

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของตลาดตะวันออกกลางต่อการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย

การรวมตัวของประเทศผู้ส่งออกน้ำมันเป็นสินค้าออกที่สำคัญ ที่เรียกว่ากลุ่ม โอเปก เมื่อปี พ.ศ. 2511 นั้นทำให้ประเทศในตะวันออกกลางส่วนใหญ่ซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่ม โอเปก มีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น การขึ้นราคาน้ำมันหลายต่อหลายครั้งก่อให้เกิดรายได้แก่ประเทศเหล่านี้อย่างมากและอีกทั้งเพิ่มอำนาจการซื้อสินค้าทั้งภาครัฐบาลและเอกชน จากการที่รัฐบาลของประเทศในตะวันออกกลางส่วนใหญ่ต้องการยกระดับการครองชีพของประชาชนให้ดีขึ้นจึงได้มีการสั่งซื้อสินค้าเข้าหลายชนิด

พื้นที่ส่วนใหญ่ในตะวันออกกลางเป็นทะเลทรายแทบทั้งสิ้น โอกาสที่จะผลิตผลไม้เพื่อบริโภคสดหรือผลไม้แปรรูปต่าง ๆ ได้น้อยมาก อีกทั้งแรงงานภายในประเทศก็ขาดแคลน แม้จะมีโครงการต่าง ๆ เพื่อผลิตอาหารทดแทนการนำเข้าหลายอย่าง เช่น ในประเทศซาอุดีอาระเบีย<sup>1</sup> มีโครงการเลี้ยงไก่ ปศุศัลยกรรมในพื้นที่ควบคุม (Green house effect) การหาแหล่งน้ำใต้ดินและโครงการชลประทานตลอดจนการสร้างเขื่อน เป็นต้น ซึ่งตามโครงการนี้ต้องใช้ทุนมากแต่ก็ทดแทนการนำเข้าไม่ถึงร้อยละ 10 ของความต้องการของตลาด ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการนำเข้าสินค้าหลาย ๆ อย่างรวมทั้งผลไม้กระป๋องด้วยเช่นกัน ประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลางนำเข้าผลไม้กระป๋องมีแนวโน้มสูงขึ้น จะเห็นได้จากตัวเลขการนำเข้าในปี พ.ศ. 2523 ได้เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2522 ถึงร้อยละ 3.6 ดังตัวเลขต่อไปนี้

<sup>1</sup> บทสัมภาษณ์ คุณสุรพล อินทรเทศ, บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด, 23 กันยายน 2525

มูลค่า : พันดอลลาร์สหรัฐ

	ปี พ.ศ. 2522	ปี พ.ศ. 2523	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
การนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศใน ตะวันออกกลาง	18,787	19,454	+3.6

ที่มา : ESCAP

ประเทศไทย<sup>1</sup> ได้ทำการค้ากับตะวันออกกลางล่าช้ากว่าประเทศอื่น ๆ เกือบ 10 ปี เพราะประเทศในแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวันฮ่องกง ได้ประสบความสำเร็จในธุรกิจการค้าหลายแขนงมาช้านานแล้ว ทั้ง ๆ ที่ไทยเราซื้อน้ำมันดิบจากประเทศในตะวันออกกลางมีมูลค่าสูงมานานหลายปีจนเป็นเหตุให้ไทยเราขาดดุลการค้ากับประเทศในตะวันออกกลางโดยส่วนรวมมาตลอดตั้งตัวเลยที่แสดงต่อไปนี้

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	2520	2521	2522	2523	2524
ดุลการค้าไทยกับตะวันออกกลาง	-12,761	-10,476	-15,026	-24,045	-27,007

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์

หมายเหตุ: รายละเอียด ภาคผนวก ข.

