หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทสรุปนี้จะได้กล่าวถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การค้า และการนำเอาส่วนผสมทางการตลาดมาใช้กับการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของไทย ตลอดจนเสนอแนะทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีสาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

ก. <u>ผลดีของการนำเอาวัตถุดิบทางการเกษตรมาแปรสภาพเป็นสินค้าอุตสาหกรรม</u>

๑. เป็นการช่วยส่งเสริมให้มีการทำเกษตรกรรมเกี่ยวกับพืชสวนจำพวกผลไม้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะสับปะรด ดังจะเห็นได้ว่าอัตราเนื้อที่ที่ใช้ทำไร่สับปะรดนั้นเพิ่มมากขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๑๕ - ๒๕๒๐[๑] ซึ่งการขยายเนื้อที่เพาะปลูกสับปะรดนั้น จะเป็นการแก้ไขปัญหาสับปะรดไม่พอป้อนโรงงานได้ นอกจากนี้การพัฒนาปริมาณผลผลิตสับปะรดของชาวไร่ก็ไม่ทำให้ราคาพืชผลของชาวไร่ต้องลดต่ำลงเหมือนเมื่อครั้งยังไม่มีโรงงานตั้งขึ้นมา แต่กลับมีแนวโน้มว่าราคาสับปะรดจะมีแนวโน้มของราคาเฉลี่ยทั่วไปสูงขึ้นแทบทุกปี ดังดูได้จากราคาสับปะรดเฉลี่ยตลอดทั้งปี (Farm Price) ในปี ๒๕๑๑ - ๒๕๒๒ มีราคา ๐.๕, ๐.๔๗, ๐.๔๒, ๐.๕๓, ๐.๕๖, ๑.๓๘, ๑.๔๑, ๑.๕๔, ๑.๔๓, ๑.๖๕, ๑.๖๓ และ ๑.๖๐ บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ[๒] ทั้งนี้เพราะชาวไร่มีทางเลือกว่าจะขายให้กับตลาดสดหรือโรงงานสับปะรดกระป๋อง เพื่อให้ได้ราคาซื้อสูงสุด และเกิดการแข่งขันกันในด้านการกำหนดราคารับซื้อวัตถุดิบให้สูงกว่ากันระหว่างพ่อค้าแม่ค้าในตลาดสดกับโรงงานสับปะรดกระป๋อง

๒. การมีโรงงานสับปะรดกระป๋องก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคนิคการผลิตสับปะรดแก่ชาวไร่ให้ปลูกสับปะรดได้ผลผลิตต่อไร่และผลตอบแทนสุทธิต่อไร่สูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากชาวไร่มีการใช้เทคนิคการใส่ปุ๋ย และแก๊สเร่งผลผลิต รวมทั้งใช้ยากำจัดวัชพืชมากขึ้น

---

[๑]เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๕.

[๒]เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๔.

๓. ในส่วนที่เกี่ยวกับการว่าจ้างแรงงานในโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องนั้น ได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนไม่น้อยทั้งแรงงานที่ว่างงานอยู่แล้ว แรงงานที่ว่างตามฤดูกาลและแรงงานที่ทำงานต่ำกว่าระดับในสาขาเกษตร ซึ่งในฤดูที่มีการผลิตเต็มที่จะจ้างคนงานในโรงงานประมาณ ๕,๐๐๐ - ๖,๐๐๐ คน ซึ่งก็เป็นการช่วยเพิ่มโอกาสของการมีงานทำ และช่วยเพิ่มพูนรายได้ของประชาชนในท้องถิ่นนั้นได้ตามสมควร

๔. อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนไม่น้อย คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๒๑ - ๒๕๒๓ มีมูลค่าเพิ่มประมาณ ๘๘๕.๓๔, ๙๐๕.๙๕ และ ๑,๐๑๒.๘๑ ล้านบาทต่อเมตริกตัน ตามลำดับ

๕. การส่งออกอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการกระจายการส่งออก (Export Oriented) ซึ่งนำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศมาเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ ช่วยลดภาวะดุลการค้าที่ขาดดุลให้น้อยลงได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. ๒๕๒๑ ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกสับปะรดกระป๋องถึง ๑,๑๙๔.๖๕ ล้านบาท สูงกว่าปี พ.ศ. ๒๕๒๐ ซึ่งส่งออกมีมูลค่า ๘๙๘.๐๐ ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มร้อยละ ๓๓.๐๓

ข. <u>สรุปปัญหาสำคัญเกี่ยวกับการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของไทย</u>

