุ่มสาวสมัยใหม่ และในบางประเทศมีการส่งเสริมการจำหน่าย ตลอดจนการลดราคาสินค้าด้วย ส่งผลให้มีการขยายตัวของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน (ตารางสถิติที่ 1.5)

แผนภาพที่ 1.4

สัดส่วนปริมาณนำเข้าข้าวโพดหวานของโลกปี พ.ศ.2540



ที่มา : Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

(2) สัดส่วนนำเข้าของโลก ในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา สหภาพยุโรป เป็นกลุ่มประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยคิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 42.0-48.0 ของการนำเข้าของโลก แยกเป็นเยอรมนี ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้า รายใหญ่ของสหภาพยุโรป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.0-18.0 และสหราชอาณาจักรคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 9.0-14.0 ประเทศที่นำเข้ารองลงมา ได้แก่ ญี่ปุ่นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.0-20.0 ฮองกง ร้อยละ 3.0-9.0 และสาธารณรัฐเกาหลีคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.0-6.0

สำหรับปี พ.ศ.2540 สหภาพยุโรปนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 42.5 ของการนำเข้าของโลก โดยมีเยอรมนีเป็นประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 14.8 รองลงมา คือ สหราชอาณาจักรคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.9 ส่วนประเทศ ผู้นำเข้านอกกลุ่มสหภาพยุโรป ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง และสาธารณรัฐประชาชนจีนคิดเป็นสัดส่วน นำเข้าร้อยละ 16.1, 9.3 และ 6.7 ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.5)

1.2.2 การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป

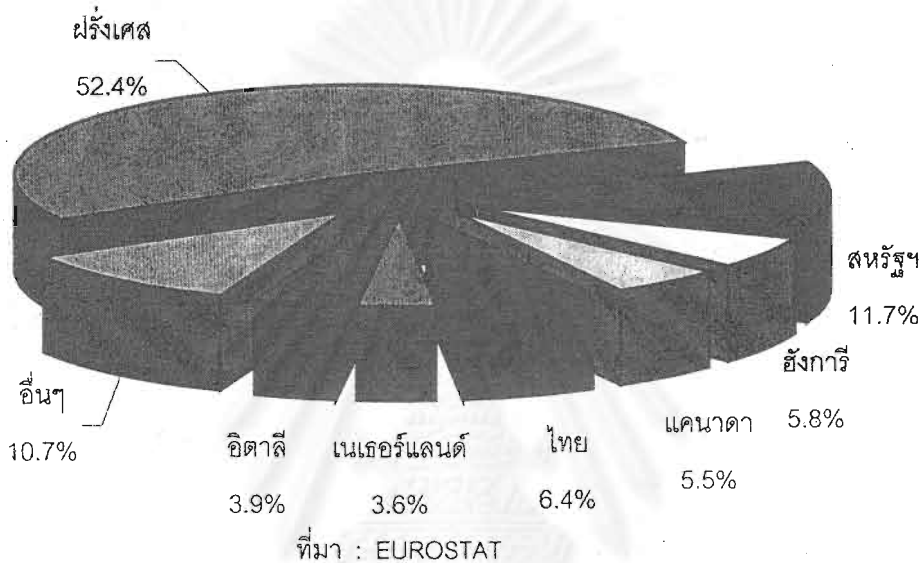
ในปี พ.ศ.2536 ตลาดสหภาพยุโรปมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมูลค่า 127.4 ล้าน ECU และเพิ่มขึ้นเป็น 178.4 ล้าน ECU ในปี พ.ศ.2540 ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้า จากประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปด้วยกัน รองลงมาเป็นการนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา ไทย ฮังการี และแคนาดา โดยในปี พ.ศ.2540 สหภาพยุโรปได้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน จากฝรั่งเศส ซึ่งเป็นประเทศที่ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมากที่สุดในกลุ่มสหภาพยุโรป โดยนำเข้ามูลค่า 93.4 ล้าน ECU รองลงมาเป็นการนำเข้าจากอิตาลี เนเธอร์แลนด์ และเบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก โดย นำเข้ามูลค่า 6.9, 6.5 และ 5.1 ล้าน ECU ตามลำดับ สำหรับการนำเข้าจากนอกกลุ่มสหภาพยุโรป มีการนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา และไทย ในปี พ.ศ.2540 มีมูลค่า 20.9 และ 11.4 ล้าน ECU ตาม ลำดับ รองลงมาได้แก่ ฮังการี และแคนาดามีมูลค่านำเข้า 10.4 และ 9.8 ล้าน ECU ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.7)

(1) อัตราการเจริญเติบโตของการนำเข้าของสหภาพยุโรป มูลค่าการ นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานโดยรวม ของสหภาพยุโรป มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ ถ้าดูเป็นรายประเทศอัตราการเจริญเติบโตจะเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันไป สำหรับในส่วนของ ประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ในปี พ.ศ.2537 และ 2538 สหภาพยุโรปนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 68.3 และ 60.9 ตามลำดับ เนื่องจากผลผลิตมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น แต่ในปี พ.ศ.2539 อัตราการ

เจริญเติบโตลดลงร้อยละ 2.7 สำหรับในปี พ.ศ.2540 อัตราการเจริญเติบโตขยายตัวขึ้นร้อยละ 5.6 เนื่องจากไทยมีการปรับเปลี่ยนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ส่งผลให้ค่าเงินบาทอ่อนตัวลง. (ตารางสถิติที่ 1.7)

แผนภาพที่ 1.5

สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรปปี พ.ศ.2540



(2) สัดส่วนการนำเข้าของสหภาพยุโรป ในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา สหภาพยุโรปนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน จากกลุ่มสหภาพยุโรปมากกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด ส่วนการนำเข้าจากไทยคิดเป็นสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 3.0-8.0 สำหรับในปี พ.ศ.2540 นำเข้าจากฝรั่งเศสคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 52.4 รองลงมา คือ สหรัฐอเมริการ้อยละ 11.7 และไทยร้อยละ 6.4 (แผนภาพที่ 1.5 และตารางสถิติที่ 1.7) :

1.2.3 การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของญี่ปุ่น

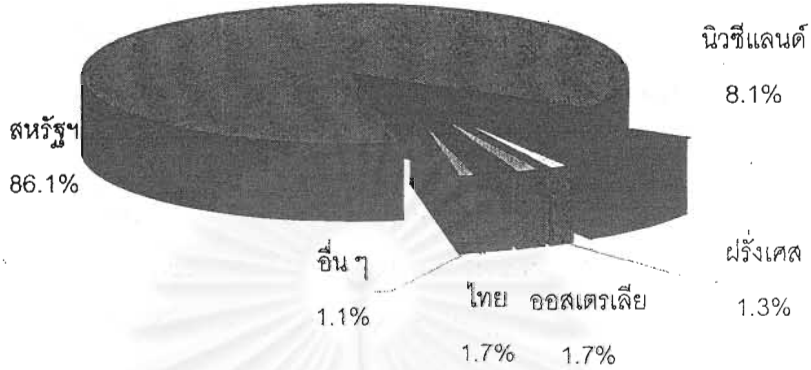
ในปี พ.ศ.2538 ญี่ปุ่นมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน มูลค่า 6,995.4 ล้านเยน และมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 8,861.2 ล้านเยนในปี พ.ศ.2540 ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาเป็นการนำเข้าจากนิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และไทย โดยในปี พ.ศ.2540 ญี่ปุ่นได้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมากที่สุดในโลก โดยนำเข้ามูลค่ามากถึง 7,631.2 ล้านเยน รองลงมาเป็นการนำเข้าจากนิวซีแลนด์ มูลค่า 713.8 ล้านเยน ออสเตรเลีย 154.3 ล้านเยน และนำเข้าจาก

ประเทศไทยมูลค่า 150.6 ล้านบาท สำหรับในระยะ 6 เดือนแรกของปี พ.ศ.2541 นำเข้า 4,889.7 ล้านบาท เป็นการนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา 3,963.8 ล้านบาท รองลงมานำเข้าจากนิวซีแลนด์มูลค่า 696.4 ล้านบาท ออสเตรเลีย มูลค่า 88.7 ล้านบาท และไทย 79.5 ล้านบาท (ตารางสถิติที่ 1.8)

(1) อัตราการเจริญเติบโตการนำเข้าของญี่ปุ่น มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานโดยรวมของญี่ปุ่น มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2539 -2540 โดยในปี พ.ศ.2539 อัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจากไทย นิวซีแลนด์ ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา และในปี พ.ศ.2540 ญี่ปุ่นนำเข้าในอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจาก อิสราเอล แคนาดา ไทย และสหรัฐอเมริกา แต่ในปี พ.ศ.2538 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงร้อยละ 5.6 เนื่องจากเงินเยนมีค่าแข็งตัวมาก จึงซื้อสินค้าได้ในปริมาณเท่าเดิมแต่มูลค่าที่ลดลง แต่ในปี พ.ศ.2540 อัตราการเจริญเติบโตของการนำเข้าได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.6 เนื่องจากเงินเยนมีค่าอ่อนตัวลง ประกอบกับในประเทศได้จัดรายการส่งเสริมการจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยนำเข้าในอัตราที่เพิ่มขึ้นจากอิสราเอล ในอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 420.0 แคนาดาร้อยละ 253.0 และนำเข้าจากไทยในอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 169.9 สำหรับในระยะ 6 เดือนแรกของปี พ.ศ.2541 มูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีการหดตัวลงเล็กน้อยร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการนำเข้าในอัตราที่ลดลงจากฝรั่งเศสร้อยละ 50.0 ไทยร้อยละ 26.3 ออสเตรเลียร้อยละ 10.5 แคนาดาร้อยละ 4.3 และสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 3.1 (ตารางสถิติที่ 1.8)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 1.6
สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของญี่ปุ่น ปี 2540



ที่มา: JETRO Thailand

(2) สัดส่วนการนำเข้าของญี่ปุ่น ในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา ญี่ปุ่นนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากไทย คิดเป็นสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 0.5-2.0 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของโลก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 85.0 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด สำหรับในปี พ.ศ.2540 นำเข้าจากสหรัฐอเมริการ้อยละ 86.1 นิวซีแลนด์ร้อยละ 8.1 ออสเตรเลียและไทย ร้อยละ 1.7 เท่ากัน สำหรับในระยะ 6 เดือนแรกของปี พ.ศ.2541 ญี่ปุ่นนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากสหรัฐอเมริกาในสัดส่วนสูงร้อยละ 81.1 รองลงมามีนำเข้าจากนิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และไทย ร้อยละ 14.2, 1.8 และ 1.6 ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.8)

1.2.4 การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา

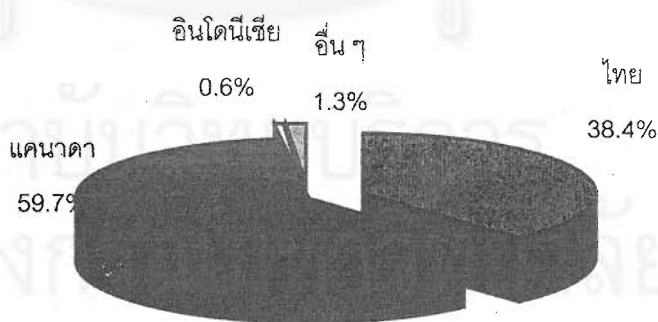
ถึงแม้ว่าสหรัฐอเมริกาจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรายใหญ่ที่สุดของโลก ก็ยังมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานเหมือนกัน ส่วนใหญ่นำเข้าเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของชาวเอเชียที่อยู่ในสหรัฐอเมริกา เพราะรสนิยมในการบริโภคที่แตกต่างกันและชอบรสชาติแบบเอเชีย รวมทั้งนำเข้าในช่วงที่ขาดแคลนด้วย โดยในปี พ.ศ.2536 สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมูลค่า 5,696.7 พันเหรียญสหรัฐฯ และในปี พ.ศ.2539 ลดลงเป็น 3,120.3 พันเหรียญสหรัฐฯ ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากประเทศไทย รองลงมาเป็นการ

นำเข้าจากแคนาดา และอินโดนีเซีย โดยในปี พ.ศ.2539 สหรัฐอเมริกาได้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากไทย มูลค่า 2,153.0 พันเหรียญสหรัฐฯ รองลงมาเป็นกรนำเข้าจากแคนาดา มูลค่า 920.4 พันเหรียญสหรัฐฯ และนำเข้าจากอินโดนีเซียมูลค่า 11.7 พันเหรียญสหรัฐฯ สำหรับในปี พ.ศ.2540 สหรัฐอเมริกาได้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากแคนาดามากที่สุดมูลค่า 2,271.2 พันเหรียญสหรัฐฯ รองลงมาเป็นกรนำเข้าจากไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยนำเข้ามูลค่า 1,459.2, 27.7 และ 21.4 พันเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 1.9)

(1) อัตราการเจริญเติบโตการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2537 – 2538 โดยในปี พ.ศ.2537 อัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.0 โดยเป็นการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากแคนาดา ส่วนกรนำเข้าจากไทยและอินโดนีเซีย มีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลงร้อยละ 4.3 และ 58.1 ตามลำดับ แต่ในปี พ.ศ.2539 อัตราการเจริญเติบโตลดลงร้อยละ 59.7 สำหรับปี พ.ศ.2540 มูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.8 โดยนำเข้าจากแคนาดาเพิ่มขึ้นร้อยละ 146.8 เนื่องจากเป็นประเทศที่อยู่ในเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) ด้วยกัน อินโดนีเซียร้อยละ 82.9 แต่นำเข้าจากไทยลดลงร้อยละ 32.2 (ตารางสถิติที่ 1.9)

แผนภาพที่ 1.7

สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2540



ที่มา: Department of State , Washington D.C.