<sup>2</sup> แนวทางแก้ไขที่ผ่านมามีส่วนใหญ่นำหนัก 2 ประเด็นด้วยกัน คือ ลดการนำเข้าจากประเทศที่ไทยเราขาดดุลการค้าและลดการนำเข้าน้ำมัน ซึ่งวิธีดังกล่าวยังไม่ถูกต้องเพราะสินค้าที่ไทยนำเข้าจาก

<sup>1</sup> ลายฉลุ, "การค้าขายกับอาหรับกันเถิด," วารสารธุรกิจหอการค้าไทย, (ตุลาคม 2524): 67.

<sup>2</sup> เลขาธิการประธานกรรมการ บริษัท เอ็นทรัลเคมี จำกัด, "สภาวะการขาดดุลการค้ากับทางออก," โนเอกสารประกอบวันสถาปนา คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี, 24 พฤศจิกายน 2524, หน้า 44-46.

ประเทศที่ไทยขาดดุลด้วยนั้นส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบและสินค้าประเภททุนที่ต้องนำมาใช้ในการผลิตภายในประเทศเพื่อก่อให้เกิดการว่าจ้างแรงงานและรายได้ซึ่งมีผลต่อระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้สิ่งที่เราไม่ค่อยคำนึงถึงก็คือ มูลค่าการนำเข้าจะคิดในราคา c.i.f. แต่มูลค่าการส่งออกจะคิดในราคา f.o.b. เป็นผลทำให้มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นมากกว่ามูลค่าการส่งออกตามความเป็นจริง เป็นเหตุให้ไทยเราขาดดุลการค้ากับประเทศในตะวันออกกลางสูงขึ้น

วิธีการแก้ไขการขาดดุลการค้าที่ตึกวิธีหนึ่งก็คือ การส่งออกเพิ่มขึ้น ถ้าหากไทยเราส่งออกผลไม้กระป๋องเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในตลาดใหม่ เช่น ตลาดตะวันออกกลาง จะทำให้มูลค่าการส่งออกโดยส่วนรวมเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน อีกทั้งยังเป็นการสอดคล้องกับแผนพัฒนาฉบับที่ 5 (2525 - 2529) ซึ่งได้เน้นหนักเป้าหมายในการส่งออกให้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 22.3 ต่อปี และระบุให้ขยายเจาะตลาดใหม่อย่างเช่น กลุ่มตะวันออกกลาง เป็นต้น การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยเท่าที่ผ่านมาจะส่งไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรปนั้นมีมูลค่าสูง แต่ตลาดเหล่านี้ก็มีที่ทำจะอิ่มตัว ตามหลักการตลาดจะต้องมีการหาตลาดใหม่ให้กับสินค้าเดิมที่มีอยู่ เรียกว่า การพัฒนาตลาด (Market development) โดยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อตลาดเก่า การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปตะวันออกกลางในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาได้เพิ่มขึ้นทุกปี โดยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อตลาดเก่า ดังตัวเลขในตารางที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1

แสดงอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย

มูลค่า : f.o.b. ฟิลิปปินส์

	ปี 2520		ปี 2521		ปี 2522		ปี 2523		ปี 2524		ปี 2525*	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลไม้มักระป๋อง												
ส่งออกไปตลาดกลาง	37	00	44	+19	59	+33	70	+15	81	+13	95	+23
ส่งออกไปตลาดอื่น	880	00	1181	+34	1209	+ 2	1401	+16	2039	+45	2345	+15

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ (รายละเอียดหน้า 36 )