๑. <u>ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ</u>

ก) <u>สับปะรดสด</u> จากการศึกษาภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง พบว่าผลผลิตของโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องที่รัฐบาลได้ให้การส่งเสริม นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๑๐ ได้มีการตั้งโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องเป็นต้นมาจนถึงปี พ.ศ. ๒๕๒๑ มีทั้งสิ้น ๗ บริษัทที่เปิดดำเนินการผลิตแล้วนั้น มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น ๑๒.๐ ล้านหีบต่อปี แต่เมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตจริงในปี พ.ศ. ๒๕๒๑ แล้วจะเห็นได้ว่ายังอยู่ในอัตราที่ต่ำกว่ากำลังการผลิตอยู่ กล่าวคือผลผลิตจริงมีเพียง ๘.๘ ล้านหีบต่อปีเท่านั้น ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากไม่มีวัตถุดิบตลอดทั้งปี โรงงานจะผลิตได้เต็มกำลังการผลิตในช่วงฤดูกาลที่สับปะรดสุกเป็น

จำนวนมากเท่านั้น หลังจากนั้นก็จะมีกำลังการผลิตส่วนเกินปล่อยทิ้งไว้ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องได้อาศัยสับปะรดสดจากไร่ของโรงงานร้อยละ ๕๐ และอาศัยสับปะรดสดจากไร่ของชาวไร่ทั่วไปอีกร้อยละ ๕๐ ก็ตาม แต่โรงงานก็ยังไม่สามารถมีวัตถุดิบ (สับปะรดสด) เพื่อมาป้อนโรงงานให้เพียงพอตลอดทั้งปีได้ ทั้งนี้ก็เนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

๑) ชาวไร่ส่วนใหญ่ไม่นิยมปลูกสับปะรดแบบแถวคู่ตามที่โรงงานต้องการให้ปลูก แต่กลับนิยมปลูกแบบแถวเดี่ยว เพราะได้ผลโตกว่าและขายได้ราคาดีกว่า เมื่อพ่อค้าและแม่ค้าจากตลาดสดมาซื้อ เพราะชาวไร่ส่วนใหญ่ต้องการจะนำไปขายให้กับตลาดสดมากกว่าที่จะนำไปขายให้โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋อง เพราะได้ราคาดีกว่า แต่ปัญหานี้ในปัจจุบันเริ่มคลี่คลายได้แล้ว

๒) เนื่องจากทางโรงงานต้องการสับปะรดที่มีขนาดค่อนข้างเล็ก คือ ขนาดของผลมีเส้นผ่าศูนย์กลางไม่เกิน ๕ นิ้ว และไม่สุกจัด จึงทำให้พ่อค้าคนกลางที่หาสับปะรดป้อนโรงงานจำต้องคัดสับปะรดจากชาวไร่ก่อนที่จะนำไปขายให้โรงงาน ทำให้บางครั้งพ่อค้าคนกลางไม่สามารถหาสับปะรดให้ได้ โดยเฉพาะในช่วงที่ราคาในตลาดสดดีกว่า

ข) <u>วัตถุดิบอื่น ๆ</u>

๑) กระป๋อง ในปัจจุบันโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องที่สามารถผลิตกระป๋องขึ้นเพื่อใช้เองมีอยู่ด้วยกัน ๖ แห่ง แต่ก็มีบางโรงงานที่ซื้อจากบริษัทเมตัลบ๊อกซ์ไทย-แลนด์ จำกัด การที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องผลิตกระป๋องเพื่อใช้เองนั้นก็เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตและยังหลีกเลี่ยงกับปัญหาความไม่แน่นอนในด้านราคาและความเร่งด่วนในการใช้อีกด้วย

๒) น้ำตาล น้ำตาลเป็นวัตถุดิบที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งในการผลิตสับปะรดกระป๋อง โดยเป็นส่วนผสมในรูปน้ำเชื่อมและคิดเป็นร้อยละ ๑.๕ ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องส่วนใหญ่ได้ซื้อน้ำตาลจากโรงงานน้ำตาลโดยตรง และซื้อในราคาขายส่ง เนื่องจากราคาน้ำตาลมีแนวโน้มสูงขึ้นตลอดเวลา ย่อมจะมีผลกระทบกระเทือนต่อโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋อง อย่างไรก็ตามในเรื่องน้ำตาล ซึ่งใช้

น้ำเชื่อมผสมไปกับสับปะรดบรรจุกระป๋องนั้น จะมีผลกระทบกระเทือนต่อผู้ผลิตหรือไม่เมื่อราคาเปลี่ยนแปลงไปนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับว่าทางโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องได้ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในการซื้อขายน้ำตาลไว้กับผู้ผลิตน้ำตาลหรือไม่เท่านั้น ถ้ามีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าการขึ้นราคาน้ำตาลก็จะไม่มีผลกระทบกระเทือนต่อบริษัทนั้น ๆ แต่ถ้าไม่ได้ทำสัญญาซื้อขายไว้ทางโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องก็จะต้องซื้อน้ำตาลในราคาแพงขึ้นกว่าเดิมและสูงกว่าโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องที่ได้ทำสัญญาไว้ล่วงหน้า