(2) สัดส่วนการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536-2539 สหรัฐอเมริกานำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากไทยมากที่สุด ในปี พ.ศ.2539 นำเข้าจากไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.0 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด รองลงมานำเข้าจากแคนาดาและอินโดนีเซีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.5 และ 0.4 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2540 สหรัฐอเมริกานำเข้าจากแคนาดา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.7 และนำเข้าจากไทยร้อยละ 38.4 ส่วนอินโดนีเซียร้อยละ 0.6 (ตารางสถิติที่ 1.9)

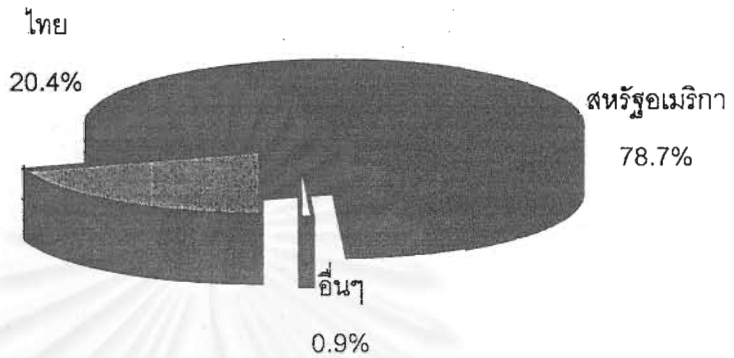
1.2.5 การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสาธารณรัฐเกาหลี

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 เป็นต้นมา การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสาธารณรัฐเกาหลี มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี จากมูลค่า 6,858.0 พันเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2536 เป็น 27,886.0 พันเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2540 ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา รองลงมาเป็นนำเข้าจากประเทศไทย สาธารณรัฐประชาชนจีน และฝรั่งเศส โดยในปี พ.ศ.2540 สาธารณรัฐเกาหลีนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากสหรัฐอเมริกามูลค่า 21,949.0 พันเหรียญสหรัฐฯ ลำดับต่อมาเป็นการนำเข้าไทยมูลค่า 5,691 พันเหรียญสหรัฐฯ และนำเข้าจากฝรั่งเศสมูลค่า 48.0 พันเหรียญสหรัฐฯ (ตารางสถิติที่ 1.10)

(1) อัตราการเจริญเติบโตของการนำเข้าของสาธารณรัฐเกาหลี มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสาธารณรัฐเกาหลี มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยนำเข้าเพิ่มขึ้นจากตลาดหลัก คือสหรัฐอเมริกา ซึ่งในปี พ.ศ.2540 สาธารณรัฐเกาหลีมีอัตราการเจริญเติบโตของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 39.9 เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาต่ำกว่าการนำเข้าจากแหล่งอื่นๆ สำหรับการนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 0.3 แต่นำเข้าจากฝรั่งเศสลดลงร้อยละ 36.8 (ตารางสถิติที่ 1.10)

แผนภาพที่ 1.8

สัดส่วนนำเข้าข้าวโพดหวานของสาธารณรัฐเกาหลีปี พ.ศ.2540



ที่มา : ITC/UNSTAT และ The World Trade Atlas

(2) สัดส่วนการนำเข้าของสาธารณรัฐเกาหลี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536

เป็นต้นมา สาธารณรัฐเกาหลีนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากสหรัฐอเมริกามากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 65.0-75.0 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด รองลงมาเป็นการนำเข้าจากไทย คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 25.0-30.0 และนำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนและฝรั่งเศส แต่คิดเป็นสัดส่วนเพียงเล็กน้อย สำหรับในปี พ.ศ.2540 สาธารณรัฐเกาหลีนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากสหรัฐอเมริกาและไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.7 และ 20.4 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 1.8 และตารางสถิติที่ 1.10)

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

โครงสร้างการผลิตของไทย

การพิจารณาในเรื่องโครงสร้างการผลิตของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน จะพิจารณาถึง 5 ประเด็น คือ ผลผลิตข้าวโพดหวาน ประเภทของผลิตภัณฑ์ ปริมาณการผลิต โครงสร้างปัจจัยการผลิต และโครงสร้างต้นทุนการผลิต ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ผลผลิตข้าวโพดหวาน

วัตถุประสงค์ในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานก็คือข้าวโพดหวานฝักสดในประเทศไทย มีการเพาะปลูกข้าวโพดหวานเกือบทุกจังหวัด โดยมีพื้นที่เพาะปลูกและแหล่งผลิต ดังนี้

2.1.1 พื้นที่เพาะปลูก

ในปีการเพาะปลูก 2537/38 มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 111,346 ไร่ ผลผลิต 173,681 เมตริกตัน เทียบกับในปีการเพาะปลูก 2539/2540 ซึ่งมีพื้นที่เก็บเกี่ยว 235,371 ไร่ ผลผลิต 327,672 เมตริกตัน พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 111.4 และ 88.7 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการผลิต โดยผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เพิ่มขึ้นสูงมาก สำหรับในปีการเพาะปลูก 2540/41 มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 179,273 ไร่ ผลผลิต 311,143 เมตริกตัน ซึ่งพื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตในแต่ละปีมีความแปรปรวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากสภาพภูมิประเทศในแต่ละปีมีความแตกต่างกัน (ตารางสถิติที่ 2.1)

2.1.2 แหล่งผลิต

แหล่งเพาะปลูกข้าวโพดหวานที่สำคัญในปีการเพาะปลูก 2540/41 คือ ภาคตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทั้งสองภาคสามารถผลิตข้าวโพดหวานคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.9 และ 23.2 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศตามลำดับ จังหวัดที่มีการเพาะปลูกมาก ได้แก่ กาญจนบุรี เพชรบุรี ราชบุรี นครราชสีมา หนองคาย ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น สระแก้ว นครสวรรค์ สุโขทัย และพิษณุโลก (ตารางสถิติที่ 2.2)

2.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

2.2.1 ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง มีทั้งชนิดบรรจุกระป๋องธรรมดาและบรรจุกระป๋องแบบสุญญากาศ

- ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องธรรมดา ประกอบด้วยเมล็ดข้าวโพดหวานประมาณร้อยละ 60.0-65.0 และน้ำประมาณร้อยละ 35.0-40.0 (อาจจะมีส่วนผสมของเกลือหรือน้ำตาลบ้างเล็กน้อย)

- ข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องสุญญากาศ ประกอบด้วยเมล็ดข้าวโพดหวานประมาณร้อยละ 80.0 และน้ำประมาณร้อยละ 20.0 (อาจจะมีส่วนผสมของเกลือหรือน้ำตาลบ้างเล็กน้อย) และจะดูดูอากาศออกจากกระป๋องจนหมดก่อนจะทำการปิดฝากระป๋อง

2.2.2 คริมข้าวโพดหวานกระป๋อง ประกอบด้วยเมล็ดข้าวโพดหวานดิบเป็นตัวหลัก นอกจากนั้นจะประกอบไปด้วยน้ำ เกลือ น้ำตาล แป้งข้าวโพด และกลิ่นปรุงแต่งรสต่างๆ

2.2.3 ซุปข้าวโพดหวานกระป๋อง ประกอบด้วยเมล็ดข้าวโพดหวานดิบ น้ำ น้ำตาล เกลือ นมข้นหวาน กระทียม แป้งข้าวโพด และกลิ่นปรุงแต่งรสต่างๆ

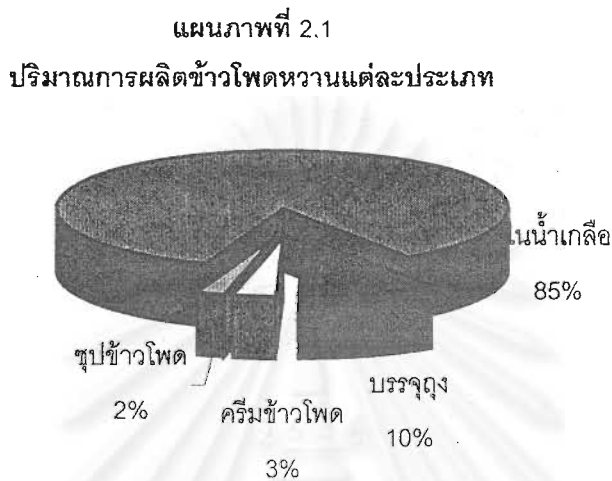
2.2.4 ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ จะใช้ข้าวโพดหวานต้มสุกทั้งฝัก แล้วนำไปบรรจุถุงพลาสติกแบบสุญญากาศ

นอกจากนี้ยังมีอีกหนึ่งชนิดคือข้าวโพดหวานฝักสด แต่ไม่ได้มีการกล่าวถึงในที่นี้ เนื่องจากได้ทำการศึกษาเฉพาะข้าวโพดหวานที่แปรรูปแล้วเท่านั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.3 ปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีปริมาณการผลิตในแต่ละประเภท ดังนี้



ที่มา : จากการสอบถามผู้ประกอบการ

2.3.1 ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง มีปริมาณการผลิตมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 85.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด

2.3.2 ข้าวโพดหวานบรรจุถุงสุญญากาศ มีปริมาณการผลิตรองลงมาคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด

2.3.3 ครีมข้าวโพดหวานกระป๋อง มีปริมาณการผลิตคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด

2.3.4 ซูปข้าวโพดหวานกระป๋อง มีปริมาณการผลิตคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 2.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด

2.4 โครงสร้างปัจจัยการผลิต

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีแหล่งที่มาของโครงสร้างปัจจัยการผลิต ดังต่อไปนี้

โครงสร้างปัจจัยการผลิต	แหล่งที่มาของโครงสร้างปัจจัยการผลิต
1. วัตถุดิบ	- เมล็ดข้าวโพดหวานดิบ ส่วนใหญ่รับซื้อจากเกษตรกร ร้อยละ 97.0 และบริษัท ปลุกเองร้อยละ 3.0
2. บรรจุภัณฑ์	- ส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยนำเข้า Tin plates เพื่อทำตัวกระป๋อง และพลาสติกเพื่อบรรจุข้าวโพดหวานต้มสุกทั้งฝัก
3. แรงงาน	- ใช้แรงงานภายในประเทศ
4. เครื่องจักร	- นำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศ ร้อยละ 70.0 และส่วนที่เหลือใช้เครื่องจักรภายในประเทศ
5. เงินทุน	- ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนภายในประเทศเกือบทั้งหมด

ที่มา : จากการสอบถามผู้ประกอบการ

2.4.1 วัตถุดิบ คือ เมล็ดข้าวโพดหวานดิบ ส่วนใหญ่รับซื้อข้าวโพดหวานฝักสดจากเกษตรกรคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 97.0 ของวัตถุดิบทั้งหมด ส่วนที่เหลือได้จากการปลูกของบริษัทหรือทางโรงงานเอง ในส่วนของผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มีการจัดตั้งบริษัทสำหรับผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวาน เพื่อจำหน่ายให้กับเกษตรกรที่สนใจในราคา กิโลกรัมละ 450 บาท และรับซื้อข้าวโพดหวานฝักสดในราคาประกันขั้นต่ำ กิโลกรัมละ 3.00-4.00 บาท สำหรับในส่วนที่ผู้ประกอบการหรือทางโรงงานต้องเพาะปลูกเอง คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3.0 เนื่องจากเป็นเมล็ดพันธุ์จากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง หรือที่เรียกว่าข้าวโพดหวานพันธุ์สองสี (Bi-color) ต้องมีการป้องกันโรคและแมลงศัตรูพืชอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง รวมทั้งต้องบำรุง ดูแลรักษา เป็นอย่างดี โดยใน 1 ต้นจะหักฝักข้าวโพดให้เหลือเพียงฝักเดียวเท่านั้น จึงจะเจริญเติบโตดี และได้ฝักค่อนข้างใหญ่

2.4.2 **บรรจุภัณฑ์** แบ่งเป็น 2 ชนิดคือ ตัวกระป๋อง และพลาสติก สำหรับบรรจุข้าวโพดหวาน ซึ่งทั้งสองชนิดนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด และโดยนำเข้า Tin plates เพื่อทำเป็นตัวกระป๋อง และพลาสติกสำหรับบรรจุข้าวโพดหวานต้มสุกระบบสูญญากาศ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ทั้งสองชนิดนำเข้าจากญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพค่อนข้างสูง

2.4.3 **แรงงาน** การใช้แรงงานในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีจำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่ใช้เครื่องจักรเป็นหลัก โรงงานผลิตข้าวโพดหวานส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนภูมิภาค จึงใช้แรงงานที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงาน หรือภายในจังหวัดนั้นๆ นอกจากนี้ผู้บริหารและวิศวอุตสาหกรรม ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากส่วนกลางหรือภูมิภาคอื่นๆ

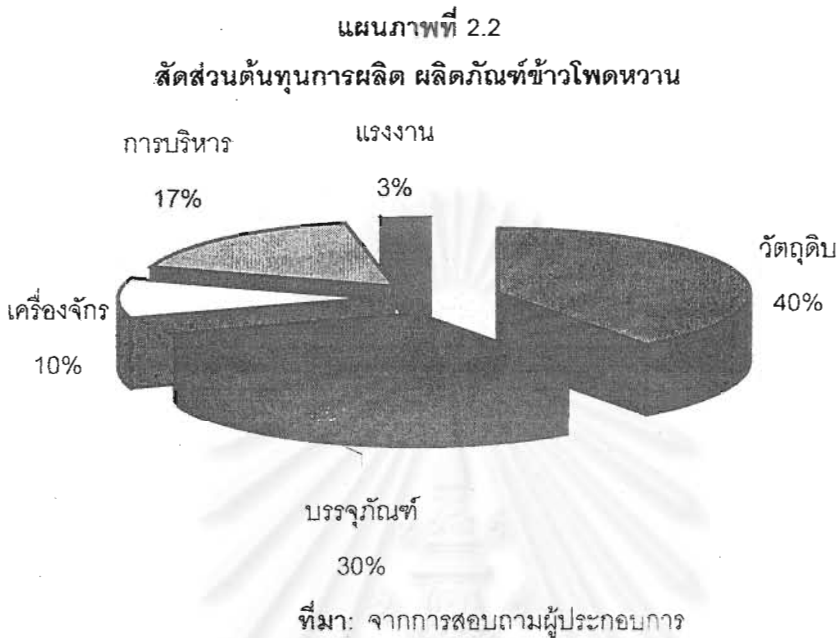
2.4.4 **เครื่องจักร** การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจะใช้เครื่องจักรในกระบวนการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ตั้งแต่การนำข้าวโพดหวานฝักสดสู่สายพานการผลิต การลวกน้ำ การคัดแยกเปลือก การคัดแยกเมล็ด การบรรจุกระป๋อง การอบไอน้ำฆ่าเชื้อ และการปิดสลาก ซึ่งเครื่องจักรเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70.0 และอีกร้อยละ 30.0 เป็นการใช้อุปกรณ์ที่ผลิตในประเทศ

2.4.5 **เงินทุน** ส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนภายในประเทศ จากธนาคารพาณิชย์ หรือผู้ถือหุ้นของบริษัท ซึ่งปริมาณเงินทุนของแต่ละบริษัทหรือโรงงานขึ้นอยู่กับ ปริมาณการผลิตและขนาดของโรงงานเป็นหลัก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.5 โครงสร้างต้นทุนการผลิต

การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีต้นทุน ดังต่อไปนี้



2.5.1 วัตถุดิบ คือ เมล็ดข้าวโพดหวานดิบคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40.0 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

2.5.2 บรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ชนิดคือ ตัวกระป๋อง และพลาสติก สำหรับบรรจุข้าวโพดหวาน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30.0 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

2.5.3 เครื่องจักร ส่วนใหญ่เป็นค่าบำรุงรักษา ปรับปรุง และซ่อมแซมเครื่องจักรคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10.0 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

2.5.4 การบริหาร การจัดการ การจัดจำหน่าย และค่าสาธารณูปโภค คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 17.0 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

2.5.5 แรงงาน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3.0 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

บทที่ 3

การค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย

การค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย จะพิจารณาถึง 3 หัวข้อ คือ การจำหน่ายในประเทศ จำนวนผู้ส่งออก และการส่งออกของไทย

3.1 การจำหน่ายในประเทศ

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่ผลิตได้ จะมีการบริโภคในประเทศเพียงร้อยละ 5.0 ของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ทั้งหมด โดยผู้ประกอบการจะใช้ตราหรือยี่ห้อ (Brand name) ของตนเองเป็นส่วนใหญ่ หรือในบางครั้งเป็นการรับจ้างผลิตให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ส่วนที่เหลือจะส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ

3.1.1 ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ

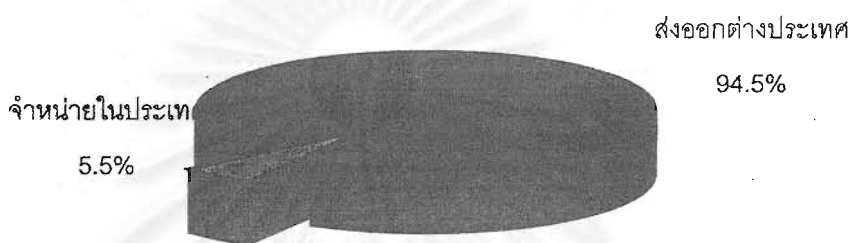
ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีปริมาณการบริโภคในประเทศค่อนข้างน้อย เนื่องจากประชาชนในประเทศนิยมบริโภคข้าวโพดหวานสดมากกว่าข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง เพราะมีความรู้สึกว่าได้บริโภคของสดและใหม่กว่า รวมทั้งมีราคาถูกกว่าด้วย ซึ่งในปี พ.ศ.2537 ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีปริมาณการจำหน่ายในประเทศ เพียงประมาณ 222 เมตริกตัน แต่จำหน่ายในประเทศได้เพิ่มขึ้นเป็น 984 และ 1,282 เมตริกตัน ในปี พ.ศ.2540 และ 2541 ตามลำดับ สาเหตุที่การบริโภคผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานในประเทศมีปริมาณเพิ่มขึ้นตลอดทุกปี เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในเมืองหลวงและปริมณฑลได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เป็นกลุ่มของประชากรที่มีรายได้ดี และสามารถซื้อหาผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานได้ง่ายจากห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อที่อยู่ใกล้บ้าน รวมทั้งยังสามารถเก็บรักษาได้นานกว่า ตลอดจนรสนิยมในการบริโภคของประชากรก็มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย (ตารางสถิติที่ 3.1)

3.1.2 อัตราการเจริญเติบโตของการจำหน่ายในประเทศ

การบริโภคผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานในประเทศมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี และเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมาก โดยในปี พ.ศ.2538 มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นจากปี พ.ศ.2537 ถึงร้อยละ 166.2 และในปี พ.ศ.2539 และ พ.ศ.2540 มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 36.4 และ 22.1 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2541 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.3 อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2537

เป็นต้นมา อัตราการเพิ่มของปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานในประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง (ตารางสถิติที่ 3.1)

แผนภาพที่ 3.1
สัดส่วนการจำหน่ายข้าวโพดหวานของไทย ปี พ.ศ.2541



ที่มา : จากการสอบถามผู้ประกอบการ

3.1.3 สัดส่วนการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมีการบริโภคในประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.0-5.5 ของปริมาณการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด ในปี พ.ศ.2537 มีสัดส่วนการบริโภคในประเทศ ร้อยละ 5.0 และในปี พ.ศ.2540 มีสัดส่วนร้อยละ 5.2 สำหรับในปี พ.ศ.2541 มีสัดส่วนร้อยละ 5.5 และส่วนที่เหลือจะส่งออกต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.5 ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมดของไทย (ตารางสถิติที่ 3.1)

3.2 จำนวนผู้ส่งออก

ในปี พ.ศ.2540 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน ที่ทำการค้าเพื่อการส่งออกมีอยู่ 31 ราย แต่เป็นรายใหญ่เพียงบริษัทเดียว คือ บริษัท นิธิ เวนเจอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานเพียงอย่างเดียว รวมทั้งบริษัทได้มีการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดหวาน เพื่อจัดจำหน่ายให้กับเกษตรกร และรับซื้อข้าวโพดหวานฝักสดในราคาประกันขั้นต่ำ ดังนั้นบริษัทจึงมีส่วนแบ่งตลาดทั้งด้านการผลิตและส่งออกสูงถึงร้อยละ 80.0-85.0 ของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด นอกนั้นเป็นผู้ส่งออกรายเล็ก ๆ ที่ทำการผลิตและส่งออกสินค้าหลากหลายชนิด เช่น หน่อไม้ ข้าวโพดฝักอ่อน มะเขือเทศ เห็ด ผักกาดดอง แดง รวมทั้งผลไม้ เช่น

สับปะรด ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ มะม่วง และมะละกอ เป็นต้น โดยไม่ได้เจาะจงผลิตแต่ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานเพียงอย่างเดียว สำหรับรายชื่อของผู้ประกอบการเพื่อการส่งออกมีดังนี้

- (1) บริษัท นิธิ เวนเจอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- (2) บริษัท ไวตาฟู้ด แพคทอรี่ (1989) จำกัด
- (3) บริษัท เกียรติฟ้า จำกัด
- (4) บริษัท สันติภาพ (ฮั่วเฟ็ง 1958) จำกัด
- (5) บริษัท เชียงใหม่ฟู้ดแคนนิ่ง จำกัด
- (6) บริษัท ภูกระดึงส่งเสริมการเกษตร (1990) จำกัด
- (7) บริษัท เดลีฟู้ดส์ จำกัด
- (8) บริษัท ที.เอ.เอส.ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด
- (9) บริษัท ทropicคอลลพรีเมียร์ฟู้ดส์ จำกัด
- (10) บริษัท สยามไบเซนท์คอมเมอร์เชียล จำกัด
- (11) บริษัท บี.บี.ดีเวลลอปเม้นต์ จำกัด
- (12) ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหสยามฟาร์ม
- (13) บริษัท บาเรเกิต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- (14) บริษัท เค ซี เชียงใหม่อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด
- (15) บริษัท ซุปเปอร์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- (16) บริษัท พี.วิซซี จำกัด
- (17) บริษัท สับปะรดไทย จำกัด (มหาชน)
- (18) บริษัท สยามน่าสงโปรดักส์ จำกัด
- (19) บริษัท พิจิตรอาหารกระป๋อง จำกัด
- (20) บริษัท ไทยซิงยี อินเตอร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด
- (21) บริษัท ที.ซี.พี. จำกัด
- (22) บริษัท สยามพีวีซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- (23) บริษัท สยามเวิลด์ กรุป จำกัด
- (24) บริษัท เอ็กซ์.แอล. อินเตอร์ไพร์ส จำกัด
- (25) บริษัท ไทยโบแนช่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
- (26) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฉายะกิจ เทรดดิ้ง
- (27) บริษัท ค้าสากลซีเมนต์ไทย จำกัด

- (28) บริษัท ดับบลิว. ที. เอฟ. จำกัด
- (29) ห้างหุ้นส่วนจำกัด กิจไพศาลส่งออก
- (30) บริษัท เอ.บี.ซี. โปรดักส์ จำกัด
- (31) ห้างหุ้นส่วนจำกัด เค.เอ็น.แม่สาย

3.3 การส่งออกของไทย

ในอดีตการผลิตข้าวโพดหวานจะเป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก ส่วนใหญ่นิยมบริโภคในรูปของข้าวโพดหวานฝักสด แต่ในปัจจุบันข้าวโพดหวานได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ จึงได้ขยายการผลิตเพื่อการส่งออกด้วย โดยส่วนใหญ่จะส่งออกในรูปของข้าวโพดหวานแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานส่วนใหญ่จะส่งออกเกือบทั้งหมด โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 95.0 ของปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่ผลิตได้ทั้งหมด ในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2537- 2541) การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยเพิ่มขึ้นทุกปี และเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด แสดงว่าไทยมีศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน เนื่องจากความสามารถในการหาวัตถุดิบมาป้อนโรงงานอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และปริมาณเพิ่มขึ้นด้วยความสามารถในการเจาะตลาดใหม่และขยายตลาดเดิมได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งความต้องการบริโภคของตลาดโลกก็สูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยในปี พ.ศ.2537 ส่งออกได้เพียง 4,249 เมตริกตัน มูลค่า 85.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 18,115 เมตริกตัน มูลค่า 455.3 ล้านบาทในปี พ.ศ.2540 สำหรับในปี พ.ศ.2541 สามารถส่งออกได้ 21,888 เมตริกตัน มูลค่า 679.0 ล้านบาท สาเหตุที่ไทยสามารถส่งออกได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่บางแห่งได้ทำสัญญาซื้อขายข้าวโพดหวานฝักสดกับเกษตรกรในราคาประกันขั้นต่ำ ซึ่งเป็นราคาที่เกษตรกรพึงพอใจ จึงได้ขยายพื้นที่เพาะปลูกและมีผลผลิตมาป้อนโรงงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางสถิติที่ 3.2 และ 3.3)

3.3.1 ตลาดส่งออก

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา สหภาพยุโรปคือตลาดหลักในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย ตลาดสำคัญรองลงมาคือสาธารณรัฐเกาหลี และญี่ปุ่น แต่ในปี พ.ศ.2541 ตลาดส่งออกหลักคือฮ่องกง รองลงมาคือสหภาพยุโรปและสาธารณรัฐเกาหลี

- **ฮ่องกง** ในปี พ.ศ.2540 ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน ปริมาณ 4,142 เมตริกตัน มูลค่า 107.7 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ.2541 ส่งออก 8,244 เมตริกตัน มูลค่า 242.5 ล้านบาท ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง ครีมข้าวโพดหวานกระป๋อง และซूपข้าวโพดหวานกระป๋อง เนื่องจากผู้บริโภคมีรสนิยมที่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสหวาน รวมทั้งเป็นการนำเข้าไปเพื่อการส่งออกอีกทางหนึ่งด้วย

- **สหภาพยุโรป** ในปี พ.ศ.2540 ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังสหภาพยุโรป 4,470 เมตริกตัน มูลค่า 115.5 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังเยอรมนีมากที่สุด ปริมาณ 1,715 เมตริกตัน มูลค่า 42.8 ล้านบาท รองลงมาคือสหราชอาณาจักร ปริมาณ 1,690 เมตริกตัน มูลค่า 47.5 ล้านบาท ตลาดส่งออกลำดับต่อมาคือเนเธอร์แลนด์และเบลเยียม ซึ่งไทยส่งออกปริมาณ 701 เมตริกตัน มูลค่า 15.7 ล้านบาท และปริมาณ 73 เมตริกตัน มูลค่า 2.0 ล้านบาทตามลำดับ

สำหรับในปี พ.ศ.2541 ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังสหภาพยุโรป 6,463 เมตริกตัน มูลค่า 208.2 ล้านบาท โดยส่งออกไปยังเยอรมนีปริมาณ 5,098 เมตริกตัน มูลค่า 165.4 ล้านบาท ซึ่งเยอรมนีเป็นประเทศที่บริโภคผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมากที่สุดในสหภาพยุโรป รองลงมาคือเนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร ปริมาณ 452 เมตริกตัน มูลค่า 11.7 ล้านบาท และปริมาณ 307 เมตริกตัน มูลค่า 11.5 ล้านบาทตามลำดับ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมาก ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋องที่ไม่มีส่วนผสมของน้ำตาล เนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคที่ไม่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสหวาน รวมทั้งเพื่อการดูแลสุขภาพของตนเองด้วย

- **สาธารณรัฐเกาหลี** ในปี พ.ศ.2540 ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังสาธารณรัฐเกาหลีปริมาณ 4,114 เมตริกตัน มูลค่า 98.0 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 2,211 เมตริกตัน มูลค่า 63.1 ล้านบาท ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง ครีมข้าวโพดหวานกระป๋อง และซूपข้าวโพดหวานกระป๋อง

- ญี่ปุ่น ในปี พ.ศ.2540 ไทยสามารถส่งออกปริมาณ 1,833 เมตริกตัน มูลค่า 40.7 ล้านบาท สำหรับปี พ.ศ.2541 ส่งออกปริมาณ 1,564 เมตริกตัน มูลค่า 47.4 ล้านบาท ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก ได้แก่ ข้าวโพดหวานในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง และข้าวโพดหวานต้มสุกทั้งฝักบรรจุถุงสุญญากาศ ผู้บริโภคญี่ปุ่นไม่นิยมบริโภคข้าวโพดหวานที่มีเมล็ดเหนียวแน่น และแข็งเหมือนคนไทย แต่ชอบรับประทานข้าวโพดหวานที่มีเมล็ดที่อ่อนนุ่มและนิ่มมากกว่า

3.3.2 อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออก

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี สาเหตุหนึ่งมาจากปริมาณวัตถุดิบที่มีคุณภาพสำหรับป้อนโรงงานเพื่อส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สามารถสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้ และไทยสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป รวมทั้งให้สอดคล้องกับอัตราการเจริญเติบโตของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ.2538 มีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นไปจากปี พ.ศ.2537 ถึงร้อยละ 145.0 ในปี พ.ศ.2539-2540 ก็มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.4 และ 31.4 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2541 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2540 มีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 20.8 และ 49.1 ของปริมาณและมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 3.2 และ 3.3) อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกของไทยในตลาดสำคัญ เป็นดังนี้

- **ฮ่องกง** ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังฮ่องกงมีอัตราการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งชั้นในเรื่องระยะทางคมนาคมที่ใกล้กว่า รสนิยมในการบริโภคก็คล้ายคลึงกัน รวมทั้งเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งออกอีกต่อหนึ่งด้วย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้น การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยจึงขยายตัวอย่างมาก โดยในปี พ.ศ.2540 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2539 ถึงร้อยละ 775.7 และ 955.9 ของปริมาณและมูลค่าส่งออกของไทยไปฮ่องกง สำหรับในปี พ.ศ.2541 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2540 ปริมาณและมูลค่าส่งออกมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 99.0 และ 125.2 ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 3.2 และ 3.3)

- **สหภาพยุโรป** ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังสหภาพยุโรปมีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลงเรื่อย ๆ เนื่องจากสหภาพยุโรปจะทำการค้าระหว่างกลุ่มในประเทศสหภาพยุโรปด้วยกันเองเป็นส่วนใหญ่ เพราะมีความได้เปรียบในเรื่องของ

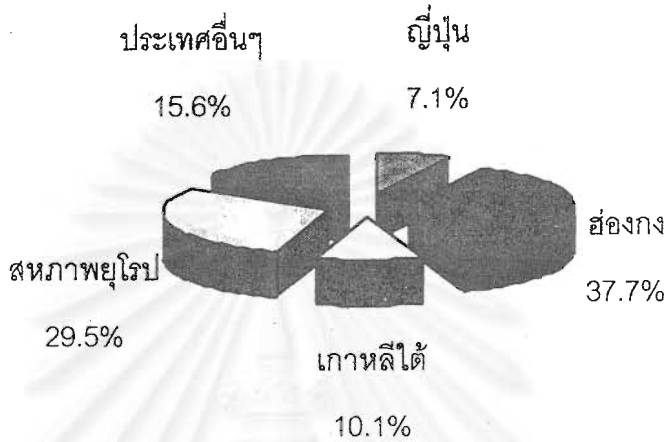
ระยะทางขนส่ง ภาษีอากร รสนิยมในการบริโภค และอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน แต่จะนำเข้าสินค้าจากประเทศอื่นก็ต่อเมื่อผลผลิตมีไม่เพียงพอ ดังนั้นการส่งออกของไทยไปยังสหภาพยุโรปจึงลดลง โดยในปี พ.ศ.2538 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังสหภาพยุโรป มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2537 ถึงร้อยละ 323.6 และมีอัตราการเจริญเติบโตลดลง ร้อยละ 2.0 และ 30.2 ในปี พ.ศ.2539 และ 2540 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2541 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2540 มีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้น ร้อยละ 44.6 และ 80.3 ของปริมาณและมูลค่าส่งออกตามลำดับ เนื่องจากค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง (ตารางสถิติที่ 3.2 และ 3.3)

- **สาธารณรัฐเกาหลี** ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังสาธารณรัฐเกาหลีมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่ง ในเรื่องของการคมนาคมขนส่งที่มีระยะทางใกล้กว่า ความสามารถในการส่งมอบสินค้าได้สม่ำเสมอและต่อเนื่อง สินค้าที่มีคุณภาพ และมีความใกล้ชิดมากกว่าเพราะว่าอยู่ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน ตลอดจนทั้งสองประเทศได้มีการติดต่อกันและมีความสัมพันธ์มายาวนาน ตั้งแต่ไทยเริ่มมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานมาจนถึงปัจจุบัน โดยในปี พ.ศ.2538 มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2537 ร้อยละ 43.3 และในปี พ.ศ.2539-2540 มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 83.6 และ 4.5 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2541 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2540 ปริมาณและมูลค่าส่งออกมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงร้อยละ 46.3 และ 35.6 ตามลำดับ เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ (ตารางสถิติที่ 3.2 และ 3.3)

- **ญี่ปุ่น** ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังญี่ปุ่นในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเจริญเติบโตที่ไม่แน่นอน บางปีเพิ่มขึ้นบางปีลดลง แต่การที่ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปญี่ปุ่นได้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากไทยมีศักยภาพในการส่งออก ที่มีความได้เปรียบในเรื่องของระยะทางการขนส่ง และความสามารถในการส่งมอบสินค้า ตลอดจนเป็นตลาดที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน โดยในปี พ.ศ.2538 มีอัตราการเจริญเติบโตลดลงจากปี พ.ศ.2537 ถึงร้อยละ 63.8 แต่ในปี พ.ศ.2539 และ ปี2540 มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 736.8 และ 106.7 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ.2541 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2540 ปริมาณส่งออกมีอัตราการเจริญเติบโตถดถอยลง ร้อยละ 14.7 แต่มูลค่าส่งออกกลับขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 16.5 (ตารางสถิติที่ 3.2 และ 3.3)

แผนภาพที่ 3.2

สัดส่วนปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานของไทย ปี พ.ศ.2541



ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

3.3.3 สัดส่วนการส่งออก

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังสหภาพยุโรปคิดเป็นสัดส่วนมากที่สุด ลำดับต่อมาคือ ฮ่องกง สาธารณรัฐเกาหลี และญี่ปุ่น ในปี พ.ศ.2540 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังสหภาพยุโรปคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.7 ฮ่องกงสัดส่วนร้อยละ 22.9 สาธารณรัฐเกาหลีสัดส่วนร้อยละ 22.7 และญี่ปุ่นสัดส่วนร้อยละ 10.1 สำหรับในปี พ.ศ.2541 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปยังฮ่องกงมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 37.7 และสหภาพยุโรปมีสัดส่วนร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ สาธารณรัฐเกาหลี และญี่ปุ่นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.1 และ 7.1 ตามลำดับ (ตารางสถิติที่ 3.2)

3.3.4 โอกาสในการส่งออกของไทย

- ตลาดสหภาพยุโรป ในปี พ.ศ.2540 ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังสหภาพยุโรป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.4 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด แต่สหภาพยุโรปมีสัดส่วนการนำเข้าจากไทยในสัดส่วนที่น้อยมากเพียง

ร้อยละ 6.4 ของมูลค่าที่นำเข้าทั้งหมด เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าไทยมีศักยภาพและช่องทางในการขยายตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นได้อีก โดยเฉพาะข้าวโพดหวานกระป๋องที่ไม่มีส่วนผสมของเกลือและน้ำตาล เพราะประชากรในสหภาพยุโรปจะบริโภคอาหารเพื่อโภชนาการและการดูแลสุขภาพ รวมทั้งเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อค่อนข้างสูงด้วย (ตารางสถิติที่ 1.7 และ 3.3)

- **ตลาดญี่ปุ่น** ในปี พ.ศ.2540 ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.9 ของมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด แต่ถ้าดูการนำเข้าของญี่ปุ่น มีการนำเข้าจากไทยน้อยมากเพียงแค่ ร้อยละ 1.7 เท่านั้น ดังนั้นประเทศไทยจึงมีศักยภาพและช่องทางที่จะขยายตลาดในญี่ปุ่นได้อีกมาก เพราะไทยมีความได้เปรียบเรื่องต้นทุนการขนส่ง สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ความสามารถในการส่งมอบสินค้า เป็นชนชาติที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน และรสนิยมในการบริโภคก็ไม่แตกต่างกันมากนัก รวมทั้งเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อสูงด้วย (ตารางสถิติที่ 1.8 และ 3.3)

- **ตลาดสหรัฐอเมริกา** ในปี พ.ศ.2540 ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังสหรัฐอเมริกา คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.1 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด แต่ถ้าดูการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าจากไทยในสัดส่วนที่สูงมากถึง ร้อยละ 38.4 รองจากแคนาดา ซึ่งอยู่ในกลุ่มเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 59.7 แสดงให้เห็นว่าโอกาสที่จะขยายตลาดในสหรัฐอเมริกาคงเป็นไปได้ยากมาก เพราะสหรัฐอเมริกาเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรายใหญ่ที่สุดของโลก และไทยก็ไม่มี ความได้เปรียบในเรื่องการผลิตและการตลาดในสหรัฐอเมริกาแต่อย่างใด ซึ่งสหรัฐอเมริกาได้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานจากไทยเป็นครั้งคราว หรือในช่วงที่สินค้าขาดตลาดหรือมีไม่เพียงพอเท่านั้น (ตารางสถิติที่ 1.9 และ 3.3)

- **ตลาดสาธารณรัฐเกาหลี** ในปี พ.ศ.2540 ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปยังสาธารณรัฐเกาหลี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.5 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด แต่ถ้าดูการนำเข้าของสาธารณรัฐเกาหลี มีการนำเข้าจากไทย ร้อยละ 20.4 แสดงให้เห็นว่าไทยยังมีโอกาสและช่องทางที่ขยายตลาดในสาธารณรัฐเกาหลีได้อีก เพราะสินค้าของไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ความได้เปรียบเรื่องระยะเวลาการขนส่ง ความสม่ำเสมอและต่อเนื่องของการส่งมอบสินค้า เป็นชนชาติที่อยู่ในภูมิภาคเอเชีย

ด้วยกัน และระสนิยมในการบริโภคก็คล้ายคลึงกัน รวมทั้งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงด้วย (ตารางสถิติที่ 1.10 และ 3.3)



สถาบันวิทย์บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

แบบจำลอง ผลประมาณการ และพยากรณ์

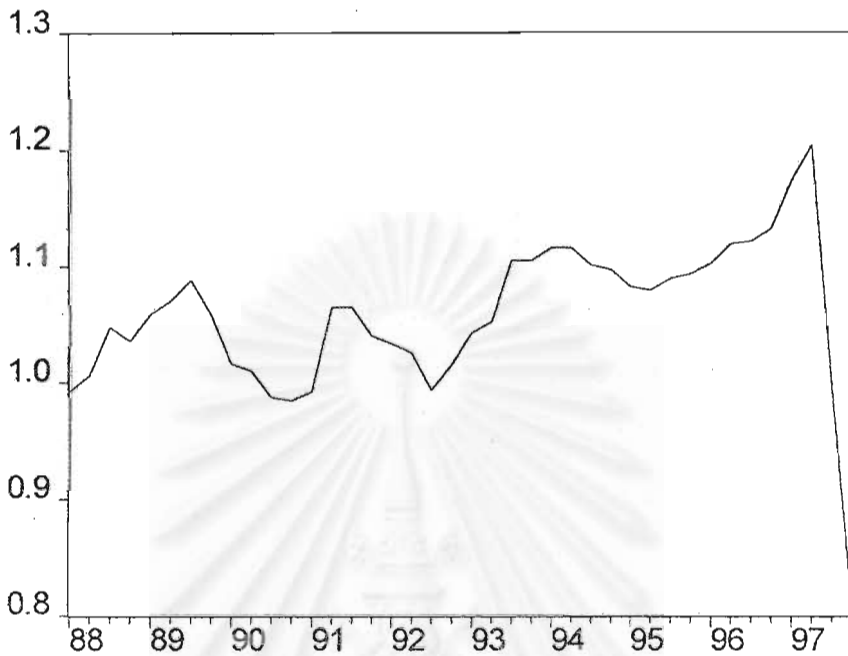
4.1 สถิติเบื้องต้น

การส่งออกข้าวโพดหวานของประเทศไทยไปยังตลาดโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปทานภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปทานจากด้าน บริษัท นิธิเวนเจอร์ จำกัด ซึ่งลงทุนเพิ่มเติมด้านการผลิตข้าวโพดหวานในช่วงปี พ.ศ.2535 ทำให้ระดับ ปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานของไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา ระดับราคาเฉลี่ยของไทยมีความผันผวนค่อนข้างสูง โดยระดับราคาส่งออกสูงถึง 79,170 บาท/ตัน ในปี พ.ศ.2538 และลดลงเหลือ 41,703 บาท/ตัน ในปี พ.ศ.2540 สำหรับราคาเปรียบเทียบ ระหว่างประเทศไทยกับสหรัฐอเมริกา นั้น ประเทศไทยเสียเปรียบสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ.2531-2540 เนื่องจากค่าเงินบาทที่แท้จริงเมื่อเทียบกับค่าเงินดอลลาร์สหรัฐมีแนวโน้มสูงขึ้น จนกระทั่งค่าเงินบาทลอยตัว ทำให้ประเทศไทยได้เปรียบในด้านค่าเงินค่อนข้างสูง ทำให้ศักยภาพ ในการส่งออกของไทยสูงขึ้น

แผนภาพที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและราคาข้าวโพดหวานของไทยในตลาดโลก



แผนภาพที่ 4.2 ดัชนีราคาเปรียบเทียบระหว่างข้าวโพดหวานของไทยกับคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ



— ดัชนีราคาเปรียบเทียบ US

4.2 ผลการประมาณการ

ปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานของไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอุปทานและอุปสงค์ กล่าวคือ ระดับราคาข้าวโพดหวานเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น 0.05% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 10% ในขณะที่ปริมาณผลผลิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ หากผลผลิตข้าวโพดหวานในประเทศเพิ่มขึ้น 1% จะทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณ 0.46% นอกจากนี้ การศึกษาพบว่าปัจจัยด้านฤดูกาลไม่มีผลกระทบต่อ การส่งออกข้าวโพดหวานของไทย ซึ่งเป็นจุดที่เป็นข้อได้เปรียบของไทยที่มีผลผลิตได้ตลอดปี

ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานได้ประมาณ 89% (Adjusted $R^2 = 0.89$)

ตารางที่ 4.1 ผลประมาณการอุปทานการส่งออกข้าวโพดหวานในตลาดต่างๆ

ตลาดโลก		2535:1-2540:2	
ชื่อตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	
ค่าคงที่	3.510	1.087	
LOG(ระดับราคา)	0.055	1.861	
LOG(ระดับผลผลิต)	0.461	2.832	
ไตรมาส 1	-0.742	-0.423	
ไตรมาส 2	-0.030	-0.019	
ไตรมาส 3	-0.646	-0.366	
AR(4)	0.826	10.154	
Adjusted R-squared	0.892		
Durbin-Watson stat	0.432		
F-statistic	29.933		

4.3 การพยากรณ์ ตลาดโลก

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ คาดว่าปริมาณการส่งออกข้าวโพดหวานแปรรูปไปยังตลาดโลกมีแนวโน้มลดลง กล่าวคือปริมาณการส่งออกมี 23,927 ตัน ในปี พ.ศ.2542 หรือมีอัตราการเจริญเติบโต 28 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 4.3 ผลการพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกข้าวโพดหวานในตลาดโลก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

นโยบายและมาตรการทางการค้า

ในเรื่องนโยบายและมาตรการทางการค้า จะพิจารณาถึง 3 หัวข้อ คือ นโยบายและมาตรการของไทย นโยบายและมาตรการของประเทศคู่แข่งขัน ตลอดจนนโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้า

5.1 นโยบายและมาตรการของไทย

5.1.1 มาตรการภาษี

(1) ไทย ในปี พ.ศ.2540 เรียกเก็บภาษีศุลกากรนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน ในอัตราร้อยละ 51.0 ของราคานำเข้า หรือ 42.50 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับอัตราภาษีที่เรียกเก็บจริงของปี พ.ศ.2540 คืออัตราร้อยละ 30.0 หรือ 25.0 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเท่ากับอัตราภาษีที่เรียกเก็บในปี พ.ศ.2547

5.1.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

(1) การผลิตข้าวโพดหวาน กรมส่งเสริมการเกษตรได้กำหนดเป้าหมายการผลิตข้าวโพดหวานในปี พ.ศ.2540-2544 ไว้ดังนี้ คือ ในปี พ.ศ.2540 จะมีพื้นที่เพาะปลูก 229,500 ไร่ ผลผลิตทั้งหมด 550,800 เมตริกตัน ผลผลิตเฉลี่ยไร่ละ 2,400 กิโลกรัม และมีเป้าหมายที่จะเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกปีละ 500 ไร่ ซึ่งในปี พ.ศ.2544 พื้นที่เพาะปลูกจะเพิ่มขึ้นเป็น 231,500 ไร่ ผลผลิตทั้งหมด 578,800 เมตริกตัน และผลผลิตเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นเป็นไร่ละ 2,500 กิโลกรัม

(2) การส่งเสริมการลงทุน ได้มีประกาศของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ.2540 เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด จึงเห็นสมควรเร่งรัดการลงทุนผลิตเพื่อการส่งออกในกิจการที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นหลัก โดยให้การส่งเสริมกิจการเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตรเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ดังนี้ คือ อนุญาตให้ตั้งโรงงานได้ทุกเขต ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรไม่ว่าจะตั้งสถานประกอบการในเขตใด และต้องส่งออกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่างประเทศในแต่ละปีมีมูลค่าไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขาย

(3) **มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่อยู่ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. หรือ Thai Industrial Standard : TIS) ซึ่งได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ เช่น ส่วนประกอบหลักของสินค้า คุณลักษณะที่ต้องการของสินค้า ข้อกำหนดของวัตถุเจือปนอาหาร ข้อกำหนดของสารปนเปื้อน และคุณลักษณะที่ดีของสินค้า เป็นต้น

5.2 นโยบายและมาตรการของประเทศคู่แข่งชั้น

5.2.1 มาตรการภาษี

(1) **สหรัฐอเมริกา** ในปี พ.ศ.2540 เรียกเก็บภาษีศุลกากรนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานในอัตราร้อยละ 9.05 ของราคานำเข้า สำหรับอัตรากำหนดที่เรียกเก็บในปี พ.ศ.2543 คือ อัตราร้อยละ 5.6

(2) **สหภาพยุโรป** ในปี พ.ศ.2540 เรียกเก็บภาษีศุลกากรนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานในอัตราร้อยละ 6.55 ของราคานำเข้า และบวกค่าธรรมเนียมนำเข้าพิเศษอีกเมตริกตันละ 120.55 ECU สำหรับในปี พ.ศ.2543 อัตรากำหนดจะลดลงเหลือ ร้อยละ 5.1 และบวกค่าธรรมเนียมนำเข้าพิเศษอีกเมตริกตันละ 94 ECU

5.2.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

(1) **สหภาพยุโรป** ในสหภาพยุโรปถือว่าข้าวโพดหวานเป็นธัญพืชชนิดหนึ่ง เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดหวานจึงได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาล โดยการให้เงินสนับสนุน

5.3 นโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้า

5.3.1 มาตรการภาษี

(1) **ญี่ปุ่น** จัดเก็บภาษีศุลกากรนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานเป็น 2 อัตรา คือ

- ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่เติมน้ำตาล ในปี พ.ศ.2540 เรียกเก็บอัตราร้อยละ 16.20 ของราคานำเข้า และในปี พ.ศ.2543 ลดลงเหลือร้อยละ 14.90
- สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่ไม่ได้เติมน้ำตาล ในปี พ.ศ.2540 จัดเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า คือ ร้อยละ 11.25 ของราคานำเข้า และลดลงเหลือร้อยละ 10.0 ในปี พ.ศ.2543

(2) สาธารณรัฐเกาหลี ในปี พ.ศ.2540 จัดเก็บภาษีศุลกากรนำเข้าผลิตภัณฑ์
ข้าวโพดหวานในอัตราร้อยละ 46.50 ของราคานำเข้า และในปี พ.ศ.2547 ลดลงเหลือร้อยละ
15.0



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

ปัญหาการผลิตและการส่งออกของไทย

6.1 ปัญหาการผลิต

แม้ว่าปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วก็ตาม แต่ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานก็ยังมีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการผลิตอยู่มากเช่นกัน ได้แก่

(1) ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ในบางครั้งวัตถุดิบไม่เพียงพอเนื่องจากประสบปัญหาฝนทิ้งช่วง หรือเกิดอุทกภัย ทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหาย โรงงานแปรรูปจึงไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต

(2) ปัญหาความไม่สม่ำเสมอของวัตถุดิบที่นำมาป้อนโรงงาน ปัญหานี้ส่งผลกระทบต่อทั้งโรงงานแปรรูปและเกษตรกร ในช่วงที่ผลผลิตมีมากเกินไป โรงงานแปรรูปก็ไม่สามารถรับซื้อวัตถุดิบได้หมด เนื่องจากเกินกำลังการผลิตของโรงงาน แต่ในช่วงที่ผลผลิตมีน้อยซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงาน ทำให้โรงงานแปรรูปต้องหยุดทำการผลิตในบางวัน

(3) ปัญหาคุณภาพของวัตถุดิบ เนื่องจากข้าวโพดหวานแต่ละพันธุ์จะมีอายุเก็บเกี่ยวแตกต่างกัน บางครั้งมีการเก็บเกี่ยวก่อนกำหนดทำให้ข้าวโพดอ่อนเกินไปและมีน้ำหนักฝักน้อย ในขณะที่เก็บเกี่ยวช้า ถึงแม้ว่าจะได้น้ำหนักฝักมาก แต่เปลือกเมล็ดจะหนาและแข็ง หรือบางพันธุ์ข้าวโพดหวานจะติดเมล็ดไม่เต็มฝัก

(4) ปัญหาต้นทุนการผลิต ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งกัน เพราะวัตถุดิบหลัก คือ ข้าวโพดหวานมีราคาสูงกว่าประเทศผู้ผลิตอื่นๆ

(5) การผลิตของโรงงานแปรรูป ส่วนใหญ่จะทำการผลิตสินค้าหลากหลายชนิด ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยน แก๊ซเครื่องจักรอยู่เสมอ

(6) ในบางครั้งพบสิ่งเจือปนหรือปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน เช่น ใหมข้าวโพด หนอนข้าวโพด และเส้นผม เป็นต้น

6.2 ปัญหาการส่งออก

ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยสามารถส่งออกไปยังตลาดโลกได้เพิ่มขึ้น ในปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยประมาณร้อยละ 95 ก็เป็นตลาดต่างประเทศ แต่เนื่องจากประเทศไทยเริ่มมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานอย่างจริงจัง เมื่อไม่นานมานี้จึงประสบกับปัญหาต่างๆ ดังนี้

(1) การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ส่งออกโดยใช้ตรา หรือยี่ห้อของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะส่งออกโดยใช้ตราหรือยี่ห้อ การบรรจุหีบห่อและติดสลากตามคำสั่งของผู้ซื้อ

(2) ปัญหาเรื่องค่าระวางเรือ การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปจำหน่ายต่างประเทศ ต้องเสียค่าระวางสูงกว่าประเทศคู่แข่งขึ้น ตลอดจนอัตราค่าระวางเรือไปยังต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น

บทที่ 7

สรุปและศักยภาพ

ในเรื่องวิเคราะห์การแข่งขันในตลาดโลก จะพิจารณาถึง 2 หัวข้อ คือ ศักยภาพ ปัญหาการแข่งขันของไทย และเปรียบเทียบศักยภาพของไทยกับคู่แข่ง

7.1 ศักยภาพ ปัญหาการแข่งขันของไทย

ศักยภาพการแข่งขันของไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 หัวข้อ คือ ศักยภาพด้านการผลิต และการตลาด

7.1.1 ศักยภาพด้านการผลิต

(1) ไทยมีสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกข้าวโพดหวาน ทั้งอุณหภูมิที่เหมาะสม ปริมาณน้ำฝน และพื้นที่ที่ใช้ในการเพาะปลูก

(2) ไทยสามารถเพาะปลูกข้าวโพดหวานได้ตลอดทั้งปี ไม่เหมือนบางประเทศที่เพาะปลูกได้บางฤดูเท่านั้น เนื่องจากประสบกับสภาวะอากาศที่หนาวเย็น

(3) พื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดหวาน ส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตพื้นที่ชลประทาน หรือใกล้แหล่งน้ำธรรมชาติ จึงไม่มีปัญหาการขาดแคลนน้ำ

(4) ปัจจุบันการเพาะปลูกข้าวโพดหวาน เกษตรกรได้หันมานิยมใช้ข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสมมากขึ้น ทำให้ได้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงขึ้น และผลผลิตมีคุณภาพ รวมทั้งสามารถต้านทานโรคและแมลงได้ดียิ่งขึ้น สำหรับโรงงานแปรรูปก็ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีระบบการจัดการที่ดีทำให้มีวัตถุดิบเข้าสู่โรงงานได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

(5) โรงงานแปรรูปมีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่มีคุณภาพ

7.1.2 ศักยภาพด้านการตลาด

- (1) การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยสามารถส่งออกได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นทุกปี เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้การยอมรับจากต่างประเทศ
- (2) การที่มีสินค้า และพร้อมที่จะส่งมอบให้กับประเทศผู้สั่งซื้อสินค้าได้ตลอดปี เนื่องจากโรงงานแปรรูปของไทยมีวัตถุดิบเข้าสู่โรงงานได้เกือบทุกเดือน จึงสามารถแปรรูปข้าวโพดหวานได้ทุกฤดู
- (3) ไทยสามารถส่งมอบสินค้าให้กับประเทศผู้สั่งซื้อสินค้าได้ตรงตามเงื่อนไข และตามกำหนดระยะเวลา
- (4) ไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานไปบางประเทศ เนื่องจากตลาดส่งออกที่อยู่ใกล้เคียงกับประเทศไทย จึงมีระยะทางที่สั้นและใกล้กว่า รวมทั้งมีสนธิệmในการบริโภคใกล้เคียงกัน

7.2 เปรียบเทียบศักยภาพของไทยกับคู่แข่ง

7.2.1 คู่แข่งขัน ในปัจจุบันคู่แข่งสำคัญของไทย คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรายใหญ่ที่สุดของโลก และฝรั่งเศสซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรายใหญ่ที่สุดของกลุ่มสหภาพยุโรป

7.2.2 เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันของไทยกับคู่แข่ง ปัจจุบันที่เป็นตัวกำหนดในการแข่งขัน สามารถแบ่งออกได้เป็นหัวข้อ ดังนี้

(1) ต้นทุน

- ต้นทุนวัตถุดิบ คือ ตัวข้าวโพดหวาน ของไทยมีการซื้อขายกันในราคาประกันขั้นต่ำ ประมาณกิโลกรัมละ 3.00-4.00 บาท สำหรับสหรัฐอเมริกา การซื้อขายจะตกประมาณกิโลกรัมละ 1.80-2.00 บาท เนื่องจากสหรัฐอเมริกาเพาะปลูกข้าวโพดหวานแบบแปลงใหญ่ รวมทั้งมีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่วนสหภาพยุโรปถือว่า ข้าวโพดหวานเป็นธัญพืชชนิดหนึ่ง รัฐบาลจึงเข้าไปช่วยเหลือโดยการให้เงินสนับสนุนแก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดหวาน

- **ต้นทุนบรรจุภัณฑ์** คือ กระป๋องและพลาสติกสำหรับบรรจุข้าวโพดหวาน ประเทศไทยจะนำเข้า Tin plates และพลาสติก จากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งต้องเสียภาษีศุลกากรในการนำเข้า ทำให้มีต้นทุนที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ สำหรับสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำในประเทศ

- **ต้นทุนค่าแรงงาน** ประเทศไทยมีความได้เปรียบเรื่องอัตราค่าแรงงาน ซึ่งมีอัตราค่าแรงงานเฉลี่ยชั่วโมงละ 20 บาท สำหรับสหรัฐอเมริกา จะตกชั่วโมงละ 5.15 เหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 200 บาท และสหภาพยุโรปก็มีอัตราค่าแรงงานที่สูงกว่าประเทศไทยเช่นเดียวกัน

- **ต้นทุนทางการเงิน** โดยปกติอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของไทยจะสูงกว่าทั้งสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป แต่ในปัจจุบันไทยมีความได้เปรียบในเรื่องค่าของเงินที่ไทยได้ปล่อยให้ค่าของเงินขึ้นลงตามสภาวะของตลาด ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ.2540 เป็นต้นมา และค่าเงินบาทได้อ่อนตัวลงมาเรื่อยๆ จึงทำให้ราคาสินค้าที่ชาวโพดหวานในสายตาของชาวต่างประเทศมีราคาถูกลง

(2) **การคมนาคมและการขนส่ง** ในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย เช่น สาธารณรัฐเกาหลีและญี่ปุ่น ไทยมีความได้เปรียบการคมนาคมและการขนส่งสินค้าให้กับตลาดนี้ เพราะมีความได้เปรียบเรื่องของระยะทางในการขนส่งที่อยู่ใกล้กว่าสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ทำให้สามารถขนส่งสินค้าได้ด้วยความรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายกว่า

(3) **ความต่อเนื่องในการส่งมอบสินค้า** ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องของสภาพดินฟ้าอากาศ ที่สามารถเพาะปลูกและผลิตข้าวโพดหวานได้ทั้งปี แต่สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปไม่สามารถผลิตได้ทั้งปี จึงทำให้ไทยมีการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานได้เกือบทุกเดือน และเมื่อมีคำสั่งซื้อเข้ามาก็สามารถส่งมอบสินค้าได้ตลอดและต่อเนื่อง เป็นการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้ทุกประเทศและทุกฤดูกาล

(4) **คุณภาพสินค้า** ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัยและได้มาตรฐานสากล ดังนั้นจึงเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของประเทศต่างๆ

(5) **รสนิยมในการบริโภค** ประเทศที่อยู่ในภูมิภาคใกล้เคียงกับไทย มีรสนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานที่ไม่แตกต่างจากคนไทยมากนัก จึงยังมีช่องทางในการเจาะและขยายตลาดเพิ่มขึ้นได้อีก

(6) **ความคุ้มค่าทางการค้า** ถึงแม้ว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทยยังอยู่ในช่วงของการบุกเบิกก็ตาม แต่ในวงการอุตสาหกรรมอาหารไทยได้มีการติดต่อและค้าขายกับประเทศต่างๆ มานานแล้ว ดังนั้นจึงมีความคุ้มค่ากันเป็นอย่างดี

7.3 ศักยภาพการแข่งขันโดยเปรียบเทียบ

จากการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) ปรากฏว่า ค่า RCA ของไทยในช่วงปี พ.ศ.2536-2537 มีค่าต่ำกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ไทยมีศักยภาพการแข่งขันต่ำในตลาดโลก แต่นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2540 ค่า RCA ของไทยมีค่ามากกว่า 1 มาโดยตลอด เนื่องจากไทยสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ค่า RCA ของสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยและประเทศคู่แข่ง

ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
สหรัฐอเมริกา	3.10	2.31	2.68	2.49	2.45
ฝรั่งเศส	5.13	5.67	5.78	5.59	5.57
อังกฤษ	12.17	22.52	22.91	30.71	33.85
ฮ่องกง	0.40	0.39	0.29	1.18	1.09
แคนาดา	0.59	0.83	1.29	1.18	0.96
ไทย	0.23	0.88	2.12	2.45	1.99

หมายเหตุ : เรียงลำดับตามมูลค่าส่งออก

บรรณานุกรม

1. ธเนศ กองประเสริฐ. การพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรเพื่อการส่งออกของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2520.
2. ทวีศักดิ์ ภู่อล้า. ข้าวโพดหวาน การปรับปรุงพันธุ์และปลูกเพื่อการค้า. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ โอเดียนสโตร์, 2540
3. เกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัย. รายงานโครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกปี 2539. กรุงเทพฯ, 2540
4. เกษตรและสหกรณ์, กระทรวง. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. ศูนย์ประสานงานการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร. การสัมมนาวิชาการเรื่อง ปัญหาและแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร. กรุงเทพฯ, 2533
5. วารสาร FOODNEWS หลายฉบับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติ

- ตารางสถิติที่ 1.1 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.3 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา
- ตารางสถิติที่ 1.4 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป
- ตารางสถิติที่ 1.5 ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.6 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก
- ตารางสถิติที่ 1.7 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป
- ตารางสถิติที่ 1.8 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของญี่ปุ่น
- ตารางสถิติที่ 1.9 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา
- ตารางสถิติที่ 1.10 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสาธารณรัฐเกาหลี
- ตารางสถิติที่ 2.1 พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวานของไทย
- ตารางสถิติที่ 2.2 พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวานรายภาค ปี 2540/41
- ตารางสถิติที่ 3.1 ปริมาณการจำหน่ายในประเทศต่อการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย
- ตารางสถิติที่ 3.2 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปในตลาดโลกที่สำคัญ
- ตารางสถิติที่ 3.3 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปในตลาดโลกที่สำคัญ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 1.1

ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

ปริมาณ

อัตราการขยายตัว

สัดส่วน

หน่วย : เมตริกตัน

หน่วย : ร้อยละ

หน่วย : ร้อยละ

	หน่วย : เมตริกตัน					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
โลก	289,621	310,427	325,628	388,515	437,711	7.2	4.9	19.3	12.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหรัฐอเมริกา	173,410	148,992	162,992	177,698	193,778	-14.1	9.4	9.0	9.0	59.9	48.0	50.1	45.7	44.3
สหภาพยุโรป	79,068	96,233	91,076	100,625	119,937	21.7	-5.4	10.5	19.2	27.3	31.0	28.0	25.9	27.4
- ฝรั่งเศส	56,044	73,459	69,258	76,560	90,088	31.1	-5.7	10.5	17.7	19.4	23.7	21.3	19.7	20.6
- อิตาลี	12,754	11,461	6,061	7,974	10,697	-10.1	-47.1	31.6	34.1	4.4	3.7	1.9	2.1	2.4
- เนเธอร์แลนด์	3,548	1,390	5,379	3,776	6,806	-60.8	287.0	-29.8	80.2	1.2	0.4	1.7	1.0	1.6
- เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก	4,290	5,690	5,721	4,512	5,083	32.6	0.5	-21.1	12.7	1.5	1.8	1.8	1.2	1.2
ฮังการี	14,735	26,232	24,744	44,867	61,709	78.0	-5.7	81.3	37.5	5.1	8.5	7.6	11.5	14.1
ฮ่องกง	3,224	4,691	3,513	14,599	17,578	45.5	-25.1	315.6	20.4	1.1	1.5	1.1	3.8	4.0
แคนาดา	5,374	10,259	14,991	16,288	15,675	90.9	46.1	8.7	-3.8	1.9	3.3	4.6	4.2	3.6
ไทย	874	4,249	10,410	13,785	11,187	386.2	145.0	32.4	-18.8	0.3	1.4	3.2	3.5	2.6
ประเทศอื่น ๆ	12,936	19,771	17,902	20,653	17,847	52.8	-9.5	15.4	-13.6	4.5	6.4	5.5	5.3	4.1

ที่มา : Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

ตารางสถิติที่ 1.2

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

	มูลค่า					อัตราการขยายตัว				สัดส่วน				
	หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
โลก	270.2	315.4	334.9	388.6	414.2	16.7	6.2	16.0	6.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหรัฐอเมริกา	132.9	123.2	133.2	145.6	159.5	-7.3	8.1	9.3	9.5	49.2	39.1	39.8	37.5	38.5
สหภาพยุโรป	101.6	130.8	131.8	142.0	146.2	28.7	0.8	7.7	3.0	37.6	41.5	39.4	36.5	35.3
- ฝรั่งเศส	74.9	101.5	103.3	111.8	113.0	35.5	1.8	8.2	1.1	27.7	32.2	30.8	28.8	27.3
- อิตาลี	13.0	13.3	7.6	10.2	11.2	2.3	-42.9	34.2	9.8	4.8	4.2	2.3	2.6	2.7
- เนเธอร์แลนด์	4.3	2.1	6.3	4.5	8.1	-51.2	200.0	-28.6	80.0	1.6	0.7	1.9	1.2	2.0
- เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก	5.7	8.5	8.4	6.5	6.1	49.1	-1.2	-22.6	-6.2	2.1	2.7	2.5	1.7	1.5
อังกฤษ	13.5	25.4	25.6	41.5	53.9	88.1	0.8	62.1	29.9	5.0	8.1	7.6	10.7	13.0
ฮ่องกง	3.4	4.5	3.3	14.6	15.2	32.4	-26.7	342.4	4.1	1.3	1.4	1.0	3.8	3.7
แคนาดา	5.8	9.9	14.2	14.9	14.1	70.7	43.4	4.9	-5.4	2.1	3.1	4.2	3.8	3.4
ไทย	0.7	3.4	9.2	11.9	8.7	385.7	170.6	29.3	-26.9	0.3	1.1	2.7	3.1	2.1
ประเทศอื่นๆ	12.3	18.2	17.6	18.1	16.6	48.0	-3.3	2.8	-8.3	4.6	5.8	5.3	4.7	4.0

ที่มา : Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

ตารางสถิติที่ 1.3

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา

รายการ	มูลค่า				อัตราการขยายตัว			สัดส่วน			
	หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ				หน่วย : ร้อยละ			หน่วย : ร้อยละ			
	2537	2538	2539	2540	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540
รวมทั้งสิ้น	123.2	133.2	145.6	159.5	8.1	9.3	9.5	100.0	100.0	100.0	100.0
ญี่ปุ่น	46.5	42.7	45.9	49.9	-8.2	7.5	8.7	37.7	32.1	31.5	31.3
จีนไทเป	16.9	13.3	18.4	21.3	-21.3	38.3	15.8	13.7	10.0	12.6	13.4
เกาหลีใต้	8.6	9.9	10.0	19.9	15.1	1.0	99.0	7.0	7.4	6.9	12.5
ฮ่องกง	10.7	11.0	16.7	13.6	2.8	51.8	-18.6	8.7	8.3	11.5	8.5
เยอรมนี	3.8	14.7	10.3	10.2	286.8	-29.9	-1.0	3.1	11.0	7.1	6.4
สหราชอาณาจักร	7.9	11.7	8.8	9.7	48.1	-24.8	10.2	6.4	8.8	6.0	6.1
นอร์เวย์	1.6	2.3	3.9	4.9	43.8	69.6	25.6	1.3	1.7	2.7	3.1
สิงคโปร์	4.0	3.5	4.6	3.2	-12.5	31.4	-30.4	3.2	2.6	3.2	2.0
เนเธอร์แลนด์	4.0	2.8	3.0	3.0	-30.0	7.1	0.0	3.2	2.1	2.1	1.9
รัสเซีย	0.4	0.7	1.0	3.0	75.0	42.9	200.0	0.3	0.5	0.7	1.9
ประเทศอื่น ๆ	18.8	20.6	23.0	20.8	9.6	11.7	-9.6	15.3	15.5	15.8	13.0

ที่มา : Department of State , Washington D.C.

ตารางสถิติที่ 1.4

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป

มูลค่า

อัตราการขยายตัว

สัดส่วน

หน่วย : ล้าน ECU

หน่วย : ร้อยละ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	หน่วย : ล้าน ECU					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
รวมทั้งสิ้น	85.7	110.1	102.7	112.7	129.3	28.5	-6.7	9.7	14.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหภาพยุโรป	78.5	98.0	90.4	99.7	118.4	24.8	-7.8	10.3	18.8	91.6	89.0	88.0	88.5	91.6
- เยอรมนี	29.6	37.6	32.1	33.8	46.9	27.0	-14.6	5.3	38.8	34.5	34.2	31.3	30.0	36.3
- สหราชอาณาจักร	19.7	24.4	21.0	24.2	25.7	23.9	-13.9	15.2	6.2	23.0	22.2	20.4	21.5	19.9
- สเปน	3.8	6.4	8.1	11.1	14.3	68.4	26.6	37.0	28.8	4.4	5.8	7.9	9.8	11.1
- อิตาลี	6.9	7.6	7.5	9.5	8.9	10.1	-1.3	26.7	-6.3	8.1	6.9	7.3	8.4	6.9
- เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก	7.8	8.5	8.6	6.8	7.5	9.0	1.2	-20.9	10.3	9.1	7.7	8.4	6.0	5.8
- เนเธอร์แลนด์	5.2	5.5	5.6	6.0	5.9	5.8	1.8	7.1	-1.7	6.1	5.0	5.5	5.3	4.6
- ฝรั่งเศส	2.3	3.4	2.7	3.5	3.0	47.8	-20.6	29.6	-14.3	2.7	3.1	2.6	3.1	2.3
- อื่น ๆ	3.2	4.6	4.8	4.8	6.2	43.7	4.3	0.0	29.2	3.7	4.2	4.7	4.3	4.8
สวีเดน	0.0	0.0	4.8	4.5	3.1	0.0	0.0	-6.3	-31.1	0.0	0.0	4.7	4.0	2.4
รัสเซีย	0.1	0.4	0.2	0.2	1.7	300.0	-50.0	0.0	750.0	0.1	0.4	0.2	0.2	1.3
เลบานอน	0.2	0.6	0.6	0.7	0.6	200.0	0.0	16.7	-14.3	0.2	0.5	0.6	0.6	0.5
ญี่ปุ่น	1.1	2.0	0.7	0.6	0.5	81.8	-65.0	-14.3	-16.7	1.3	1.8	0.7	0.5	0.4
ประเทศอื่น ๆ	5.8	9.1	6.0	7.0	5.0	56.9	-34.1	16.7	-28.6	6.8	8.3	5.8	6.2	3.9

ที่มา : EUROSTAT

ตารางสถิติที่ 1.5
ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

	ปริมาณ					อัตราการขยายตัว				สัดส่วน				
	หน่วย : เมตริกตัน					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
โลก	272,288	316,182	322,895	378,985	379,092	16.1	2.1	17.4	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหภาพยุโรป	132,066	149,476	146,216	159,796	161,097	13.2	-2.2	9.3	0.8	48.5	47.3	45.3	42.2	42.5
- เยอรมนี	48,504	55,485	57,472	56,556	55,943	14.4	3.6	-1.6	-1.1	17.8	17.5	17.8	14.9	14.8
- สหราชอาณาจักร	37,546	36,304	33,675	32,413	37,641	-3.3	-7.2	-3.7	16.1	13.8	11.5	10.4	8.6	9.9
- สเปน	7,234	10,074	11,908	13,298	15,319	39.3	18.2	11.7	15.2	2.7	3.2	3.7	3.5	4.0
- เนเธอร์แลนด์	6,173	7,825	7,626	13,954	11,739	26.8	-2.5	83.0	-15.9	2.3	2.5	2.4	3.7	3.1
- อิตาลี	6,169	7,059	7,202	8,490	7,990	14.4	2.0	17.9	-5.9	2.3	2.2	2.2	2.2	2.1
ญี่ปุ่น	58,537	61,694	61,945	55,707	61,058	5.4	0.4	-10.1	9.6	21.5	19.5	19.2	14.7	16.1
ฮ่องกง	7,781	12,422	9,580	26,090	35,235	59.6	-22.9	172.3	35.1	2.9	3.9	3.0	6.9	9.3
จีน	15,419	19,941	18,331	25,248	25,395	29.3	-8.1	37.7	0.6	5.7	6.3	5.7	6.7	6.7
สาธารณรัฐเกาหลี	6,458	10,720	18,144	19,520	24,234	66.0	69.3	7.6	24.1	2.4	3.4	5.6	5.2	6.4
ประเทศอื่น ๆ	52,027	61,929	68,679	92,624	72,073	19.0	10.9	34.9	-22.2	19.1	19.6	21.3	24.4	19.0

ที่มา : Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

ตารางสถิติที่ 1.6

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของโลก

มูลค่า

อัตราการขยายตัว

สัดส่วน

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

หน่วย : ร้อยละ

หน่วย : ร้อยละ

	มูลค่า					อัตราการขยายตัว				สัดส่วน				
	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
โลก	304.8	360.7	379.1	409.3	409.5	18.3	5.1	8.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหภาพยุโรป	161.3	186.9	189.4	201.4	191.8	15.9	1.3	6.3	-4.8	52.9	51.8	50.0	49.2	46.8
- เยอรมนี	55.8	63.9	71.1	66.4	60.8	14.5	11.3	-6.6	-8.4	18.3	17.7	18.8	16.2	14.8
- สหราชอาณาจักร	48.2	47.4	43.1	43.6	47.8	-1.7	-9.1	1.2	9.6	15.8	13.1	11.4	10.7	11.7
- สเปน	9.5	12.7	14.9	17.9	17.2	33.7	17.3	20.1	-3.9	3.1	3.5	3.9	4.4	4.2
- เนเธอร์แลนด์	6.9	10.3	10.3	15.7	13.2	49.3	0.0	52.4	-15.9	2.3	2.9	2.7	3.8	3.2
- อิตาลี	9.0	10.5	10.3	12.8	12.3	16.7	-1.9	24.3	-3.9	3.0	2.9	2.7	3.1	3.0
ญี่ปุ่น	65.9	72.7	74.8	70.5	73.3	10.3	2.9	-5.7	4.0	21.6	20.2	19.7	17.2	17.9
ฮ่องกง	7.0	11.9	9.6	24.2	27.8	70.0	-19.3	152.1	14.9	2.3	3.3	2.5	5.9	6.8
จีน	16.4	22.0	19.7	22.6	22.7	34.1	-10.5	14.7	0.4	5.4	6.1	5.2	5.5	5.5
สาธารณรัฐเกาหลี	6.9	11.6	19.8	21.5	27.9	68.1	70.7	8.6	29.8	2.3	3.2	5.2	5.3	6.8
ประเทศอื่น ๆ	47.3	55.6	65.8	69.1	66.0	17.5	18.3	5.0	-4.5	15.5	15.4	17.4	16.9	16.1

ที่มา : Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

ตารางสถิติที่ 1.7

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหภาพยุโรป

รายการ	มูลค่า					อัตราการขยายตัว				สัดส่วน				
	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
	หน่วย : ล้าน ECU					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
รวมทั้งสิ้น	127.4	142.1	146.7	168.1	178.4	11.5	3.2	14.6	6.1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหภาพยุโรป	78.3	91.0	80.8	101.3	122.1	16.2	-11.2	25.4	20.5	61.5	64.0	55.1	60.3	68.4
- ฝรั่งเศส	58.6	65.5	57.4	73.4	93.4	11.8	-12.4	27.9	27.2	46.0	46.1	39.1	43.7	52.4
- อิตาลี	9.6	9.4	5.9	5.6	6.9	-2.1	-37.2	-5.1	23.2	7.5	6.6	4.0	3.3	3.9
- เนเธอร์แลนด์	4.6	4.5	5.2	7.6	6.5	-2.2	15.6	46.2	-14.5	3.6	3.2	3.5	4.5	3.6
- เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก	3.1	7.3	6.0	5.0	5.1	135.5	-17.8	-16.7	2.0	2.4	5.1	4.1	3.0	2.9
- เยอรมนี	1.4	2.6	4.1	6.8	4.9	85.7	57.7	65.9	-27.9	1.1	1.8	2.8	4.0	2.7
- สหราชอาณาจักร	0.3	0.9	1.7	2.5	4.4	200.0	88.9	47.1	76.0	0.2	0.6	1.2	1.5	2.5
- อื่น ๆ	0.7	0.8	0.5	0.4	0.9	14.3	-37.5	-20.0	125.0	0.5	0.6	0.3	0.2	0.5
สหรัฐอเมริกา	28.0	19.3	27.9	24.1	20.9	-31.1	44.6	-13.6	-13.3	22.0	13.6	19.0	14.3	11.7
ไทย	4.1	6.9	11.1	10.8	11.4	68.3	60.9	-2.7	5.6	3.2	4.9	7.6	6.4	6.4
ฮังการี	6.9	12.2	11.6	14.1	10.4	76.8	-4.9	21.6	-26.2	5.4	8.6	7.9	8.4	5.8
แคนาดา	5.6	6.4	10.0	11.6	9.8	14.3	56.3	16.0	-15.5	4.4	4.5	6.8	6.9	5.5
อิสราเอล	4.0	4.6	4.1	4.0	2.8	15.0	-10.9	-2.4	-30.0	3.1	3.2	2.8	2.4	1.6
ประเทศอื่น ๆ	0.5	1.7	1.2	2.2	1.0	240.0	-29.4	83.3	-54.5	0.4	1.2	0.8	1.3	0.6

ที่มา : EUROSTAT

ตารางสถิติที่ 1.8

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของญี่ปุ่น

รายการ	มูลค่า					อัตราภาษีขาเข้า				สัดส่วน				
	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
	(มค.-มิย.)					(มค.-มิย.)				(มค.-มิย.)				
รวมทั้งสิ้น	7,414.2	6,995.4	7,666.4	8,861.2	4,889.7	-5.6	9.6	15.6	-3.1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหรัฐอเมริกา	6,460.8	6,074.9	6,520.1	7,631.2	3,963.8	-6.0	7.3	17.0	-3.1	87.1	86.8	85.0	86.1	81.1
นิวซีแลนด์	303.3	586.2	824.4	713.8	696.4	93.3	40.6	-13.4	4.7	4.1	8.4	10.8	8.1	14.2
ออสเตรเลีย	150.7	73.5	59.9	154.3	88.7	-51.2	-18.5	157.6	-10.5	2.0	1.1	0.8	1.7	1.8
ไทย	79.9	28.5	55.8	150.6	79.5	-64.3	95.8	169.9	-26.3	1.1	0.4	0.7	1.7	1.6
ฝรั่งเศส	345.9	97.4	124.2	116.3	30.4	-71.8	27.5	-6.4	-50.0	4.7	1.4	1.6	1.3	0.6
แคนาดา	6.7	29.1	18.3	64.6	21.3	334.3	-37.1	253.0	-4.3	0.1	0.4	0.2	0.7	0.4
จีน	15.8	31.4	27.4	26.1	8.2	98.7	-12.7	-4.7	272.9	0.2	0.4	0.4	0.3	0.2
อิสราเอล	0.0	0.0	0.5	2.6	1.0	0.0	0.0	420.0	13.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
บราซิล	0.0	0.0	0.8	0.2	0.2	0.0	0.0	-75.0	-4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
แอฟริกาใต้	40.3	5.2	0.0	0.0	0.0	-87.1	-100.0	0.0	0.0	0.5	0.1	0.0	0.0	0.0
ประเทศอื่น ๆ	10.8	69.2	35.0	1.5	0.2	540.7	-49.4	-95.7	-100.0	0.1	1.0	0.5	0.0	0.0

ที่มา : JETRO Thailand

ตารางสถิติที่ 1.9

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสหรัฐอเมริกา

รายการ	มูลค่า					อัตราการขยายตัว				สัดส่วน				
	หน่วย : พันเหรียญสหรัฐฯ					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
รวมทั้งสิ้น	5,696.7	7,632.5	7,741.8	3,120.3	3,801.6	34.0	1.4	-59.7	21.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
แคนาดา	302.0	2,209.5	1,807.1	920.4	2,271.2	631.6	-18.2	-49.1	146.8	5.3	28.9	23.3	29.5	59.7
ไทย	4,963.8	4,750.2	5,709.4	2,153.0	1,459.2	-4.3	20.2	-62.3	-32.2	87.1	62.2	73.7	69.0	38.4
มาเลเซีย	0.0	0.0	0.0	0.0	27.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
อินโดนีเซีย	173.7	72.7	170.1	11.7	21.4	-58.1	134.0	-93.1	82.9	3.0	1.0	2.2	0.4	0.6
เอกวาดอร์	0.0	0.0	0.0	0.0	14.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
เม็กซิโก	245.2	12.0	0.0	23.9	2.2	-95.1	-100.0	0.0	-90.8	4.3	0.2	0.0	0.8	0.1
เกาหลีใต้	2.0	0.0	0.0	0.0	1.7	-100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ฟิลิปปินส์	0.0	5.0	0.0	2.1	1.5	0.0	-100.0	0.0	-28.6	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
จีนไทเป	0.0	12.1	22.8	2.1	1.4	0.0	88.4	-90.8	-33.3	0.0	0.2	0.3	0.1	0.0
ออสเตรเลีย	0.0	258.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-100.0	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0
ประเทศอื่น ๆ	10.0	313.0	32.4	7.1	0.8	3,030.0	-89.6	-78.1	-88.7	0.2	4.1	0.4	0.2	0.0

ที่มา : Department of State , Washington D.C.

ตารางสถิติที่ 1.10

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของสาธารณรัฐเกาหลี

มูลค่า

อัตราการขยายตัว

สัดส่วน

หน่วย : พันเหรียญสหรัฐฯ

หน่วย : ร้อยละ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	2536	2537	2538	2539	2540	2537	2538	2539	2540	2536	2537	2538	2539	2540
รวมทั้งสิ้น	6,858.0	11,629.0	19,843.0	21,492.0	27,886.0	69.6	70.6	8.3	29.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
สหรัฐอเมริกา	4,879.0	7,524.0	14,914.0	15,693.0	21,949.0	54.2	98.2	5.2	39.9	71.1	64.7	75.2	73.0	78.7
ไทย	1,761.0	3,624.0	4,872.0	5,675.0	5,691.0	105.8	34.4	16.5	0.3	25.7	31.2	24.6	26.4	20.4
จีน	12.0	206.0	32.0	0.0	0.0	1,616.7	-84.5	-100.0	0.0	0.2	1.8	0.2	0.0	0.0
ฝรั่งเศส	135.0	190.0	24.0	76.0	48.0	40.7	-87.4	216.7	-36.8	2.0	1.6	0.1	0.4	0.2
ประเทศอื่นๆ	71.0	85.0	1.0	48.0	198.0	19.7	-98.8	4,700.0	312.5	1.0	0.7	0.0	0.2	0.7

ที่มา : ข้อมูลปี พ.ศ.2536-2538 จาก ITC/UNSTAT.

ข้อมูลปี พ.ศ.2539-2540 จาก World Trade Atlas

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 2.1

พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวานของไทย

อัตราการขยายตัว

ร้อยละ

รายการ	2536/37	2537/38	2538/39	2539/40	2540/41	2537/38	2538/39	2539/40	2540/41
พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	243,147	111,408	180,751	213,933	196,678	-54.2	62.2	18.4	-8.1
พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	236,547	111,346	172,526	235,371	179,273	-52.9	54.9	36.4	-23.8
ผลผลิต (เมตริกตัน)	446,174	173,681	362,342	327,672	311,143	-61.1	108.6	-9.6	-5.0
ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	1,886	1,560	2,100	1,392	1,736	-17.3	34.6	-33.7	24.7

ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 2.2

พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตข้าวโพดหวานรายภาค ปี 2540/41

สัดส่วน

ร้อยละ

รายการ	พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต				สัดส่วน ร้อยละ		
	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	ผลผลิต (เมตริกตัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (กิโลกรัม/ไร่)	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	ผลผลิต (เมตริกตัน)
รวมทั้งประเทศ	196,678	179,273	311,143	1,736	100.0	100.0	100.0
ภาคเหนือ	38,945	28,556	54,111	1,895	19.8	15.9	17.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	47,832	37,994	72,214	1,901	24.3	21.2	23.2
ภาคกลาง	6,358	6,980	9,520	1,364	3.2	3.9	3.1
ภาคตะวันออก	10,738	10,740	18,634	1,735	5.5	6.0	6.0
ภาคตะวันตก	77,181	69,394	121,190	1,746	39.2	38.7	38.9
ภาคใต้	11,596	12,515	22,396	1,790	5.9	7.0	7.2

ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 3.1

ปริมาณการจำหน่ายในประเทศต่อการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย

รายการ	ปริมาณ					อัตราการขยายตัว				สัดส่วน				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
ปริมาณผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานทั้งหมด	4,470	11,000	14,590	19,100	23,170	146.1	32.6	30.9	21.3	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
จำหน่ายในประเทศ	222	591	806	984	1,282	166.2	36.4	22.1	30.3	5.0	5.4	5.5	5.2	5.5
ส่งออกต่างประเทศ	4,248	10,409	13,784	18,116	21,888	145.0	32.4	31.4	20.8	95.0	94.6	94.5	94.8	94.5

ที่มา : จากการสอบถามผู้ประกอบการ

และศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางสถิติที่ 3.2

ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปในตลาดโลกที่สำคัญ

ปริมาณ	หน่วย : เมตริกตัน					อัตราการขายตัว				สัดส่วน				
	หน่วย : เมตริกตัน					หน่วย : ร้อยละ				หน่วย : ร้อยละ				
	2537	2538	2539	2540	2541	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541
รวมทั้งสิ้น	4,249	10,410	13,785	18,115	21,888	145.0	32.4	31.4	20.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ฮ่องกง	0	0	473	4,142	8,244	0.0	0.0	775.7	99.0	0.0	0.0	3.4	22.9	37.7
สหภาพยุโรป	1,542	6,532	6,404	4,470	6,463	323.6	-2.0	-30.2	44.6	36.3	62.7	46.5	24.7	29.5
- เยอรมนี	483	2,088	2,765	1,715	5,098	332.3	32.4	-38.0	197.3	11.4	20.1	20.1	9.5	23.3
- เนเธอร์แลนด์	184	647	427	701	452	251.6	-34.0	64.2	-35.5	4.3	6.2	3.1	3.9	2.1
- สหราชอาณาจักร	125	2,441	2,169	1,690	307	*	-11.1	-22.1	-81.8	2.9	23.4	15.7	9.3	1.4
- เบลเยียม	10	820	520	73	134	*	-36.6	-86.0	83.6	0.2	7.9	3.8	0.4	0.6
- สวีเดน	538	148	241	60	135	-72.5	62.8	-75.1	125.0	12.7	1.4	1.7	0.3	0.6
เกาหลีใต้	1,497	2,145	3,938	4,114	2,211	43.3	83.6	4.5	-46.3	35.2	20.6	28.6	22.7	10.1
อาร์เจนตินา	0	0	603	1,007	1,311	0.0	0.0	67.0	30.2	0.0	0.0	4.4	5.6	6.0
ญี่ปุ่น	293	106	887	1,833	1,564	-63.8	736.8	106.7	-14.7	6.9	1.0	6.4	10.1	7.1
นิวซีแลนด์	68	77	99	130	243	13.2	28.6	31.3	86.9	1.6	0.7	0.7	0.7	1.1
สหรัฐอเมริกา	191	106	15	17	116	-44.5	0.0	13.3	582.4	4.5	1.0	0.1	0.1	0.5
สิงคโปร์	131	0	40	103	48	-100.0	0.0	157.5	-53.4	3.1	0.0	0.3	0.6	0.2
ประเทศอื่น ๆ	527	1,444	1,326	2,299	1,688	174.0	-8.2	73.4	-26.6	12.4	13.9	9.6	12.7	7.7

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ * อัตราขายตัวมาก

ตารางสถิติที่ 3.3

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยไปในตลาดโลกที่สำคัญ

มูลค่า	อัตราการขยายตัว					สัดส่วน								
	หน่วย : ล้านบาท					หน่วย : ร้อยละ								
	2537	2538	2539	2540	2541	2537	2538	2539	2540	2541				
รวมทั้งสิ้น	85.5	229.3	301.1	455.3	679.0	168.2	31.3	51.2	49.1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ฮ่องกง	0.0	0.0	10.2	107.7	242.5	0.0	0.0	955.9	125.2	0.0	0.0	3.4	23.7	35.7
สหภาพยุโรป	30.6	149.4	149.0	115.5	208.2	388.2	-0.3	-22.5	80.3	35.8	65.2	49.5	25.4	30.7
- เยอรมนี	9.2	44.5	59.9	42.8	165.4	383.7	34.6	-28.5	286.4	10.8	19.4	19.9	9.4	24.4
- เนเธอร์แลนด์	4.1	13.7	9.8	15.7	11.7	234.1	-28.5	60.2	-25.5	4.8	6.0	3.3	3.4	1.7
- สหราชอาณาจักร	2.4	58.3	53.3	47.5	11.5	*	-8.6	-10.9	-75.8	2.8	25.4	17.7	10.4	1.7
- เบลเยียม	0.2	20.3	13.9	2.0	4.9	*	-31.5	-85.6	145.0	0.2	8.9	4.6	0.4	0.7
- สวีเดน	10.7	3.6	5.8	1.6	4.4	-66.4	61.1	-72.4	175.0	12.5	1.6	1.9	0.4	0.6
เกาหลีใต้	27.6	40.3	77.8	98.0	63.1	46.0	93.1	26.0	-35.6	32.3	17.6	25.8	21.5	9.3
อาร์เจนตินา	0.0	0.0	13.1	28.0	48.4	0.0	0.0	113.7	72.9	0.0	0.0	4.4	6.1	7.1
ญี่ปุ่น	7.0	2.7	16.9	40.7	47.4	-61.4	525.9	140.8	16.5	8.2	1.2	5.6	8.9	7.0
นิวซีแลนด์	1.4	1.6	2.1	3.1	6.6	14.3	31.3	47.6	112.9	1.6	0.7	0.7	0.7	1.0
สหรัฐอเมริกา	3.6	1.9	0.4	0.6	4.5	-47.2	0.0	50.0	650.0	4.2	0.8	0.1	0.1	0.7
สิงคโปร์	3.1	0.0	0.8	2.4	1.4	-100.0	0.0	200.0	-41.7	3.6	0.0	0.3	0.5	0.2
ประเทศอื่น ๆ	12.2	33.4	30.8	59.3	56.9	173.8	-7.8	92.5	-4.0	14.3	14.6	10.2	13.0	8.4

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ * อัตราขยายตัวมาก



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำอธิบายค่าสถิติ

Regression Coefficient: (ค่าสัมประสิทธิ์)

เป็นตัวเลขแสดงความสามารถในการพยากรณ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามค่าสัมประสิทธิ์ C คือค่าคงที่ หรือ จุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย

ค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอื่นๆ คือ ความชันของกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ในกรณีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามอยู่ในรูป Log ค่าสัมประสิทธิ์จะแสดงถึงค่าของความยืดหยุ่นของตัวแปรตามต่อตัวแปรอิสระ

Standard Errors: (ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน)

เป็นค่าวัดความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ในสมการถดถอยที่คำนวณได้ ยิ่งค่าความผิดพลาดมากขึ้นความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามยิ่งน้อยลง

t-Statistic

การทดสอบทางสถิติว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสำคัญในสมการหรือไม่ โดยตั้งสมมติฐานว่าค่าสัมประสิทธิ์ด้วยค่าความผิดพลาดมาตรฐานของตัวเอง เรียกว่าค่า t-stat

- ถ้าค่า t-stat มีค่าเกิน ± 1 หมายความว่า มีความเป็นไปได้อย่างน้อย 2 ใน 3 ว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริงมีค่าไม่เท่ากับศูนย์ หรือมีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ
- ถ้าค่า t-stat มีค่าเกิน ± 2 หมายความว่า มีความเป็นไปได้ 95 เปอร์เซ็นต์ที่ค่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริง มีค่าไม่เท่ากับศูนย์

Probability: (ค่าความน่าจะเป็น)

ความเป็นไปได้ที่ค่า t-stat จะปรากฏอยู่ทางด้านซ้ายของการกระจายความน่าจะเป็นแบบ t โดยปกติ ถ้าความน่าจะเป็นต่ำกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ เราสามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสัมประสิทธิ์ที่แท้จริงมีค่าเท่ากับศูนย์

คำอธิบายค่าสถิติ (ต่อ)

R^2

เป็นค่าวัดความสำเร็จของสมการถดถอย ในการทำนายค่าตัวแปรตามของแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีค่าอยู่ในช่วงศูนย์ถึงหนึ่ง

- ถ้า R^2 เท่ากับหนึ่งแสดงว่าสมการถดถอยที่เราคำนวณได้ให้ค่าตัวแปรตามที่เท่ากับค่าที่แท้จริง
- ถ้า R^2 เท่ากับศูนย์แสดงว่าค่าตัวแปรตามที่ทำนายได้จากสมการถดถอยไม่ได้ให้ค่าใกล้เคียงค่าที่แท้จริงมากกว่าค่า Mean ของตัวแปรตามนั้น

R^2 Adjusted for Degree of Freedom

มีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกับค่า R^2 แต่มีการคำนวณจากค่าความแปรปรวนที่ต่างกัน มีค่าน้อยกว่า R^2 ในกรณีที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และสามารถมีค่าติดลบได้

Standard Error of the Regression

เป็นการวัดค่ารวมของการประมาณค่าที่คลาดเคลื่อน

Durbin-Watson Statistic

เป็นการทดสอบค่าทางสถิติเกี่ยวกับ Serial Correlation ถ้าค่านี้น้อยกว่า 2 แสดงว่ามี Positive Serial Correlation

F-Statistic

เป็นการทดสอบค่าทางสถิติว่าค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณการทุกค่านั้นมีขนาดแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ (ยกเว้นค่าของค่าคงที่) ในกรณีถ้าค่า F-Statistic สูงกว่าค่าวิกฤต (Critical Level) สามารถสรุปได้ว่าอย่างน้อยมีค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณแตกต่างจากศูนย์



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเทศคู่แข่งของไทยในอุตสาหกรรมกลุ่มอาหารแปรรูปในตลาดต่างๆ

1. สับปะรดกระป๋อง

1.1 ตลาดสหรัฐอเมริกา

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
ฟิลิปปินส์	0.443	0.451	0.510	0.460	0.454
อินโดนีเซีย	0.046	0.067	0.113	0.231	0.274
ไทย	0.511	0.482	0.377	0.309	0.272
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

1.2 ตลาดสหภาพยุโรป

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
ไทย	0.497	0.453	0.461	0.524	0.465
เคนย่า	0.227	0.243	0.299	0.260	0.232
อินโดนีเซีย	0.152	0.149	0.097	0.120	0.216
ฟิลิปปินส์	0.124	0.155	0.143	0.096	0.087
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

1.3 ตลาดญี่ปุ่น

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	0.568	0.489	0.450	0.384	0.484
ฟิลิปปินส์	0.202	0.249	0.246	0.272	0.317
มาเลเซีย	0.135	0.124	0.156	0.144	0.110
อินโดนีเซีย	0.095	0.139	0.148	0.200	0.089
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

2. น้ำสับประรดเข้มข้น

2.1 ตลาดสหรัฐอเมริกา

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
ฟิลิปปินส์	0.514	0.527	0.506	0.372	0.458
ไทย	0.474	0.435	0.447	0.534	0.409
อินโดนีเซีย	0.012	0.038	0.047	0.094	0.133
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

2.2 ตลาดสหภาพยุโรป

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2536	2537	2538	2539	2540
ไทย	0.604	0.583	0.560	0.559	0.503
อินโดนีเซีย	0.064	0.048	0.104	0.141	0.225
เคนย่า	0.205	0.265	0.200	0.190	0.159
ฟิลิปปินส์	0.127	0.104	0.135	0.110	0.113
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

2.3 ตลาดญี่ปุ่น

ส่วนแบ่งตลาดประเทศคู่แข่ง (%)					
ประเทศ	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	0.432	0.483	0.553	0.422	0.514
ฟิลิปปินส์	0.269	0.287	0.222	0.248	0.282
สหรัฐอเมริกา	0.298	0.230	0.226	0.330	0.204
	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000



ภาคผนวก ค

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ค่าสมมติฐานในการพยากรณ์ในกรณีต่างๆ

1999	Worst Case	Normal Case	Best Case
F/X*			
US	35.0000	38.0000	43.0000
EU	38.4125	41.7050	47.1925
JP	0.2351	0.2552	0.2888
Real GDP**			
US	1.50	1.80	1.80
EU	2.20	2.40	3.00
JP	-2.00	-0.50	-0.50
SP	-1.60	-0.80	0.80
HK	-2.00	-1.00	0.00
TW	3.00	3.90	4.20
IS	1.00	2.00	3.00
GDP at Current Price			
US	3.50	4.10	4.20
EU	3.70	4.20	4.80
JP	-2.40	-0.90	-0.50
Inflation			
US	2.00	2.30	2.40
EU	1.50	1.80	1.80
JP	-0.40	-0.40	0.00

Source : Consensus Survey November 1998 for Normal Case

* F/X is estimated Baht/US\$ and for Baht/ECU, Baht/YEN varies Baht/US\$

** IMF Forecast

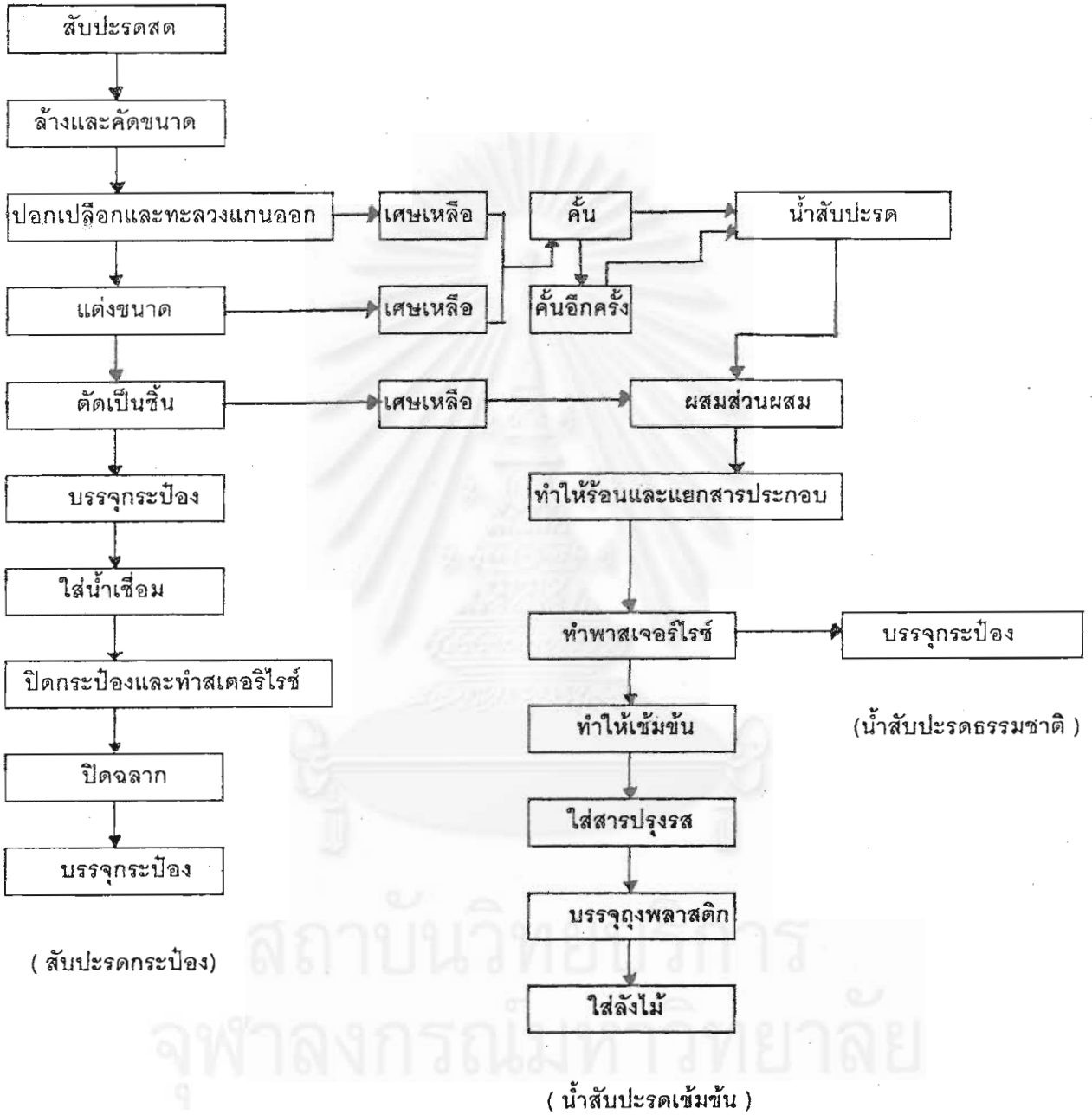
Real GDP Growth	1998	1999
WORLD	2.0	2.2
US	3.6	1.8
EU	2.8	2.4
JP	-2.8	-0.5



ภาคผนวก ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แสดงขั้นตอนการผลิตสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด



ที่มา : ศูนย์เศรษฐกิจอุตสาหกรรมภาคใต้