\* : ตัวเลขที่ประมาณการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย

ร้อยละ : การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

จะเห็นได้ว่าไทยส่งออกผลไม้กระป๋องไปตะวันออกกลางมีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 20.6 โดยไม่กระทบกระเทือนตลาดผลไม้กระป๋องอื่น ๆ ของไทย จะสังเกตได้ว่าตลาดอื่น ๆ นอกจากตลาดตะวันออกกลางมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกันโดยเฉลี่ยร้อยละ 22.4 ดังนั้นตลาดตะวันออกกลางจึงเป็นตลาดแห่งใหม่ที่เหมาะสำหรับกาส่งออกผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องที่ไทยจำเป็นต้องเร่งศึกษาตลาดนี้อย่างละเอียด โดยที่รัฐบาลได้ให้ความสนับสนุนอย่างเต็มที่ในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ เพราะผู้ผลิตและผู้ค้าสินค้าจากทั่วทุกมุมโลกก็ได้ให้ความสนใจต่อตลาดนี้ด้วย เนื่องจากอำนาจการซื้อทั้งหมดของภาคเอกชนและรัฐบาลคาดว่าจะอยู่ระดับสูงสุด ขณะเดียวกันการผลิตสินค้าทุกประเภทยังอยู่ในระดับต่ำสุดประเทศไทยจึงไม่ควรละทิ้งโอกาสนี้โดยรับค่าเงินการค้ากับประเทศในตะวันออกกลางอย่างจริงจังเสียที

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาวะการค้าผลไม้กระป๋องของไทยกับประเทศในตะวันออกกลาง ให้ทราบถึงขนาดของตลาดผลไม้กระป๋อง (Market size) และส่วนครองตลาด (Market share)
2. ศึกษาปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable factors) ที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย
3. เพื่อศึกษาปัญหาทางด้านกาจัดการด้านการตลาดเพื่อการส่งออกว่ามีอุปสรรคอย่างไร พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางแก้ไข

#### ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาการตลาดเพื่อการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยในประเทศในตะวันออกกลาง จะศึกษาถึงประเภทผลไม้กระป๋องที่ได้ระบุไว้ตามรายงานเรื่องภาวะการค้าผลไม้กระป๋องของไทย สศประมวลโดยศูนย์สถิติการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง เงาะลอยแก้ว-สอดไส้สับปะรดกระป๋อง สับปะรดกระป๋อง มะม่วงกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง มะละกอกกระป๋อง กกล้วยกระป๋อง และผลไม้กระป๋องอื่น ๆ

<sup>1</sup> สำหรับตลาดตะวันออกกลางจะศึกษาเน้นหนักเฉพาะประเทศที่เป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย โดยพิจารณาจากยอดรวมของมูลค่านำเข้าและส่งออกในปี พ.ศ. 2524 เป็นหลัก ได้แก่ ประเทศ ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ อิหร่าน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (U.A.E.) คูเวต ซึ่งเป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทยมาช้านาน นอกจากนี้ยังมีบาห์เรน อีลราเอล อิรัก โอมาน และประเทศอื่น ๆ ในตะวันออกกลาง

ส่วนการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลาง จะศึกษาเท่าที่เก็บรวบรวมไว้ที่ห้องสมุด ESCAP คือ ปี พ.ศ. 2522 - 2524 แต่ข้อมูลมิได้ครบทุกปี เพราะบางประเทศมิได้แจ้งให้สหประชาชาติ (United Nations) ครบทุกปี ดังนั้นข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เท่าที่มีอยู่ <sup>2</sup> นอกจากนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประเทศในตะวันออกกลางยังไม่ค่อยมีระบบ และกฎเกณฑ์ที่ดี อีกทั้งไม่ค่อยนิยมเก็บรวบรวมข้อมูลไว้เท่าใดนัก ยกเว้นบางประเทศที่มีการค้าขายกับต่างประเทศในมูลค่าสูง ๆ เช่น ซาอุดีอาระเบียมีครบทุกปี เป็นต้น

การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปประเทศในตะวันออกกลาง จะเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 - 2524 ส่วนในปี พ.ศ. 2525 เก็บรวบรวมเฉพาะเดือนมกราคมถึงมิถุนายน เพื่อใช้ในการกะประมาณตลอดปี พ.ศ. 2525 โดยนำเอาสองคูณกับมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยในตะวันออกกลาง ในช่วง 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2525 ก็จะเป็นมูลค่าของการส่งออกปี พ.ศ. 2525 โดยประมาณ

การศึกษาปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable factors) ที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกผลไม้กระป๋องไปตะวันออกกลาง จะศึกษาพฤติกรรมทางด้านธุรกิจของชาวตะวันออกกลาง คำสนทนา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>1</sup> ศูนย์สถิติการพาณิชย์, กระทรวงพาณิชย์, สรุปรายงานการค้าระหว่างประเทศไทยกับตะวันออกกลาง ปี 2524, หน้า 1.