๓) แรงงานในอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง ปัญหาใหญ่ของโรงงานก็คือ การขาดแคลนแรงงานทั้งประเภทที่มีความชำนาญ (Skilled Labour) และแรงงานที่ขาดความชำนาญ (Unskilled Labour) ในบางฤดูกาลเป็นปัญหาสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งสาเหตุที่เกิดขาดแคลนแรงงานดังกล่าวอาจจะสรุปได้ดังนี้

(ก) ลักษณะการผลิตของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องทำให้ทางโรงงานต้องจ้างแรงงานประเภทลูกจ้างรายวันแบบชั่วคราวเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเมื่อไม่มีสับปะรดสดป้อนโรงงานหรือมีเพียงเล็กน้อยทางโรงงานก็จำเป็นต้องปลดคนงานออกเป็นจำนวนมาก

(ข) แรงงานบางพวกเป็นประเภทว่างตามฤดูกาลอยู่แล้ว เมื่อว่างจากการเพาะปลูกหรือค้าขายก็จะมาทำงานที่โรงงานเพื่อหารายได้พิเศษ แต่เมื่อถึงฤดูทำไร่ทำนาหรือเก็บเกี่ยวพืชผล หรือทำการค้าขาย คนงานเหล่านี้มักจะพากันออกจากงานไป

(ค) ลักษณะของคนงานในชนบทที่มักจะทำงานตามสบาย เมื่อมีรายได้แล้วก็จะหยุดงานระยะหนึ่งเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยวตามความพอใจ เมื่อมีเงินเหลือน้อยลงก็จะกลับเข้ามาทำงานใหม่ การกระทำเช่นนี้บางครั้งทำให้การผลิตในโรงงานต้องชะงักลง

๒. <u>ปัญหาทางด้านภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของไทย</u>

ก) ด้านภาษีศุลกากร การส่งสับปะรดกระป๋องของไทยไปในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ในระยะยาวไทยต้องเสียเปรียบในด้านอัตราภาษีขาเข้าที่ไม่ได้รับยกเว้น

ซึ่งผิดกับประเทศที่เป็นภาคีสนธิสัญญาโลเม่ (Lome Convention) ส่วนการส่งไปสหราช-อาณาจักร ไทยก็เสียเปรียบประเทศในเครือจักรภพอังกฤษในลักษณะเช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าจะมีการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่ประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย เป็นต้น แต่ไทยก็ยังใช้สิทธิพิเศษ ฯ น้อยมาก โดยมีสัดส่วน ๒.๘๕ ของปริมาณสับปะรดกระป๋องไทยที่ส่งไปยังตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

ข) ด้านโควต้านำเข้าประเทศญี่ปุ่น ผู้ส่งออกของไทยจำเป็นต้องซื้อโควต้าจากบริษัทญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิกของสมาคมการนำสับปะรดเข้าแห่งประเทศญี่ปุ่น (Japan Pineapple Importers Association) ในอัตราร้อยละ ๒ ของมูลค่าสับปะรดกระป๋องที่ส่งไปญี่ปุ่นทั้งหมด จึงทำให้ต้นทุนในการขายสับปะรดกระป๋องค่อนข้างสูงและตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบในเชิงการแข่งขันกับสับปะรดกระป๋องของประเทศอื่น รวมทั้งทำให้ไทยขายได้น้อยกว่าประเทศที่มีสิทธิการเป็นสมาชิกของสมาคมการนำสับปะรดเข้าแห่งประเทศญี่ปุ่น

ค) ในด้านค่าระวางขนส่งสินค้าออก การว่าจ้างบริษัทเดินเรือชาวต่างชาติมาทำการขนส่งสินค้าให้ต้องเสียค่าระวางขนส่งสูงกว่าประเทศอื่น รวมทั้งหาเรือได้ยากและเรือที่จะใช้ขนมีไม่สม่ำเสมอจึงทำให้ไทยเสียเปรียบกับประเทศคู่แข่งขันอื่น ๆ

ง) ลักษณะการส่งออกที่ขาดความร่วมมือและประสานงานกันโดยต่างคนต่างทำ แม้ว่าจะมีสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปตั้งขึ้นแล้ว แต่ก็ยังขาดความร่วมมือซึ่งกันและกัน ทำให้ไม่มีมาตรฐานเกี่ยวกับราคาส่งออกโดยแข่งขันกันขายและตัดราคากันเอง ซึ่งเป็นผลเสียต่อผู้ผลิตและส่งออกเอง

จ) ขาดข่าวสารการตลาดและการวิจัยตลาด

<u>ข้อสรุป</u>

ปัญหาที่สำคัญที่สุดในส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยการผลิตก็คือ การไม่มีวัตถุดิบตลอดทั้งปี ส่วนปัญหาอื่น ๆ ได้แก่เรื่องแรงงานนับว่าเป็นปัญหาไม่สำคัญนัก เพราะเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขให้คลี่คลายไปได้ ส่วนในเรื่องราคาวัตถุดิบอื่น ๆ ซึ่งได้แก่น้ำตาลและวัตถุดิบสำหรับทำกระป๋องมีแนวโน้มสูงขึ้นนั้นก็คงจะไม่เป็นอุปสรรคทางด้านราคาส่งออกมากนัก เนื่องจาก

เกือบทุกประเทศต้องประสบปัญหาเช่นเดียวกันนี้ และความผันผวนทางเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งสืบเนื่องมาจากภาวะวิกฤตการณ์น้ำมัน อันเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปแล้ว

สำหรับทางด้านการค้าของไทยแล้ว เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเพิ่มขององุปสงค์จะเห็นได้ว่าอยู่ในอัตราที่ช้ากว่าอัตราการเพิ่มของอุปทาน ดังนั้นการขยายการส่งออกของไทยจะเพิ่มได้ก็ต่อเมื่อเราจะต้องพยายามส่งสับปะรดกระป๋องที่มีราคาสามารถจะแข่งขันกับผู้ส่งออกรายอื่นได้ ทั้งนี้จะต้องทำให้ต้นทุนไม่สูงนัก ซึ่งอาจทำได้โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตวัตถุดิบ เป็นต้น นอกจากปัญหาดังกล่าวแล้วก็คือ อุปสรรคด้านภาษีศุลกากร การกำหนดโควต้า รวมทั้งค่าระวางขนส่ง และการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการส่งออก ซึ่งทำให้ประเทศไทยต้องเสียเปรียบประเทศอื่น ๆ อยู่บ้าง แต่ปัญหาเหล่านี้ก็มิใช่ปัญหาสำคัญถึงขนาดที่จะยับยั้งการส่งสับปะรดกระป๋องออกได้

<u>ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ</u>

๑. ปัญหาในด้านภาษีอากรที่เรียกเก็บจากสินค้าของบางประเทศนั้น หากจะพิจารณาฐานะการแข่งขันของไทยหรือความได้เปรียบเสียเปรียบทางด้านภาษีอากรในการส่งสับปะรดกระป๋องเข้าไปในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปแล้ว นับว่าอยู่ในฐานะที่ไม่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบกับประเทศคู่แข่งขันอื่นมากนักในระยะสั้นนี้ แต่ในระยะยาวดูจากแนวโน้มการส่งสับปะรดกระป๋องเข้าไปในตลาดเยอรมันตะวันตกของประเทศเคนยา ซึ่งขยายขึ้นในอัตราสูงแล้วเป็นที่น่าวิตกว่าสับปะรดกระป๋องจากเคนยาอาจเข้าไปแย่งตลาดสับปะรดกระป๋องจากไทยได้ เพราะมีฐานะที่ได้เปรียบกว่าในฐานะที่เป็นประเทศภาคีสนธิสัญญาโลเม่ (Lome Convention) **จึงควรศึกษาเพื่อให้เห็นแนวทางหรือนโยบายการนำเข้าจากประเทศเคนยาหรือประเทศคู่แข่งขันอื่นของประเทศในกลุ่มตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป** โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดนำเข้าของไทยที่สำคัญ ๆ อยู่แล้ว ขณะเดียวกันรัฐบาลก็ควรเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการช่วยเจรจาต่อรองกับรัฐบาลประเทศเหล่านั้นให้ช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ ซึ่งปัจจุบันได้ให้สิทธิพิเศษด้านผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องจากประเทศด้อยพัฒนารวมทั้งไทย แต่ก็ยังน้อยมากและยังเสียเปรียบประเทศอื่นที่เป็นสมาชิกในเครือ

ของกลุ่มอยู่ ถ้ารัฐบาลให้ความช่วยเหลือในเรื่องนี้ก็จะมีผลดีต่อการส่งสับปะรดกระป๋องออกของไทย

๒. ปัญหาในด้านการกำหนดโควต้าสับปะรดกระป๋องของญี่ปุ่นทำให้ไทยไม่ได้รับความเป็นธรรมในด้านราคาขายดังได้กล่าวมาแล้วนั้น รัฐบาลมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการร่วมเจรจาต่อรองกับรัฐบาลประเทศเหล่านั้นให้ช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ เช่น การเจรจากับรัฐบาลของประเทศญี่ปุ่นโดยตรงหรือผ่านทางสมาคมหรือองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศ เช่น Asean, Seap Centre และอื่น ๆ ก็ตาม เพื่อขอโควต้าให้กับผู้ส่งออกของไทย โดยนำข้ออ้างในเรื่องการสั่งสินค้าเข้าจากประเทศญี่ปุ่นปีละเป็นจำนวนไม่น้อย จึงทำให้ไทยต้องเสียเปรียบดุลการค้ากับประเทศญี่ปุ่นอยู่เสมอมา เป็นต้น หรือการเจรจากับประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ซึ่งปัจจุบันได้ให้สิทธิพิเศษในด้านสินค้าสับปะรดกระป๋องจากประเทศด้อยพัฒนารวมทั้งไทยอยู่บ้าง แต่ก็ยังน้อยมาก และยังเสียเปรียบประเทศอื่นที่เป็นสมาชิกในเครือของกลุ่มอยู่ นอกจากนั้นในเรื่องของการกำหนดโควต้าส่งออกไปยังตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปในการประชุมตกลงกันที่ไทเปนั้นเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือเป็นมาตรการแก้ปัญหาชั่วคราว อันสืบเนื่องมาจากการที่ประเทศผู้ส่งออกแข่งขันกันเองในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ทำให้ภาวะการค้าต้องซบเซาลง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้กำหนดโควต้าการนำเข้าตามโครงการให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากรไว้และไม่มีการจัดสรรโควต้าให้แก่ประเทศผู้ส่งออกที่แน่นอน ประเทศผู้ส่งออกซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศกำลังพัฒนาจึงแข่งขันกัน ฉะนั้นรัฐบาลจึงควรเจรจากับกลุ่มตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเรื่องการจัดสรรโควต้าภายใต้โครงการ G.S.P ให้เหมาะสม ในขณะเดียวกันก็ควรจะหาทางขยายตลาดสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศสมาชิกกลุ่มตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปอื่นที่ยังซื้อไม่มากนัก เช่น สหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นประเทศที่ได้รับส่วนแบ่งโควต้าการนำเข้าสูงที่สุดในกลุ่ม เดนมาร์คซึ่งมีการนำเข้าไม่มากนัก รวมทั้งลักเซมเบอร์ก และไอร์แลนด์ซึ่งไม่มีการนำเข้าจากไทยเลยหรือนำเข้าน้อยมาก การศึกษาถึงลักษณะความต้องการ ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยไม่เป็นที่นิยม หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการขยายตลาดในประเทศเหล่านี้จึงเป็นสิ่งควรดำเนินการ

๓. ในด้านอัตราค่าระวางขนส่งสินค้าที่ผู้ส่งออกต้องเสียในอัตราสูงกว่าบางประเทศ เนื่องจากต้องพึ่งบริการเรือพาณิชย์ของชาวต่างชาติอยู่ ซึ่งในปัจจุบันยังมีระวางให้กับสินค้าไทยน้อยมากและไทยเรายังไม่มีเรือเดินสมุทรขนาดใหญ่ที่จะทำการขนส่งได้ทีละมาก ๆ รัฐบาลควรจะช่วยแก้ไขโดยรัฐบาลช่วยเจรจาขอลดอัตราค่าขนส่งเพื่อไม่ให้เสียเปรียบบางประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลควรปรับปรุงโครงสร้างในด้านบริการขนถ่ายที่ท่าเรือของเราเองให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้ส่งออกได้รับความสะดวกไม่เกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากความล่าช้าในการส่งสินค้าไปประเทศลูกค้า รวมทั้งควรจะได้มีการเร่งจัดร่างพระราชบัญญัติสภาผู้ขนส่งสินค้าทางเรือและการจัดตั้งสภาผู้ขนส่งสินค้าทางเรือ ซึ่งร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวขณะนี้ได้ผ่านมติคณะรัฐมนตรีแล้ว และกำลังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา ถ้าร่างพระราชบัญญัตินี้ได้ออกเป็นกฎหมายและได้มีการจัดตั้งสภา ฯ แล้ว ปัญหาในเรื่องการขึ้นอัตราค่าระวางเรือ และความไม่สม่ำเสมอของเรือที่จะใช้ในการขนส่งคงจะได้รับการแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น เพราะอำนาจในการต่อรองจะมีมากขึ้น

๔. ในด้านการขาดความร่วมมือและประสานงานกันของผู้ส่งออก โดยเฉพาะปัญหาในด้านการควบคุมราคาสับปะรดกระป๋องที่จะส่งไปยังกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนั้น รัฐบาลควรจะให้ชมรมผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออก (Pineapple Packer Group) ซึ่งชมรมนี้อยู่ในสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปเป็นผู้ควบคุมราคาส่งออกขั้นต่ำกันเอง โดยกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องจะต้องเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป การที่รัฐบาลจำเป็นที่จะต้องออกระเบียบดังกล่าวเพราะทางสมาคมไม่มีอำนาจไปบังคับผู้ส่งออกได้ ถ้าผู้ส่งออกรายนั้นมิได้เป็นสมาชิกของสมาคม ฯ การที่สมาคม ฯ ควบคุมราคาขั้นต่ำการส่งออกเองจะเกิดประโยชน์คือ

ก) จะทำให้รวดเร็วและทันกับการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของราคาตลาดมากกว่าการที่ทางราชการจะเข้าควบคุมเอง นอกจากนี้สับปะรดกระป๋องที่ส่งออกไปยังแต่ละประเทศของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ก็มีราคาแตกต่างกันออกไป และมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องก็มีอยู่หลายชนิดด้วยกัน ยากแก่การที่ทางราชการจะควบคุม

ข) การที่ออกระเบียบให้ผู้ส่งออกต้องเข้าเป็นสมาชิกของสมาคม ฯ ผลดีก็คือจะทำให้การตัดราคากันเองลดลง และอำนาจการต่อรองในการขายสินค้าให้กับต่างประเทศจะมีมากขึ้น

ค) ในอนาคตก็อาจจะแยกตัวจากสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปออกมาเป็นสมาคมผู้ผลิตสับปะรดเพื่อการส่งออก หรือรวมกันเป็นบริษัทส่งออก เพื่อกำหนดปริมาณการผลิตเพื่อการส่งออก ราคา คุณภาพของสินค้า และร่วมกันหาตลาดเหมือนอย่างผู้ผลิตหน่อไม้กระป๋องและเห็ดกระป๋องในไต้หวัน ซึ่งได้รวมตัวกันขึ้นเป็น Taiwan Asparagas Canners Export Corporation (TACEC)และ Taiwan Mushroom Canner United Export Corporation(TMCUEC) ซึ่งทั้งสองบริษัทนี้ทำประโยชน์ให้แก่ผู้ผลิตในการหาตลาดและรักษาระดับราคาที่เหมาะสมของสินค้าดังกล่าวในตลาดเยอรมันตะวันตกและได้ครองตลาดอย่างเหนียวแน่น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ผลิต และผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ปัญหาด้านความร่วมมือหรือประสานงานระหว่างประเทศผู้ส่งออกจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ภาวะการผลิตและการตลาดของสับปะรดกระป๋องมีเสถียรภาพ การแสดงท่าทีที่แน่ชัดของไทยที่จะดำเนินการตามข้อตกลงที่ได้ทำไว้กับประเทศผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกอื่น ซึ่งข้ออ้างประการหนึ่งที่ไอวอรี่โคสต์ยังคงขายผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของตนในราคาต่ำกว่าที่ได้ตกลงไว้ก็คือ เกรงว่าไทยจะไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงในการจำกัดการผลิต ซึ่งในเรื่องที่เกี่ยวกับการจำกัดการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยนี้ก็ได้มีแนวนโยบายที่จะจำกัดระดับการผลิตให้สอดคล้องกับระดับความต้องการของตลาดอยู่แล้ว มาตรการหรือแนวนโยบายหลายประการได้ดำเนินการและพิจารณา อาทิเช่น เมื่อเดือนตุลาคม ๒๕๒๑ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ระงับการให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋องและสับปะรดแช่แข็ง และเมื่อเดือนพฤศจิกายน ๒๕๒๑ กระทรวงอุตสาหกรรมก็ได้ระงับการอนุญาตให้ตั้งและขยายโรงงานประเภทนี้ด้วย และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ก็ได้พิจารณาเพื่อจำกัดเขตการผลิตสับปะรดกระป๋องให้อยู่ในเขตที่เหมาะสมและมีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ เป็นต้น

๕. เรื่องปัญหาการขาดข่าวสารและการวิจัยเกี่ยวกับตลาดของสับปะรดกระป๋อง อันเนื่องมาจากโรงงานผู้ผลิตไม่สามารถจะติดตามข่าวความเคลื่อนไหวในต่างประเทศได้ดีพอ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นหน่วยงานของรัฐบาลมีความจำเป็นต้องรับไปดำเนินการติดตามข่าวคราวของการเปลี่ยนแปลงด้านปริมาณความต้องการ การให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ส่งออก เช่น การยกเว้นภาษี หรือการให้โควต้าเพิ่ม เป็นต้น หรือทำการวิจัยลักษณะตลาดของสินค้าตลอดจนศึกษาหาลู่ทางสำหรับตลาดใหม่ ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ และกรมพาณิชย์สัมพันธ์ ซึ่งสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะนำมาวางแผนการผลิตและการตลาดให้สอดคล้อง ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่สำคัญประเทศหนึ่งและสถานการณ์การค้าสับปะรดกระป๋องที่เกิดขึ้นในระยะที่ผ่านมาทำให้เกิดผลกระทบกระเทือนโดยทั่วไป ในการแสวงหาลู่ทางหรืออนาคตทางการค้าสับปะรดกระป๋อง การค้าจึงไม่ควรมุ่งทางด้านตลาดผู้ซื้ออย่างเดียว แต่ควรศึกษาหาข้อมูลแนวนโยบายและท่าทีของประเทศคู่แข่งขันอื่นด้วย

ค. <u>สรุปและข้อเสนอแนะในการนำเอาส่วนผสมทางด้านการตลาดมาใช้กับการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของไทย</u>

๑. <u>ทางด้านผลิตภัณฑ์</u> (Product) สับปะรดกระป๋อง

เนื่องจากตลาดสับปะรดกระป๋องในปัจจุบันมีลักษณะเป็นตลาดของผู้ซื้อ (Buyer's Market) และในฐานะที่ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่สำคัญประเทศหนึ่ง จึงควรให้ความสนใจเกี่ยวกับความต้องการสับปะรดกระป๋องของแต่ละประเทศว่าเป็นอย่างใด กล่าวคือ ควรจะพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง ขนาดของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง รวมทั้งคู่แข่งขันของไทยด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของเราให้สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละตลาดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งข้อควรพิจารณาทางด้านผลิตภัณฑ์อาจจะกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้คือ

ก) ตรายี่ห้อ (Brand) การออกแบบตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยนั้น ผู้ซื้อบางประเทศยังไม่ยอมรับตราผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทย

เท่าใดนัก ดังนั้นผู้ผลิตควรจะสร้าง "Brand Name" ในตัวผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยด้วยการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตราหรือฉลากให้ทันสมัยทั้งในด้านสีสันและการออกแบบ ซึ่งจะช่วยให้เกิดผลดีในแง่ของการโฆษณา การจัดแสดงสินค้า การสร้างชื่อเสียง และช่วยลดการเปรียบเทียบราคา รวมทั้งรักษาระดับราคา เนื่องมาจากความแตกต่างของตรายี่ห้อนั้น

ข) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) เนื่องจากการห้ามสั่งกระดาษเหนียวเข้ามาในประเทศ จึงทำให้โรงงานผู้ผลิตต้องใช้กระดาษเหนียวทำกล่องด้วยราคาสูงกว่าต่างประเทศ และคุณภาพด้อยกว่า ทั้งยังฉีกขาดและตกหล่นเสียหายง่าย ซึ่งจะเป็นข้อเสียเปรียบในด้านการแข่งขันกับต่างประเทศได้นั้น ทางรัฐบาลควรจะให้ความช่วยเหลือด้วยการผ่อนผันการนำเข้าจนกว่าเราจะสามารถปรับปรุงกระดาษเหนียวให้มีคุณภาพ และราคาทัดเทียมกับต่างประเทศได้ นอกจากนี้ในเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพของกระป๋องที่ใช้บรรจุสับปะรดนั้นควรจะเป็นกระป๋องที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อในต่างประเทศด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะช่วยให้รักษาคุณภาพของสับปะรดได้เป็นเวลานาน

ค) ขนาดของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยที่ส่งออกมี ๓ ขนาดด้วยกัน คือ ๒๐ ออนซ์, ๓๐ ออนซ์ และ ๑๐๘ ออนซ์ แต่ตลาดสับปะรดกระป๋องนำเข้าบางตลาด เช่น สหราชอาณาจักรมีความต้องการสับปะรดกระป๋องขนาด ๑๖ ออนซ์ และ ๓๐ ออนซ์ แต่ไทยผลิตสับปะรดกระป๋องที่มีขนาดน้ำหนักกระป๋อง ๒๐ ออนซ์เป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องบางแห่งไม่อาจส่งสับปะรดกระป๋องให้ผู้นำเข้าสับปะรดกระป๋องของสหราชอาณาจักรได้ตามสัญญา ดังนั้นทางโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องควรจะทำการศึกษาและวิจัยตลาดเกี่ยวกับความต้องการของแต่ละประเทศว่าเป็นอย่างไร ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะได้นำมาวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างถูกต้อง

๒. <u>ทางด้านราคา</u> (Price) สับปะรดกระป๋อง

เนื่องจากตลาดสับปะรดกระป๋องหลายแห่ง (ยกเว้นสหรัฐอเมริกา) ถือว่าสับปะรดกระป๋องเป็นสินค้ากึ่งฟุ่มเฟือยหรือไม่จำเป็นแก่การบริโภคนัก ตลาดที่ซื้อมากส่วนใหญ่เป็น

ประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี ซึ่งบางประเทศในตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปยังมีการนำเข้าน้อยมาก ประกอบกับหลายประเทศในกลุ่มนี้ต่างก็ประสบกับภาวะเงินเฟ้อและค่าครองชีพสูง ราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการนำเข้าสับปะรดกระป๋อง การค้าสับปะรดกระป๋องของไทยในภูมิภาคนี้จึงควรคำนึงถึงระดับราคาที่เหมาะสมและศึกษาความต้องการของตลาดซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันไปในบางประเทศ เพราะแม้ว่าโดยทั่วไปแล้วตลาดนี้ไม่เน้นทางด้านคุณภาพมากนัก แต่บางตลาดก็มีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากตลาดสับปะรดกระป๋องในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

นอกจากนั้น ในเรื่องของการตั้งราคานั้นก็เป็นปัญหาหนึ่งที่จะต้องพิจารณาอย่างละเอียด นอกเหนือจากการพิจารณาถึงความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านต้นทุนต่าง ๆ สภาวะการแข่งขัน กฎเกณฑ์ข้อบังคับในนานาประเทศ และอำนาจซื้อของลูกค้าในต่างประเทศ ทั้งนี้ก็เพื่อกำหนดราคาขายที่คาดว่าจะดีที่สุดในแต่ละประเทศนั่นเอง ขณะเดียวกันก็จะต้องได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ผลิตเพื่อการส่งออกในแต่ละราย เพื่อการกำหนดราคาขั้นต่ำของสับปะรดกระป๋องและกำหนดมาตรการป้องกันผู้ส่งออกต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดปัญหาในเรื่องของการแข่งขันกันเสนอขายตัดราคากันเองดังที่แล้ว ๆ มา

๓. <u>ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u> (Place หรือ Channels of Distribution) ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง

สำหรับผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องที่เกี่ยวกับการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นจะแบ่งออกเป็น ๒ ส่วนคือ

ก) ช่องทางการจัดจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งการจำหน่ายสับปะรดกระป๋องโรงงานมีไม่เกินร้อยละ ๑๐

ข) ช่องทางการจัดจำหน่ายต่างประเทศ ซึ่งมีประมาณร้อยละ ๙๐ ของผลผลิตทั้งหมด

เกี่ยวกับระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของประเทศไทยเรานั้น เป็นที่น่าสังเกตว่าการส่งสับปะรดกระป๋องออกจะมีลักษณะที่ต่างคนต่างทำ ซึ่งลักษณะเช่นนี้อาจจะทำให้สับปะรดกระป๋องของไทยขาดการร่วมมือในด้านการส่งออกและกำหนดราคาขาย ซึ่งจะเป็นผลเสียแก่ผู้ผลิตเพื่อการส่งออกเอง อย่างไรก็ตาม ทางโรงงานผู้ผลิตเพื่อส่งออกแต่ละรายควรจะหันมาร่วมมือกันในเรื่องที่เกี่ยวกับระบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความแตกต่างกันในระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการแสวงหาลู่ทางใหม่ในตลาดที่ปริมาณการนำเข้ายังมีน้อย จึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ควรจะให้ความสนใจเกี่ยวกับการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศนั้นว่ามีวิธีดำเนินการเป็นอย่างไร เช่น

๑) ศึกษาผู้นำเข้าและตัวแทน ค่านายหน้า
๒) วิธีการจัดจำหน่ายที่นิยมปฏิบัติกันในประเทศนั้น ๆ
๓) พฤติกรรมการส่งสินค้าของผู้นำเข้า
๔) ตัวแทนหรือผู้นำเข้านั้น ๆ ต้องการความช่วยเหลือทางด้านการโฆษณาหรือไม่

๔. <u>ทางด้านการส่งเสริมการขาย</u> (Sales Promotion) ของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง

อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยเรานั้น ยังให้ความสนใจเกี่ยวกับกลยุทธทางด้านการตลาดต่างประเทศน้อยมากโดยเฉพาะในเรื่องของการส่งเสริมการขายและการวิจัยตลาดของผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคและการส่งเสริมการบริโภค โดยการอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ เข้าช่วย ซึ่งได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นการช่วยเพิ่มพูนความสนใจ ความพอใจและความต้องการในผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทย โดยเฉพาะในตลาดที่ปริมาณการนำเข้ายังมีน้อยจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้ปริมาณความต้องการขยายตัวเพิ่มขึ้น

รวมทั้งความพยายามในการบุกเบิกขยายตลาดสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศต่าง ๆ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น จึงเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับตลาดที่มีความต้องการสับปะรดกระป๋องเป็นจำนวนมาก และประเทศไทยยังมีส่วนในตลาด (Market Share) ไม่มากนัก ได้แก่ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และประเทศแถบตะวันออกกลางซึ่งมีอำนาจซื้อมาก แต่ประเทศเหล่านี้ยังไม่รู้จักชื่อเสียงและเชื่อถือคุณภาพของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยดีพอ จึงเป็นหน้าที่ของนักบริหารการตลาดที่จะได้มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการโฆษณาสับปะรดกระป๋องของไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคของประเทศดังกล่าว ตลอดจนเน้นในด้านราคาที่ถูกกว่าด้วย.