<sup>2</sup> สัมภาษณ์คุณ เจียด เกษรพูนภาค, ที่ปรึกษาการพาณิชย์ ประจำสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงเจดดาห์, 25 สิงหาคม 2525

เศรษฐกิจของประเทศ ลักษณะและขนาดของตลาดสินค้า ระเบียบการนำเข้าของสินค้า คู่แข่งชั้น การเงิน กฎหมาย ภูมิอากาศ การขนส่ง การเมือง ฯลฯ ตลอดจนปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการค้ากับประเทศในตะวันออกกลาง

ส่วนอันดับสุดท้ายการศึกษาด้านการตลาด จะศึกษาในเรื่องสินค้าผลไม้มักรับรอง การตั้งราคา การจัดทำหน่วย และสิ่งเล็งเริ่มการส่งออกในตลาดตะวันออกกลางควบคู่ไปกับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกพร้อมทั้งข้อเสนอแนะ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะของตลาดตะวันออกกลางมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะตลาดผลไม้- กระทบ อันจะเป็นแนวทางในการวางแผนที่มีประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมผลไม้กระทบของไทยที่จะรักษาตลาดเดิม และเจาะตลาดแห่งใหม่ที่น่าสนใจอย่างตลาดตะวันออกกลาง
2. ก่อให้เกิดการพัฒนาการส่งออกให้มากยิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต พ่อค้าคน- กลาง และบุคคลที่สนใจในเรื่องตลาดตะวันออกกลาง ให้ทราบข้อมูลขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับตะวันออก- กลางเพื่อใช้ในการวิเคราะห์การส่งออกสินค้าที่ใกล้เคียงไปตลาดตะวันออกกลางในโอกาสต่อไปอีกด้วย

วิธีการศึกษาค้นคว้า

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) มีวิธีการเก็บรวบรวม 3 วิธีคือ (รายละเอียด ภาคผนวก )
  - ก. สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องการค้ากับตะวันออกกลาง เช่น บริษัทการค้า ต่างประเทศ บริษัทผู้ผลิตผลไม้กระทบ สหกรณ์ผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป หอ- การค้าไทย สภาหอการค้าไทย หน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการค้า- ต่างประเทศ ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ คณะกรรมการ- ส่งเสริมการลงทุน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น
  - ข. ใช้แบบสอบถามส่งทางไปรษณีย์กรณีที่มีผู้สัมภาษณ์ไม่ค่อนมีเวลา หรือเดินทางติดต่อ

ไม่สะดวก เช่น อยู่ต่างจังหวัด เป็นต้น และในบางครั้งก็อาจจะนำแบบ  
สอบถามไปยื่นด้วยตนเอง

ค. สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ กรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

- ก. ข้อมูลที่ปรากฏในหนังสือต่าง ๆ เช่น หนังสือสรุปรายงานการค้าระหว่างไทย  
กับประเทศในตะวันออกกลางปี 2524 วารสาร บทความ ข่าวหนังสือพิมพ์  
เอกสารประกอบการสัมมนาว่าด้วยตลาดตะวันออกกลาง บทวิจารณ์ บท-  
วิเคราะห์ต่าง ๆ การอภิปราย
- ข. ตามสถาบันต่าง ๆ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ เช่น ศูนย์สถิติการพาณิชย์  
กรมการค้าต่างประเทศ สำนักคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ธนาคารแห่ง-  
ประเทศไทย ห้องสมุด ESCAP สภาหอการค้าไทย ศูนย์ลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
 เป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย