



ใบรับรองปัญหาพิเศษ  
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ภาวะการผลิตและการค้าสี่ประดกระป๋องของประเทศไทย  
THE PRODUCTION AND TRADE OF PINEAPPLE IN AIRLIGHT  
CONTAINER OF THAILAND



ของ

นายชูเกียรติ ฤทธิอินทรานุกร

ได้รับการตรวจและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2534

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

*[Signature]*

๑๕/๑๐/๒๙

( อาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ )

กรรมการปัญหาพิเศษ

\_\_\_\_\_  
( อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง )

กรรมการปัญหาพิเศษ

\_\_\_\_\_  
( รศ. ศิณี สัจจรัสมิ )

หัวหน้าภาควิชา

\_\_\_\_\_  
( อาจารย์นิตยา สีทธิโชค )

๑๗๑  
๘๖๕-๒๗  
๒๕๓๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น 29 S.H. 2534  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

เรื่อง

ภาวะการผลิตและการค้าส้มประดกระป๋องของประเทศไทย

THE PRODUCTION AND TRADE OF PINEAPPLE IN AIRLIGHT  
CONTAINER OF THAILAND



น.พ.  
๗๖๔๒๓  
๒๕๓๔

เสนอ

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... ๑๗๕๖๐  
วัน,เดือน,ปี..... - ๐ ๒๒๖ ๒๕๓๓

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งาน พ.ศ. ๒๕๓๔ เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

โดย : นายชูเกียรติ ฤทธิอินทรางกูร

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษา : 

(เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ)

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑที่สับปะรดกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่นับว่าเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญอย่างหนึ่งที่นำเงินตราสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก และยังเป็นผู้ผลิตที่ส่งออกได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก การที่ประเทศไทยสามารถผลิตสับปะรดกระป๋องส่งออกได้เป็นจำนวนมากก็เนื่องจากประเทศไทยมีข้อได้เปรียบประเทศคู่แข่งขั้นที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิต ประกอบกับประเทศไทยยังสามารถผลิตสับปะรดสดเพื่อป้อนโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องได้เอง จึงน่าจะได้มีการส่งเสริมให้มีการศึกษาภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋อง เพื่อเป็นแนวทางในการเพาะปลูกสับปะรดให้เพียงพอแก่กำลังการผลิตของโรงงาน

วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อทราบภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อให้ทราบโครงสร้างอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยและเพื่อที่จะได้นำวิธีแก้ไขปัญหาและอุปสรรคไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วิธีการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดมาใช้วิเคราะห์ปริมาณการส่งออกในอนาคตของประเทศไทย กับประเทศญี่ปุ่น และประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2534-2539 ผลของการศึกษาพบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกามีปริมาณการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ประมาณ 7,300,000 กิโลกรัมต่อปี ส่วนประเทศญี่ปุ่นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าไม่มีปัญหาด้านอัตราเงินเพื่อที่รุนแรง ในปลายปีพ.ศ. 2532 จะมีอัตราการนำเข้าเฉลี่ย  
ประมาณ 2,000,000 กิโลกรัมต่อปี ทางด้านราคาส่งออก สหรัฐอเมริกามีราคาส่งออก  
เฉลี่ยประมาณ 13.30 บาทต่อตันที่มีราคาต่ำกว่าเนื่องจากมีบริษัทโคออปซึ่งเป็นบริษัทผลิตสับปะรด  
กระป๋องของสหรัฐอเมริกามาตั้งโรงงานในประเทศไทยผลิต เพื่อส่งออกไปยังประเทศ  
สหรัฐอเมริกา ส่วนในประเทศญี่ปุ่นจะมีราคาอยู่ในช่วง 16.00-19.00 บาทต่อตันที่มีราคาสูง  
ก็เนื่องจากไม่มีบริษัทสาขาอยู่ในประเทศไทย และสับปะรดกระป๋องที่นำเข้า เป็นสินค้า  
เกรดหนึ่ง ในด้านปริมาณการส่งออกควรเน้นหนักในปริมาณการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น  
มากกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งถ้าเปรียบเทียบในปริมาณการส่งออกที่เท่ากัน ประเทศ  
ญี่ปุ่นจะได้ราคาสูงกว่าสหรัฐอเมริกาดังถึง 3 เท่าตัว แต่เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีขั้นตอน  
การนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรซึ่งต้องผ่านขั้นตอนการควบคุมของ JAS (JAPANESE  
AGRICULTURE STANDARD LAW) ซึ่งเข้มงวดมากในการที่จะให้สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร  
ผ่านเข้าไปจำหน่ายในประเทศ และสินค้าที่ส่งเข้าไปในประเทศญี่ปุ่นต้องใช้ตราฮิโตะของ  
ผู้นำเข้าเป็นสำคัญ ดังนั้นในการทำการค้ากับประเทศญี่ปุ่น จำเป็นที่จะต้องเปิดตลาดกับ  
ผู้นำเข้าที่กว้างขวางในตลาดญี่ปุ่นเป็นหลัก ทางด้านสหรัฐอเมริกาก็กระทรวงเกษตร  
(USDA) ทำหน้าที่ตรวจสอบสินค้าเกษตรที่ส่งเข้าไปจำหน่ายในประเทศ จากการพยากรณ์  
การส่งออกมีดังนี้ ประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณการนำเข้าในปีพ.ศ. 2534-2539 ดังนี้  
13,832,146.250 14,593,691.301 15,355,236.353 16,116,781.404  
16,878,326.456 และ 17,639,871.507 กิโลกรัม  
ประเทศอเมริกามีปริมาณการนำเข้าในปี พ.ศ. 2534-2539 ดังนี้  
150,152,386.475 157,889,316.303 165,826,246.131 173,363,175.959  
181,100,105.787 และ 188,837,035.615 กิโลกรัม  
จากผลการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออก นี้จะเป็นแนวทางอย่างหนึ่งในการผลิตสับปะรด  
กระป๋องให้เพียงพอแก่การส่งออกต่างประเทศทั้ง 2 นี้

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้มาถึง แนวทางในการแก้ปัญหาในการส่งออก  
สับปะรดกระป๋อง คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพราะในตลาดทั้งสองแห่งนี้จะเน้นคุณภาพของ  
ผลผลิตเป็นสำคัญ

2. ควรให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์พิจารณา ผลผลิตสับปะรดสดในอนาคต  
เพื่อที่จะให้เกษตรกรผลิตได้ตรงกับความต้องการของโรงงานตลอดจนหาแนวทางพัฒนาพันธุ์  
สับปะรด เพื่อที่จะได้ผลผลิต ที่ตรงกับความต้องการของโรงงานในด้านปริมาณและคุณภาพ

3. ให้กระทรวงการคลังและสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนขยาย  
เวลาการนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อใช้ผลิตกระป๋องสำหรับบรรจุสับปะรด กำหนดให้ส่งออกภายใน  
1 ปี เปลี่ยนเป็นกำหนดให้ส่งออกภายใน 1 ปีครึ่ง เป็นกรณีพิเศษ และให้พิจารณาปรับปรุง  
พิกัดอัตราศุลกากรเกี่ยวกับ แผ่นเหล็กกล้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องให้เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยความกรุณาในการให้คำปรึกษาตลอดจน  
แก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ รวมถึงการให้คำแนะนำจาก อาจารย์เสาวคนธ์ กาญจนะ ซึ่งเป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษพร้อมทั้ง อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทองและรศ.ศิณีศ สัจจ์วิเศษ  
กรรมการพิเศษทั้ง 2 ท่านรวมทั้งอาจารย์ทุกๆ ท่านของภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร น้องๆ  
เพื่อนๆ หน่วยงานต่างๆ ซึ่งได้ช่วยเหลือกรุณาให้ข้อมูลที่จำเป็นในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้  
ด้วย เช่นกรรมการค้ำภายใน กรมส่งเสริมกิจการพาณิชย์ ที่ช่วยเหลือในการหาข้อมูลต่าง ๆ

ผู้เขียนจึงขอขอบพระคุณท่านเหล่านี้ที่ได้ให้ความช่วยเหลือไว้ ณ. ที่นี้ด้วย

นายชูเกียรติ ฤทธิอินทรานุกร

ตุลาคม 2534

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตัวร่าง	(4)
สารบัญภาพ	(6)

บทที่ 1	บทนำ	1
	ความสำคัญของการศึกษา	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
	ขอบเขตการศึกษา	10
	วิธีการศึกษา	11
	การตรวจเอกสาร	13
บทที่ 2	ภาวะการผลิตสับปะรดสด	18
	สภาพทั่วไปของการผลิต	18
	ต้นทุนการผลิตสับปะรด	31
	ราคาสับปะรดสด	33
	วิธีการจำหน่าย	33
	ปัญหาการผลิตสับปะรดสด	36
บทที่ 3	ภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของไทย	38
	ภาวะการผลิตและปริมาณการผลิต	38
	ผู้ผลิตและกำลังการผลิต	38
	กรรมวิธีในการผลิตสับปะรดกระป๋อง	40
	ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋อง	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ปัญหาในการผลิตสับปะรดกระป๋อง	41
ภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย	44
ภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของไทยกับญี่ปุ่น	48
ภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของไทยกับสหรัฐอเมริกา	52
ส่วนผสมทางการตลาดกับการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของไทย	57
ผลิตภัณฑ์	60
ราคา	63
ช่องทางการจัดจำหน่าย	66
การพิจารณาส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	69
การทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างกันและการแบ่งแยกตลาด	70
ระบบช่องทางการจำหน่ายของตลาดต่างประเทศ	71
การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ	71
การส่งเสริมการจัดจำหน่าย	72
งานแสดงสินค้ากับการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง	75
<b>บทที่ 4</b> สรุปและข้อเสนอแนะ	<b>80</b>
สรุปภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย	80
สรุปภาวะการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย	80
สรุปภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย	82
ข้อเสนอแนะ	85
ข้อเสนอแนะในการนำเอาส่วนผสมทางการตลาดมาใช้ในการค้า	
สับปะรดกระป๋องของไทย	88

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
เอกสารอ้างอิง	92
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสับประคกระป๋อง	95
ภาคผนวก ข. ตารางภาคผนวก	107
ภาคผนวก ค. ภาพผนวก	111



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องแยกตามรายประเทศ ปี พ.ศ. 2529-2531	4
2	โครงสร้างต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋อง	5
3	กำลังการผลิตและผลผลิตสับปะรดกระป๋องใน ปี พ.ศ. 2524	6
4	เป้าหมายการผลิต	7
5	ราคาส่งออกขั้นต่ำของสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศต่าง ๆ	8
6	ปริมาณและมูลค่าสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศลูกค้ารายสำคัญ	9
7	ผลผลิตสับปะรดของแต่ละจังหวัดปี พ.ศ. 2533	30
8	พื้นที่การเพาะปลูกและผลผลิตสับปะรด ปี พ.ศ. 2520-2532	32
9	ต้นทุนในการปลูกสับปะรดต่อไร่ในท้องที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	34
10	ราคาสับปะรดเฉลี่ยเป็นรายเดือน ปีพ.ศ. 2527-2531	35
11	กำลังการผลิตและผลผลิตสับปะรดกระป๋องใน ปีพ.ศ. 2531	39
12	ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ปีพ.ศ. 2531	42
13	ปริมาณความต้องการสับปะรดภายในประเทศปี พ.ศ. 2527/2528 -2531/2532	43
14	ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยไปประเทศลูกค้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2523-2532	46
15	ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศลูกค้าที่ สำคัญปี พ.ศ. 2523-2532	47
16	ปริมาณการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2518-2533	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	ปริมาณการนำเข้าสับประดะกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย ปี พ.ศ.2518-2533	54



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	องค์ประกอบซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ในลักษณะแวดล้อมต่าง ๆ ระหว่างประเทศ	59
2	ป้ายฉลากในประเทศญี่ปุ่น	62

## ภาพผนวกที่

1	ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา	111
2	ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปญี่ปุ่น	112
3	ปริมาณค่าพหุการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของญี่ปุ่นและ สหรัฐอเมริกาปี พ.ศ. 2534-2539	113

บทที่ 1

บทนำ

### ความสำคัญของการศึกษา

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา การผลิตเพื่อการส่งออกจึงมักจะเป็นผลผลิตทางด้านการเกษตรที่อยู่ในรูปของวัตถุดิบเป็นส่วนใหญ่ และพัฒนามาเรื่อย ๆ มาจนสามารถแปรรูปวัตถุดิบการเกษตรหลายอย่างเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกสับปะรด เป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่ได้รับการพัฒนาจนมาเป็นอุตสาหกรรมของประเทศ ในปัจจุบันประเทศไทยนับได้ว่าเป็นผู้ผลิตสับปะรดอันดับหนึ่งของโลก ผลิตสับปะรดกระป๋องได้เป็นอันดับที่ 3 ของโลก และสามารถพัฒนาการผลิตสับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้นจนกลายเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ของโลก (ตารางที่ 1) การที่ประเทศไทยสามารถเป็นผู้ผลิตรายสำคัญของโลกได้เนื่องจากต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนักและคุณภาพยังอยู่ในขั้นดี สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ (ตารางที่ 2) เป็นผลทำให้อุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดสูงขึ้นเนื่องจากในปี พ.ศ. 2523 ทางหน่วยงานรัฐบาลขอให้โรงงานขยายการผลิตขึ้นเพิ่มเพื่อรองรับสับปะรดสดที่ออกสู่ตลาดจำนวนมากจนทำให้มีผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งรายในปี พ.ศ. 2524 คือ บริษัท ชะอำไพน์แอปเปิ้ลแคนเนอรี จำกัด ซึ่งเป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานของรัฐซึ่งมีกำลังการผลิตปีละ 5 ล้านหีบ โรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดเพชรบุรี จากจำนวนผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องซึ่งเดิมมีอยู่แล้ว 9 ราย ซึ่งมีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 18.8 ล้านหีบ และจำนวนผู้ผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 14 รายใน ปี พ.ศ. 2525 ซึ่งจะมีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้นเป็น 29.15 ล้านหีบ กำลังการผลิตและผลผลิตสับปะรดกระป๋อง (ตารางที่ 3)

๒ ในปัจจุบันทางราชการได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องโดยมีการกำหนดเขตเศรษฐกิจสับปะรด ซึ่งได้กำหนดนโยบายการพัฒนาไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) และได้กำหนดเป้าหมายการผลิตสับปะรดไว้ดังแสดงไว้ใน (ตารางที่ 4) แนวนโยบายในการพัฒนายังกำหนดรวมถึงการจดทะเบียนผู้ปลูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สืบประรดส่งโรงงานโคชมอบหมาย ให้กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้รับผิดชอบ อย่างไรก็ตามสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรก็ได้กำหนดเป้าหมายการผลิตสืบประรดสดไว้ใน พ.ศ. 2533-2534 ไว้ประมาณ 1.98 ล้านเมตริกตัน จากเนื้อที่การเก็บเกี่ยว 495,000 ไร่ ผลิตสืบประรดระบองได้ประมาณ 327,000 เมตริกตัน กำหนดให้เนื้อที่การเก็บเกี่ยวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3 ต่อปี เมื่อถึงปีพ.ศ. 2536/37 จะมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวประมาณ 540,000 ไร่ ได้ผลผลิตทั้งสิ้นประมาณ 2.16 ล้านเมตริกตัน ผลิตเป็นสืบประรดระบอง ได้ประมาณ 359,000 เมตริกตัน อย่างไรก็ตามทางสำนักเศรษฐกิจการเกษตรคาดคะเน การผลิตสืบประรดของโรงงานปีพ.ศ. 2533 เป็นรายจังหวัด (ตารางที่ 7) ในด้านการ ส่งออกสืบประรดระบองของไทยมีแนวโน้มแจ่มใสการส่งออกขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง สามารถส่งออกได้เกินกว่าระดับปกติถึงเท่าตัวซึ่งราคาส่งออกสืบประรดระบองชนิดต่าง ๆ (ตารางที่ 5) ทางด้านตลาดการส่งออกสืบประรดระบองของประเทศไทย (ตารางที่ 6) จะเห็นได้ว่าประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมันตะวันตก และญี่ปุ่น เป็นลูกค้าที่สำคัญของ ประเทศไทย แต่ในปัจจุบันประเทศเยอรมันตะวันตกได้รวมประเทศกับประเทศเยอรมัน ตะวันออกเป็นประเทศเยอรมัน ทำให้ผู้ส่งออกของประเทศไทยเกิดความไม่แน่ใจใน สถานการณ์การเมือง ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นลูกค้ารายสำคัญที่สุดของไทย ในพ.ศ. 2520 สั่งซื้อสืบประรดระบองจากไทยจำนวน 42,826 เมตริกตัน เพิ่มขึ้นจากพ.ศ.2519 ถึงร้อยละ 47 แต่ในพ.ศ. 2521 สั่งซื้อเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 6 เท่านั้น ทั้งนี้อาจเป็น เพราะความต้องการของตลาดในสหรัฐอเมริกาถึงจุดอิ่มตัว ประกอบกับมีประเทศผู้ผลิต อื่น ๆ เช่น ใต้หวัน มาเลเซีย แอฟริกาใต้ และไอร์แลนด์ ต่างพยายามแข่งขันขยาย ตลาดในสหรัฐมากขึ้น ที่สำคัญสหรัฐยังคงนำสืบประรดระบองเข้าจากฟิลิปปินส์มากเป็นอันดับ หนึ่งกล่าวคือ นำเข้าถึงร้อยละ 50 ของปริมาณที่นำเข้าทั้งหมด และรองลงมานำเข้าจาก ไทยร้อยละ 23 แต่ในปัจจุบันประเทศฟิลิปปินส์มีการรัฐประหารทำให้เกิดความไม่แน่นอน ในสถานการณ์ ประเทศสหรัฐจึงเพิ่มการนำเข้าสืบประรดระบองจากประเทศไทยมากเป็น อันดับหนึ่ง ส่วนทางด้าน การนำเข้าของประเทศไทย สืบประรดระบองของประเทศไทยไป ยังประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในพ.ศ.2521 นำเข้าจำนวน 6,566 เมตริกตัน เทียบกับ 4,809 เมตริกตัน ใน พ.ศ.2520 มีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 37 ประกอบกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศญี่ปุ่นขยายโควตาสับปะรดกระป๋องนำเข้าทุกปี คาดว่าจะทำให้ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยในตลาดนี้เพิ่มขึ้น การที่ความต้องการของตลาดโลกมีค่าสูงขึ้นทุกปี จากสถิติที่กล่าวมาและทางราชการก็ได้มีการส่งเสริมในด้านผลผลิตและพื้นที่การเพาะปลูก หมายถึง ทางราชการได้เล็งเห็นความสำคัญของสับปะรดกระป๋องว่าเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้มหาศาลเข้าสู่ประเทศไทยน่าจะมีการส่งเสริมทางด้านการจัดหาตลาด และทางด้านส่งเสริมการลงทุนและควรให้มีการศึกษาทางด้านการผลิต และทางด้านการค้าสับปะรดกระป๋องกับทางด้านตลาดต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทาง การเพาะปลูกสับปะรดในปริมาณที่พอเหมาะแก่โรงงานที่จะนำไปผลิตสับปะรดกระป๋อง เพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการของตลาดโลก

#### วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อให้ทราบภาวะการผลิต และการค้าสับปะรดกระป๋องของไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2518-2532 และแนวโน้มในอนาคต 6 ปี
2. เพื่อให้ทราบลักษณะโครงสร้างการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย
3. เพื่อที่จะนำวิธีการแก้ไขปัญหาลุप्तสรคและปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นไปใช้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

**ตารางที่ 1 ปริมาณการส่งออกสับปรดกระป๋องแยกตามรายประเทศปี พ.ศ. 2529-2531**

(หน่วย : ตัน)

ประเทศ	พ.ศ.				
	2527	2528	2528	2530	2531
ไทย	186,276	192,764	225,805	259,805	341,871
ฟิลิปปินส์	170,940	185,059	172,112	183,725	182,805
แอฟริกาใต้	28,055	32,764	48,300	55,300	49,200
เคนยา	50,216	44,484	44,644	42,977	41,050
มาเลเซีย	34,987	34,273	45,363	41,297	38,177
อินโดนีเซีย	16,415	17,462	18,979	26,949	27,482
จีน	25,613	24,849	16,365	35,589	25,000

ที่มา : (FAO, 1989)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 2 โครงสร้างต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋อง**

รายการ	พ.ศ.	
	2524	2525
1 มูลค่าของวัตถุดิบ	66.3	66.2
2 เงินเดือนและค่าจ้าง	8.0	8.0
3 มูลค่าพลังงาน	3.4	4.2
4 ดอกเบี้ยเงินกู้	11.2	11.3
5 อื่น ๆ	11.1	10.3
รวม	100.0	100.0

ที่มา : ( กรมศุลกากร, 2525)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 3** กำลังการผลิตและผลผลิตสับปะรดกระป๋องในปี พ.ศ. 2524

บริษัท	กำลังการผลิต (ล้านหีบ)	ผลผลิตคิดเป็นร้อยละ ของกำลังผลิต
1. บริษัทอุตสาหกรรมสับปะรดไทยกระป๋อง จำกัด	3.5	78
2. บริษัทผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	1.7	88
3. บริษัทโกล (ประเทศไทย) จำกัด	2.8	75 *
4. บริษัทอาหารสากล จำกัด**	0.8	-
5. บริษัททรอปิคอลฟรุทแอนด์เวจเจตเตเบิล จำกัด	0.4	75 *
6. บริษัทอาหารสยาม จำกัด	2.2	73 *
7. บริษัทสับปะรดไทย จำกัด	1.5	100
8. บริษัทสยามอุตสาหกรรม-การเกษตร (สับปะรด) จำกัด	0.9	77
9. บริษัทชะอำไพน์แอปเปิ้ลแคนเนอรัวี่ จำกัด	5.0	4
รวม	18.8	56

\* หมายถึง (ประมาณการ)

\*\* หมายถึง (บริษัท หันไปผลิตผลไม้ชนิดอื่นเพราะสับปะรดมีน้อย)

ที่มา : (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2525)

**ตารางที่ 4 เป้าหมายการผลิต**

พ.ศ.	จำนวนพื้นที่ (แสนไร่)	ผลผลิตรวม (ล้านตัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)
2530	5.08	1.78	3.5
2531	4.92	1.87	3.8
2532	4.92	1.97	4.0
2533	4.88	2.05	4.88
2534	4.88	2.09	4.88

ที่มา : (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2528)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 5** ราคาส่งออกขั้นต่ำของสับประดกระป๋องไปยังประเทศต่าง ๆ

หน่วย : ดอลลาร์

ชนิด	ขนาด				
	8 ออนซ์	15 ออนซ์	20 ออนซ์	30 ออนซ์	108 ออนซ์
1. ชนิดแว่น(slices)	4.25	6.20	7.50	10.55	10.50
2. ชนิดคละ(pieces)	3.40	5.50	6.50	8.80	8.35
3. ชนิดบดละเอียด(crushed)	3.40	5.50	6.50	8.80	8.50
4. ชนิด(chunk)	4.25	6.20	7.50	10.55	10.50
5. ชนิด (tidbits)	4.00	5.80	7.00	10.00	10.40

**หมายเหตุ** สับประดกระป๋องทุกชนิดที่มีขนาด 8,15,20 และ 30 ออนซ์ 1 ทับ

มี 24 กระป๋อง ยกเว้นขนาด 108 ออนซ์ 1 ทับ มี 6 กระป๋อง

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2528)

**ตารางที่ 6 ปริมาณและมูลค่าสินประคระป้องส่งออกไปประเทศคู่ค้ารายสำคัญ**

ประเทศ	พ.ศ. 2530		พ.ศ. 2531		พ.ศ. 2532	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (บาท)
สหรัฐอเมริกา	127,021.40	1,829.47	139,472.36	1,868.20	143,766.96	1,814.19
เยอรมันตะวันตก	38,456.86	484.99	55,764.26	722.25	43,631.25	511.28
ฝรั่งเศส	12,375.02	160.09	21,044.69	260.49	25,276.65	287.82
แคนาดา	1,767.03	252.16	20,366.10	275.59	22,745.37	273.89
สเปน	5,234.26	748.75	16,547.15	248.44	9,360.39	131.65
เนเธอร์แลนด์	7,888.14	1,041.85	14,310.92	186.11	16,513.39	195.91
อังกฤษ	9,769.86	1,587.19	12,202.32	187.41	9,571.98	36.53
อิตาลี	4,083.84	588.13	8,174.04	120.46	8,812.42	112.25
ญี่ปุ่น	7,573.36	145.63	7,903.51	162.23	9,400.12	205.66
<b>รวม</b>	<b>2,141,69.77</b>	<b>6,838.26</b>	<b>295,785.35</b>	<b>4,031.18</b>	<b>289,078.53</b>	<b>3,569.18</b>

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532)

๑๒๙๔๗๒๓๖๖  
๑๙๙๗

๑๒๖๘๑๑๑๙๓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงภาวะการผลิตและการตลาดในการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2518-2532 และแนวโน้มในอนาคต 6 ปี

2. ทำให้ทราบถึงลักษณะโครงสร้างผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

3. ทำให้ทราบถึงวิธีการแก้ไขอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

### ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องนี้ ได้ศึกษาถึงโครงสร้างของการผลิตและการค้า การศึกษาค้างนี้จะเน้นหนักเฉพาะสับปะรดกระป๋องที่ประเทศไทยผลิตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาญี่ปุ่นตั้งแต่พ.ศ. 2518-2532 เพราะเป็นลูกค้าที่สำคัญของประเทศไทย ในการศึกษาภาวะการผลิต และการค้าสับปะรดกระป๋อง ครั้งนี้ได้ศึกษารวมไปถึงส่วนผสมทางการตลาดได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย มาใช้ควบคู่กับการผลิต และการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยด้วย

## วิธีการศึกษา

### 1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (PRIMARY DATA) ทางด้านการผลิตได้มาโดยตรงจาก บริษัทสยามอุตสาหกรรมเกษตร

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (SECONDARY DATA) แบบอนุกรมเวลาตั้งแต่พ.ศ.(2517-2532) เวลาซึ่งรวบรวมจาก เอกสารและผลการวิจัยต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานของทางราชการ เช่น กรมศุลกากร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ตลอดจนวารสารต่าง ๆ เช่น วารสารผู้ส่งออก เอกสารจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น เอกสารจากธนาคารกสิกรไทย หนังสือพิมพ์ บทความ และบทวิจารณ์ต่าง ๆ

### 2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ในการศึกษาภาวะการผลิต และการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา โดยอาศัยตารางและแผนภาพประกอบ เพื่อให้ทราบถึงภาวะการผลิตและการตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

2. ในการศึกษาลักษณะโครงสร้างของอุตสาหกรรมการผลิตโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากบริษัทสยามอุตสาหกรรมเกษตร มาศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิประกอบ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการผลิตสับปะรดกระป๋อง

3. เพื่อคาดคะเนแนวโน้มการส่งออกในอนาคตจึงต้องมีการใช้การคำนวณทางด้านอนุกรมเวลามาในการวิเคราะห์โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด เพราะเป็นวิธีการคำนวณเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หาค่าที่นิยมใช้ โดยมีสมการดังนี้

$$y = a+bx$$

โดยมีค่า  $y$  = แทนค่าข้อมูลในอนุกรมเวลา

$x$  = เป็นตัวเลขแทนเวลา โดยมีค่าเป็น ปีโดยกำหนดตัวเลขขึ้นให้ผลรวมของ

$$x \text{ มีค่า} = 0$$

จากสมการของ trend  $y = a+bx$

มี normal equation ดังนี้

$$\Sigma y = na + b\Sigma x \quad (1)$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2 \quad (2)$$

ซึ่งเมื่อให้ค่า  $\Sigma x = 0$  แล้ว normal equation สามารถเขียนใหม่ได้ดังนี้

$$\Sigma y = na \quad (3)$$

$$\Sigma xy = b\Sigma x^2 \quad (4)$$

จาก สมการ (3) นำมาเขียนใหม่  $a = \Sigma y/n$

จาก สมการ (4) นำมาเขียนใหม่  $b = \Sigma xy/\Sigma x^2$

สำหรับตัวเลข ( $x$ ) ที่ใช้ศึกษานั้นแทนเวลาที่เป็นปี

ในกรณีศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูล ตั้งแต่(พ.ศ.2518-2532) จึงให้ปี พ.ศ.2515 มีค่า = 0

ดัง ตัวอย่าง

ปี พ.ศ.

	2523	2524	2525	2526	2527
--	------	------	------	------	------

y	10	11	15	18	45
---	----	----	----	----	----

x	-2	-1	0	1	2
---	----	----	---	---	---

หมายเหตุ : (ตัวเลขสมมติ)

#### การตรวจเอกสาร

สุภาพธรรม หาญเทพินทร์ (2521) ได้รายงานผลการศึกษากการสั่งสับประรดสด และสับประรดกระป๋องออกไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น ได้ศึกษาและรายงานผลการปลูกสับประรดของประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2514 เป็นต้นมา ปรากฏว่าทั้งเนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง เช่น ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี และลำปาง เป็นต้นพบว่าเนื้อที่เพาะปลูก และผลผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้น อาจพิจารณาได้ว่าความต้องการสับประรดสดเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับป้อนโรงงานอุตสาหกรรมมีมากขึ้น และในแต่ละปีมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ปีละ 300,000 เมตริกตัน และในขณะนี้โรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่นิยมทำไร่สับประรดเพื่อป้อนโรงงานเป็นส่วนประกอบตามรายงานเรื่อง การวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย พ.ศ. (2520 - 2524 ) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้พิจารณา เรื่องมูลค่าเพิ่มคือ มูลค่าของสินค้านั้น ๆ ไม่นับรวมเอามูลค่าของสินค้านำเข้าผลิตอื่น ๆ เข้าไว้ด้วย และได้คำนวณมูลค่าเพิ่มของสับประรดกระป๋องไว้ดังนี้ "อุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ปีหนึ่งๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่น้อยคือใน พ.ศ.2515 มีมูลค่าเพิ่ม 32.2 ล้านบาท ในพ.ศ. 2516 มีมูลค่าเพิ่ม 50.00 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มถึง ร้อยละ 50.6 ต่อมาในปีพ.ศ. 2518 มีมูลค่าเพิ่มประมาณ 157.3 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มจาก พ.ศ. 2516 ถึงร้อยละ 214.6 แสดงว่ามูลค่าเพิ่มจะเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนไม่น้อยในปีต่อ ๆ ไปโดยพิจารณาจาก ผลผลิตและมูลค่าการส่งออก การที่มีมูลค่าเพิ่มเช่นนี้ย่อมจะทำให้ประเทศมีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีกด้วย เมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกสินค้าไป

กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2522) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ทำการศึกษาภาวะการค้าสินค้าเกษตรระบอบ ของประเทศไทยกับประเทศกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เพื่อจะได้ทราบถึงภาวะการส่งออก การตลาด การแข่งขัน และปัญหาการส่งออกสินค้าเกษตรระบอบของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรปยังนำเข้าสินค้าเกษตรระบอบจากประเทศต่าง ๆ ค่อนข้างน้อย เนื่องจากเกิดภาวะเงินเฟ้อและค่าครองชีพสูง ดังนั้น การค้าสินค้าเกษตรระบอบกับภูมิภาคนี้ควรคำนึงถึงระดับราคาที่เหมาะสม และควรศึกษาความต้องการของตลาดแต่ละประเทศ และได้เสนอแนะว่าควรหาทางขยายตลาดสินค้าเกษตรระบอบไปยังประเทศอื่น ๆ เช่น สหราชอาณาจักร ซึ่งมีการนำเข้าไม่มากนักโดยควรศึกษา ลักษณะความต้องการ ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้สินค้าเกษตรระบอบของประเทศไทยไม่เป็นที่นิยม

ฝ่ายวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย (2525) ได้สรุปไว้ในหนังสือ ภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรมปี (2525) กล่าวถึงการเพาะปลูกสินค้าเกษตรเพื่อส่ง โรงงานอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรระบอบ ในระยะปลายปี 2524 มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอแก่ความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรระบอบการขาดแคลนผลผลิตสินค้าเกษตรเมื่อส่งโรงงานอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรระบอบเกิดจาก บริษัทชะอำไพน์แอปเปิ้ล แคนเนอร์รี่ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด และเพิ่งจะเปิดดำเนินการได้ ในปลาย ปี พ.ศ. ๒๕๒๔ ได้ขยายการผลิตเพิ่มขึ้นจำนวนมาก และเนื่องจากผู้ผลิตประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และต้องรับซื้อสับปะรดสดในราคาที่สูงถึง 1.8 บาท เทียบเฉลี่ยกับกิโลกรัมละ 0.60 ในเดือนกรกฎาคม ทำให้ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋อง สูงมาก จนโรงงานบางแห่ง ถึงกับต้องหยุดการผลิตในช่วงนี้และเจรจาขอเลื่อนการส่งมอบสินค้ากับผู้ซื้อออกไป

กรมวิชาการเกษตรกรรมและกรมส่งเสริมการเกษตร (2529) ได้ศึกษาถึง การตลาดของสับปะรดกระป๋องในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ว่า อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องในอดีตที่ผ่านมามีการผลิตที่ขาดการวางแผนที่ดีจึงทำให้เกิดปัญหานานาประการโดยเฉพาะในระยะหลัง ๆ มีการขยายตัวทางด้าน การผลิตสับปะรดกระป๋องเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบ จนกระทั่งในปัจจุบันทางโรงงานอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง ได้มีการเพาะปลูกสับปะรด เองเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบป้อนโรงงาน ทั้งนี้ในปัจจุบันผลผลิตที่เกษตรกรผลิตได้มีมากมาย จนโรงงานไม่มีกำลังจะรับผลผลิตได้อยู่ประจำ แต่ก็เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการขาด แคลนผลผลิต ก็จำเป็นต้องมีการสำรองวัตถุดิบนอกฤดูกาล เมื่อพิจารณาแล้วควรมี การร่วมมือกันทุกฝ่าย ทั้งรัฐบาล เอกชน เกษตรกร ให้มีการดำเนินการด้านตลาด เพื่อ ผลผลิตที่พอเหมาะเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมด้านราคา และทำให้สามารถทราบปริมาณ ความต้องการวัตถุดิบของโรงงาน จึงควรมีมาตรการมารับแผนการผลิตอุตสาหกรรม สับปะรดกระป๋องให้มีประสิทธิภาพ

เอกวุฒิ สหสาขา (2531) ได้ทำการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการส่งออก ผลิตภัณฑ์สับปะรดในประเทศไทย โดยศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การตลาด การ วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดและปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ สับปะรดของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ผลการวิเคราะห์พบว่า การขยายตลาด ผลิตภัณฑ์สับปะรดในสหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และซาอุดี- อาระเบีย มีค่าร้อยละ 22.25 -6.29 -114.29 -19.60 -40.16 และ 347.28 ของการเปลี่ยนแปลงตลาดทั้งหมดตามลำดับ ส่วนการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ สับปะรดของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ปริมาณการผลิตและการส่งออกของประเทศไทย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก และปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกของประเทศไทยไปยังแคนาดา คือ ปริมาณผลผลิตภายในประเทศ และ ราคาส่งออกของประเทศไทย

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2531) ได้ศึกษาตลาดสับปะรดกระป๋องของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อจะได้ทราบถึงภาวะการส่งออก การตลาด การแข่งขัน และปัญหาในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกา ผลของการศึกษาพบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2525 - 2529 สหรัฐอเมริกานำเข้าสับปะรดกระป๋องมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 ต่อปี ในขณะที่ปริมาณนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ ๖.๖ ต่อปี ส่วนแบ่งการตลาดของผู้นำเข้าเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 49.7 ในปี พ.ศ. 2525 เป็นร้อยละ 57.1 ในปี พ.ศ. 2529 ในด้านมูลค่า และเพิ่มจากร้อยละ 55.6 ในปี พ.ศ. 2525 เป็นร้อยละ 62.9 ในปี พ.ศ. 2529 ในด้านปริมาณ ส่วนการแข่งขันปรากฏว่าประเทศไทยเป็นผู้ขายสับปะรดกระป๋องที่สามารถแข่งขันได้ดีในสหรัฐอเมริกา และคาดว่าจะขยายตัวต่อไปอีก เนื่องจากผู้ขายจากประเทศไทยสามารถขายสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้ในราคาถูก

สมชัย รักษธรรมกิจ วารสารเศรษฐกิจ การพาณิชย์ ปีที่ 21 ฉบับ 220 (2533) ได้กล่าวถึง สถานการณ์ทางการตลาดของสับปะรดกระป๋อง ว่ายังคงขยายตัวต่อจากปี 2531 ประมาณ ร้อยละ 5 ประกอบกับราคาสับปะรดกระป๋องในตลาดโลกลดต่ำลง ผู้บริโภค จึงหันมาบริโภคเพิ่มขึ้น ประกอบกับอุปทานสับปะรดกระป๋องเพิ่มมากขึ้นมี การแข่งขันตัดราคากันอย่างรุนแรง ส่งผลให้ราคาสับปะรดกระป๋อง โดยเฉลี่ยของตลาดโลกอ่อนตัวลงมาก ทางด้านการส่งออกคาดว่าจะขยายตัวในอัตราที่ค่อนข้างสูง ประมาณร้อยละ 13 ซึ่งเป็นผลมาจากความไม่สงบในประเทศฟิลิปปินส์ คู่แข่งที่สำคัญของไทยรวมทั้งการผ่อนคลายการกีดกัน ทางด้านการค้าของประเทศคู่ค้าบางประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี ได้ประกาศยกเลิกการนำเข้าสับปะรดกระป๋อง จากต่างประเทศ เริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2533 และญี่ปุ่นจะยกเลิกควบคุมการนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากต่างประเทศ ตั้งแต่เดือนเมษายน 2533 เป็นต้นไป สำหรับแนว-  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มทางด้านราคา จะเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น ทั้งราคาของโรงงานและราคาที่  
 เกษตรกรจะได้รับเพราะผลผลิตสับปะรดจะลดลง ประกอบกับผลดีที่ ประเทศไทยจะ  
 ได้รับจากเหตุการณ์ความไม่สงบภายในของประเทศฟิลิปปินส์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เฉพาะที่รศศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### ภาวะการผลิตสับปะรดสด

#### สภาพทั่วไปของการผลิต

##### พันธุ์สับปะรด

สับปะรด (Pineapple) เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยวอยู่ในตระกูลโบรมีเลียเซีย (Bromeliaceae) มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า อนานัสคอมโมซิส (Ananas comosus (L.) Merr.) นอกจากนี้สับปะรดยังมีชื่อต่าง ๆ กันออกไป เช่น มะระชนิด ฮานิด มาเมือง (เขมร) เป็นพืชพื้นเมืองของอเมริกาใต้ แหล่งเดิมเข้าใจว่าอยู่ในประเทศบราซิล และแพร่พันธุ์เข้ามาในฮาวาย โดยนักเดินเรือชาวสเปนและปอร์ตุเกศ มากนั้นถูกนำเข้ามาในทวีปเอเชียทางฟิลิปปินส์ ใต้หวัน มลายู และไทย ราวพ.ศ. 2193 (ค.ศ. 1650) สับปะรดเป็นพืชล้มลุกที่ปลูกง่าย ขึ้นได้ในดินแทบทุกชนิด แต่ธรรมดาแล้วชอบดินร่วนปนทรายและค่อนข้างเป็นกรด จึงสามารถปลูกได้ทุกภาคของประเทศ แม้ในสภาพดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำหรือแห้งแล้งก็ตาม ทำให้เกษตรกรหันมาปลูกสับปะรดกันมากขึ้น

##### ส่วนประกอบของสับปะรด

สับปะรดจัดเป็นพืชล้มลุกถาวรพวกไม้เนื้ออ่อน เช่นเดียวกับกล้วย สับปะรดเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญทางธุรกิจอีกชนิดหนึ่ง มีลักษณะพิเศษอีกอย่างหนึ่งคือที่บริเวณชอกใบสามารถที่จะกักเก็บน้ำเอาไว้ได้ ทำให้สับปะรดทนต่อช่วงที่แห้งแล้งได้ดีกว่าพืชอื่น ๆ หลายชนิด สับปะรดมีส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนี้คือ

ส่วนประกอบของสับปะรดพอจะจำแนกได้ดังนี้คือ

1. ลำต้น ลำต้นของสีปุดจะมีลักษณะคล้ายตะบองสูงประมาณ 2-4 ฟุต ไม่มีกิ่งก้านมีกาบใบหุ้ม เวียนรอบลำต้นทำให้เกิดเป็นข้อปล้องจะมีความยาวแต่ละข้อประมาณ 1-6 เซนติเมตร ข้อที่ยาวที่สุดจะอยู่ตรงกลางของลำต้น บริเวณส่วนข้อของลำต้นเหนือโคนใบจะมีตาโผล่ขึ้นมา ซึ่งต่อไปจะเจริญไปเป็นหน่อและรากต่อไป ที่โคนของลำจะมีรากออกมาหนาแน่น

2. ใบ ใบของสีปุดมีลักษณะเรียวยาวแหลมห่อเป็นร่องคล้ายรางน้ำบริเวณผิวใบด้านบนมีพวกโปร่งแสงเคลือบอยู่ ขอบใบของสีปุดตามปกติจะมีหนามซึ่งก็แล้วแต่พันธุ์ บางพันธุ์อาจมีมากอาจมีน้อย บางพันธุ์อาจไม่มีเอาเลย ที่ปลายใบของสีปุดจะแหลมตั้งภายในใบจะมีเส้นใยละเอียดเห็นดีมาก สามารถที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง ผิวด้านล่างของใบมีลักษณะเป็นร่องเล็ก ๆ ยาวตลอดใบ และปากใบซึ่งทำหน้าที่คายน้ำก็จะอยู่บริเวณนี้ อีกด้วย เวลาที่แสงแดดส่องมาที่ใบทำให้สีปุดคายน้ำได้น้อยลง

3. ดอก ดอกของสีปุดจะเกิดบริเวณตอนปลายของลำต้น มีข้อดอกที่อัดกันแน่นเป็นกระจุก แต่ละดอกจะมีสีแดงปนม่วง ดอกของสีปุดจะบานในตอนเช้าและเหี่ยวในตอนเย็นการบานของดอกจะบานจากโคนไปหาปลาย

4. ผล ผลของสีปุดมีรูปร่างคล้ายกระบองตอนล่างของผลอาจมีหน่อเล็กๆ เรียกว่า ตะเกียงบริเวณตอนบนของผลอาจมีจุกซึ่งประกอบไปด้วยใบสั้นๆอัดกันแน่นอาจจะมีหน่อเล็กๆ ออกมาข้างหน่อนี้เรียกว่า จุกตะเกียง ตะเกียงและจุกตะเกียงในสีปุดบางพันธุ์อาจไม่มีระยะที่ผลแก่ แบ่งที่เก็บไว้แฉกจะเปลี่ยนเป็นน้ำตาล การเปลี่ยนแปลงจะค่อยๆ ชยาเข้าไปด้านข้างทำให้สีปุดมีรสชาติหวานขึ้น ผลสีปุดจัดเป็นผลรวมที่เกิดจากการเชื่อมติดกันของผลย่อย ประมาณ 100-200 ผลรวมกันเป็นเนื้อเดียวกัน ผลสีปุดโดยทั่วไปจะมีน้ำหนักประมาณ 2.2 กิโลกรัม

5. ก้านผล ก้านผลจะเชื่อมติดกับส่วนบนของลำต้น มีหน้าที่พยุงผลซึ่งมีใบเล็ก ๆ ติดอยู่ที่ก้านผลจะมีตาเล็กพักตัวอยู่ที่สภาพแวดล้อมเหมาะสม ก็จะพัฒนาไปเป็นตะเกียงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีของก้านผลปกติจะมีสีเขียว เมื่อถึงระยะผลแก่ก้านผลจะเหี่ยวเป็นแนวขาว

6. จุก จุกเป็นส่วนที่ใช้ในการขยายพันธุ์คล้ายหน่อ มีลักษณะคล้ายฝักชี้ว่า เกิดตรงส่วนบนของผลถ้าหากนำเอาจุกไปขยายพันธุ์ก็จะให้ผลกินเวลาประมาณ 22-24 เดือน แต่สับปะรดบางพันธุ์อาจจะมีหน่อเล็กแตกออกมาจากโคนจุก เราเรียกว่า ตะเกียง หรือจุกย่อย

7. ตะเกียง ตะเกียงคือหน่อที่เกิดมาจากตาบนก้านผลมีลักษณะแตกต่างกันออกไปตามความสมบูรณ์ ตะเกียงสามารถใช้ประโยชน์ในการขยายพันธุ์ได้ ถ้าหากสับปะรดมีตะเกียงเกิดที่ก้านผลไม่เกิน 4 อันถือว่าเป็นสับปะรดที่ดี สามารถนำไปใช้ทำพันธุ์ได้

8. หน่อ ในการที่จะขยายพันธุ์สับปะรดส่วนที่นิยมใช้กันมากคือหน่อในการเรียกหน่อ แต่ละชนิดจะเรียกตามที่เกิดเช่นถ้าหน่อที่เกิดจากตาในบริเวณจุดเชื่อมระหว่างก้านผลกับลำต้น เรียกว่าหน่ออ้อมลูกปกติจะมีประมาณ 2-3 หน่อ ถ้าเป็นหน่อที่เกิดจากตาบนลำต้น เรียกว่า หน่อข้าง ใช้ในการขยายพันธุ์ได้ดี และยังมีหน่ออีกชนิดคือ หน่อดิน เกิดจากลำต้นใต้ดิน หน่อชนิดนี้มีจำนวนน้อย มีรูปร่างเล็กเรียว แต่ละใบของหน่อดินจะยาวกว่าหน่อข้าง

9. ราก สับปะรดจะมีรากอยู่ 2 ประเภท คือรากดินซึ่งจะแทงออกมาจากลำต้นแลแผ่ขยายลงในดิน อาจจะมีควมกว้างถึง 1-2 เมตร และลึกประมาณ 85 ซม. ทำหน้าที่หาอาหารและยึดเหนี่ยวไม่ให้ลำต้นล้ม และรากอีกชนิดคือ เกิดจากลำต้นที่อยู่เหนือดินขึ้นไปโดยรากเหล่านี้ จะไปชดอยู่ตามโคนใบ หรืออาจจะพันอยู่รอบ ๆ ลำต้น สำหรับรากโคนใบอยู่ตามโคนใบที่แก่อยู่ใกล้บริเวณผิวดินจะแทงลงไปดิน เมื่อใบส่วนที่โคนต้นแก่หลุดร่วงไปรากของสับปะรดจะเป็นระบบรากฝอย

### การขยายพันธุ์สับปะรด

สับปะรดมีส่วนต่างๆที่สามารถนำไปขยายพันธุ์ได้เช่นจุก ตะเกียง หรือหน่อแม่ แต่การใช้เมล็ดก็อาจทำได้ แต่การใช้เมล็ดในการเพาะปลูกกว่าจะให้ผลกินเวลานานกว่า การขยายพันธุ์ด้วยส่วนอื่น ๆ จึงไม่เหมาะที่จะนำมาขยายพันธุ์ นอกจากนำไปปลูกเพื่อใช้ในการผสมพันธุ์เพื่อให้เกิดพันธุ์ใหม่ขึ้นมา การขยายพันธุ์จึงนิยมที่จะใช้ส่วนต่าง ๆ เช่น

**หน่อ** เกิดจากจากลำต้นทั้งส่วนที่อยู่เหนือดิน และใต้ดินสามารถที่จะเจริญเติบโตได้โดยอิสระจากต้นเดิม ก็ต่อเมื่อรากได้แทงลงไปดินแล้ว หน่อใต้ดินส่วนมากชาวไร่ที่ปลูกสับปะรดจะปล่อยให้เจริญเติบโตต่อไปแทนต้นเดิมที่ได้เก็บผลไปแล้ว ส่วนหน่อข้างนั้นชาวไร่มักจะหักย้ายไปปลูกเป็นหน่อพันธุ์ต่อไป หน่อข้างที่ใช้ในการขยายพันธุ์ควรมีน้ำหนักตั้งแต่ 0.5-1.00 กิโลกรัม เมื่อนำหน่อข้างไปปลูกจะใช้เวลาประมาณ 16-18 เดือน จึงสามารถที่จะเก็บผลได้

**ตะเกียง** คือหน่อที่เกิดมาจากตาบนก้านผล มีลักษณะแตกต่างกันออกไปตามความสมบูรณ์ตะเกียง สามารถที่จะใช้ประโยชน์ในการขยายพันธุ์ได้ โดยทั่วไปตะเกียงจะมีน้ำหนักเฉลี่ยประมาณ 0.3-0.5 กิโลกรัมในการปลูกโดยใช้ตะเกียงจะกินเวลาประมาณ 18-20 เดือนถึงจะทำการเก็บเกี่ยวได้

**จุก** เป็นกลุ่มใบที่แทงออกมาอยู่บนยอดของสับปะรดหลังจากที่ดอกโรยไปแล้ว ซึ่งจุกนี้สามารถนำไปปลูกได้โดยทั่วไปจุกจะมีน้ำหนักเฉลี่ยประมาณ 0.075-0.2 กิโลกรัม แต่เมื่อนำเอาไปปลูกจะได้ผลช้ากว่าหน่อประมาณ 4-6 คือจะใช้เวลาทั้งสิ้นประมาณ 21- 23 เดือน

นอกจากการขยายพันธุ์โดยใช้ทั้ง 3 ส่วนนี้ แล้วยังมีอีกส่วนหนึ่งที่เราเรียกว่า

ตะเกียง ที่จุกส่วนนี้ก็สามารถที่จะขยายพันธุ์ได้โดยที่จะให้ผลหลังจากปลูกแล้วประมาณ 18-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อื่นๆหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [www.doe.go.th](http://www.doe.go.th) หรือติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร. 0-2-646-0000

**ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง**

20 เดือนแต่ยังมีอีกส่วนก็คือ ลำต้น ก็สามารถที่จะใช้ขยายพันธุ์ได้เช่นกัน โดยจะตัดเป็นแว่น ๆ หนาประมาณ 2 เซนติเมตร แล้วก็นำไปชำในที่ที่ขึ้น ตาจะเจริญขึ้นมาเป็นหน่อ แล้วจึงนำไป ชำให้มีขนาดพอเหมาะจึงแยกนำไปปลูกต่อไป การใช้น้ำของลำต้นปลูกจะใช้เวลา 2 ปี ถึงจะเก็บเกี่ยวได้

### สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการปลูกสับปะรด

ดิน สับปะรด สามารถปลูกในดินได้ทุกประเภทไม่ว่าดินร่วนดินร่วนปนทราย แต่ต้องเป็นที่มีสภาพลาดเท เช่นที่ลาดเชิงเขาหรือเนินเขาโดยมีค่า pH ประมาณ 4.5-5.5 ถ้า pH มีค่าสูง หรือว่าต่ำกว่านี้จะทำให้ผลผลิต และคุณภาพผลผลิตของสับปะรดไม่ดีเท่าที่ควร ในดินเหนียวก็สามารถปลูกได้เช่นกันแต่ต้องทำการร่อง เพื่อป้องกันการน้ำท่วมหรือน้ำขัง

ปริมาณน้ำฝน ถึงแม้ว่าสับปะรดจะเป็นพืชที่ทนต่อความแห้งแล้งได้ดีก็ตามแต่การที่ขาดน้ำนาน ๆ จะทำให้สับปะรดมีคุณภาพไม่ดี ดังนั้นจึงควรเลือกพื้นที่ที่มีปริมาณน้ำฝนอยู่ระหว่าง 1,000-1,500 มิลลิเมตรต่อปี หากพื้นที่มีฝนตกอาจจะใช้ฟางข้าว หรือเศษหญ้าคลุมดินเพื่อรักษาความชื้นไว้

อุณหภูมิ ในการปลูกสับปะรดจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะปลูกกันแถวชายทะเลหรือตามเกาะต่าง ๆ ไม่ว่าจะในประเทศไทยหรือต่างประเทศก็ตาม ทั้งนี้เพราะในบริเวณดังกล่าวจะ มีการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ และความชื้นน้อยกว่าพื้นที่ที่อยู่ไกลทะเล สำหรับอุณหภูมิที่เหมาะสมแก่การปลูกสับปะรดจะอยู่ระหว่าง 22-32 องศาเซลเซียส

### การเพาะปลูกและบำรุงรักษา

ในการเพาะปลูกปัจจุบันจะใช้รถแทรกเตอร์ในการไถโดยจะไถลงไปดินให้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลึกประมาณ 25-30 เซนติเมตร แล้วจึงปรับหน้าดินให้สม่ำเสมอไม่ให้มีน้ำขังอยู่ แต่ถ้าในบริเวณนั้นมีลักษณะของดินค่อนข้างเหนียวแล้ว ควรขร่่องเพื่อให้ระบายน้ำได้สะดวกเมื่อมีฝนตกชุก

### การเตรียมหน่อ

ภายหลังที่เตรียมดินสำหรับรับการปลูกลูกสับปะรดแล้ว ชาวไร่จะนำหน่อสับปะรดไปจุ่มยาฆ่าเชื้อราก่อนเพื่อป้องกันโรคโคนเน่า แล้วจึงนำไปฝังแดดทิ้งไว้ 5-10 วันเพื่อให้หน่อหรือจุกเหี่ยวเสียก่อน ซึ่งชาวไร่เห็นว่าหน่อจะเน่าตายกว่าการปลุกด้วยหน่อสด และยังตั้งตัวได้เร็วกว่าด้วยวิธีการฝังหน่อ ก่อนการปลุกนี้อาจจะมีผลทำให้เนื้อเยื่อแก่ขึ้นและเกิดตุ่มราก พร้อมทั้งจะเจริญออกมา และยังช่วยทำให้ผลแห้ง โอกาสที่จะเป็นโรคโคนเน่าได้น้อยกว่า และยังเป็นการเก็บหน่อที่ปลุกไม่ทัน ให้มีเวลาทะยอยนำไปปลุกได้โดยไม่เน่าอีกเสียด้วยเมื่อได้เตรียมหน่อเรียบร้อยแล้ว ชาวไร่จะลงมือปลุกในฤดูกาล เหมือนพืชอื่น ๆ จะปลุกกันทันทีโดยมิได้คำนึงถึงฤดูกาลเหมือนพืชอื่น ๆ จะปลุกกันตลอดปีแต่ส่วนมากจะปลุกในฤดูแล้ง คือราว ๆ เดือนเมษายน ส่วนเดือนที่ฝนตกชุกมากชาวไร่ไม่นิยมปลุก เพราะจำนวนหน่อเน่าสูง ทั้งนี้เนื่องจากฝนจะชะเอาดินบริเวณรอบโคนต้นกระเด็นไป อุดยอดหน่ออ่อนที่ จะงอกขึ้นใหม่ หรือน้ำฝนอาจไปขังที่กาบใบอ่อนมากเกินไปทำให้เน่าได้ หลังจากปลุกแล้ว จะไม่มีการรดน้ำเลยเพียงแต่ปล่อยทิ้งไว้ อาศัยเพียงแต่น้ำค้างเพียงอย่างเดียว ก็สามารถตั้งตัวได้ นอกจากนี้ชาวไร่ยังให้ความเห็นว่าสับปะรดเป็นพืชที่ไม่ต้องอาศัยน้ำเลยในระยะที่เริ่มปลุก

การปลูกลูกสับปะรดในเกษตรกรบางรายจะดึงใบที่โคนหน่อออกบ้าง เพื่อให้รากที่ชดอยู่ในกาบใบยึดตัวออกเกาะดินได้เร็วขึ้น หลังจากนั้นก็นำหน่อไปปัก แล้วเอาดินกลบให้สูงประมาณ 5-7 นิ้ว แล้วแต่ขนาดของหน่อ ถ้าปลุกฤดูฝนชาวบ้านจะปักหน่อให้เฉียงประมาณ 45 องศา เพื่อป้องกันมิให้น้ำฝนมาขังที่กาบใบมากเกินไป ส่วนในฤดูแล้งชาวบ้านจะตั้งหน่อให้ตรงเพื่อให้มีน้ำขังในกาบใบมาก ๆ หน่อจะได้โตเร็ว ๆ แต่ควรระวังมิให้ดินตกลงไปอุดยอดอ่อนที่โผล่ขึ้นมา ซึ่งจะทำให้หน่อเสียหายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิธีการปลูกที่นิยมกันมี 2 วิธีคือ

### 1. การปลูกแถวเดี่ยว

วิธีปลูกแบบนี้ ใช้ระยะห่างระหว่างต้นห่างกันประมาณ 30-50 ซม. ระยะระหว่างแถวโดยประมาณ 100-175 ซม. ใน 1 ไร่ จะปลูกสับปะรดได้ประมาณ 2,500-4,000 หน่อ การปลูกแบบนี้เหมาะสำหรับจำหน่ายผลสด เพราะได้ผลใหญ่ราคาต่อผลสูงให้หน่อมาก และไว้หน่อให้สับผลแทนต้นใหม่แทนต้นแม่ได้ หลายรุ่นแต่มีข้อเสียคือผลผลิตต่อไร่ต่ำ เปลืองเนื้อที่เปลืองแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการกำจัดวัชพืช การทรงตัวของลำต้นไม่สู้ดี



รูปที่ 1 การวางระยะปลูกแถวเดี่ยว

### 2. การปลูกแบบแถวคู่

ใช้ระยะปลูกระหว่างต้นห่างกัน 30 ซม. ระหว่างแถวห่างกัน 50 ซม. สลับฟันปลา ระยะระหว่างแถวคู่ 70-100 ซม. ใน 1 ไร่จะปลูกได้ประมาณ 6,500-8,000 หน่อ บางแห่งอาจถึง 10,000 หน่อ ทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการผลขนาดใหญ่ การปลูกแบบนี้เหมาะสำหรับปลูกเพื่อจำหน่ายแก่โรงงานอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง และให้ผลมีขนาดสม่ำเสมอตามความต้องการของโรงงาน ทำให้ผลผลิตสูง เสียค่าใช้จ่ายน้อย และยังทำให้การทรงตัวของลำต้นดี เพราะเติบโตเบียดเสียดต่อกันช่วยพยุงกัน แต่อย่างไรก็ดีการปลูกตามวิธีนี้ต้องลงทุนต่อไร่สูงกว่าวิธีแรก ค่าหน่อพันธุ์ ค่าปุ๋ย และค่ายาเร่งผลเป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<----->	<----->
70-100	50
เซนติเมตร	เซนติเมตร

## รูปที่ 2 การวางระยะปลูกแบบแถวคู่

การกำหนดระยะปลูกทั้งสอง มีข้อควรปฏิบัติที่เหมือนกันคือถ้าเป็นพื้นที่ดินดี ก็เว้นระยะ ปลูกให้น้อยลง แต่ถ้าเป็นดินค่อนข้างเลวก้ควรใช้ปุ๋ยบำรุงดินมาก และเว้นระยะห่างการปลูกให้ห่างไว้

### การบำรุงรักษา

การบำรุงรักษาของชาวไร่ที่มีการบำรุงรักษาที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจะแยกออกเป็นรายละเอียดได้ดังนี้

1. การให้น้ำ สับปะรดตั้งแต่ปลูกจนเก็บผลได้ไม่มีการให้น้ำเพียงแต่อาศัยน้ำฝนและน้ำค้างก็สามารถเจริญเติบโตได้ ทั้งนี้เพราะสับปะรดมีความสามารถในการเก็บรักษาน้ำเอาไว้ในลำต้นได้ดีกว่าพืชชนิดอื่น เนื่องจากผิวด้านบนของใบมีไขเคลือบอยู่ที่ ปากใบซึ่งเป็นส่วนคายน้ำก็อยู่ด้านล่าง ทำให้การคายน้ำหรือปล่อยให้ความชื้นระเหยออกไปมีน้อยมาก

2. การให้ปุ๋ย ไม่อาจที่จะกำหนดได้ว่าจะต้องใส่ในปริมาณเท่าไร จึงจะเหมาะสมและให้ผลดี เพราะสภาพของดินแต่ละชนิดต่างกัน โดยทั่วไปการใช้ปุ๋ยอาจจะแบ่งได้ราว ๆ 3-6 ครั้ง นับตั้งแต่ปลูกจนเก็บผล โดยมากมักใช้เป็นปุ๋ยแต่งงาน้า ควรใช้ปุ๋ยครั้งแรกเมื่อสับปะรดอายุได้ 3 เดือนต่อจากนั้นอีก 2-3 เดือนจึงให้อีกครั้ง เว้นระยะเช่นนี้ต่อไปเรื่อย ๆ หรืออาจจะใช้ปุ๋ย 2 ครั้งตามความต้องการก็ได้ การให้ปุ๋ยจึงไม่ควรให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในเวลาใกล้จะออกผล เพราะจะไม่เกิดอะไรมากนัก

ปุ๋ยที่สำคัญสำหรับสับปะรด คือธาตุไนโตรเจน และโปแตสเซียม โดยมากทั่วไปจะใช้แอมโมเนียมซัลเฟตมากกว่า ที่จะใช้โซเดียมไนเตรท เพราะโซเดียมไนเตรทเมื่อละลายน้ำแล้วจะเหลือค้างทิ้งไว้ในดิน ซึ่งสับปะรดค่อนข้างที่จะชอบดินเป็นกรดส่วนธาตุที่สับปะรดต้องการมาก ดังนั้นการให้แก่ปุ๋ยสับปะรดโดยทั่วไปจะมีธาตุไนโตรเจน และโปแตสเซียมอยู่สูงมากการใช้ปุ๋ยส่วนมากใช้หยอดรอบๆ ลำต้นใช้ประมาณ 35 กิโลกรัม ต่อสับปะรด 1000 ต้นต่อครั้ง ซึ่งอาจจะใช้ปุ๋ย 3 ครั้ง โดยครั้งแรก จะใส่รองกันหลุมก่อนปลูก ครั้งที่สอง จะใส่รอบ ๆ โคนต้นเมื่ออายุได้ 3 เดือน ครั้งที่สาม ใส่หลังจากใส่ครั้งที่สองได้ 3 เดือนแล้ว

ธาตุอื่น ๆ นอกจากที่จำเป็นสำหรับก็มี เหล็ก ทองแดง สังกะสี โบรอน แมงกานีส ซึ่งสับปะรดต้องการเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่ก็จำเป็นธาตุที่จำเป็นต่อการปลูกสับปะรดซึ่งก็จะขาดไม่ได้ สำหรับพื้นที่ดินทรายควรจะใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อที่จะให้ดินสามารถอุ้มน้ำได้ดีขึ้น

นอกจากการปลูกสับปะรด โดยใช้ยาเร่ง หรือบังคับให้สับปะรดออกผลตามเวลาที่ต้องการเพื่อที่จะให้สับปะรดทะยอยกันตลอดปี ซึ่งถ้าปล่อยให้สับปะรดออกผลตามธรรมชาติแล้ว จะออกผลไม่สม่ำเสมอ บางฤดูจะมีสับปะรดมาก ทำให้สับปะรดมีราคาถูก สับปะรดโดยทั่วไป จะออกผลปีละ 2 ครั้ง ครั้งแรกจะออกดอกประมาณเดือน ธันวาคม-กุมภาพันธ์ และจะเก็บผลในเดือน เมษายน-มิถุนายน ส่วนครั้งที่สองจะออกดอกประมาณเดือนมิถุนายน-สิงหาคม และจะเก็บผลในเดือนตุลาคม-ธันวาคม การใช้ยาบังคับให้ออกผลนี้ ในสมัยก่อนใช้แคลเซียมคาร์ไบด์หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า ถ่านแก๊สหยอดลงไป ที่ใบของสับปะรด แต่ในปัจจุบันชาวบ้านหันมานิยมใช้ฮอร์โมนผสมกับปุ๋ยยูเรียหยอดแทน เนื่องจากได้ผลดีกว่า ส่วนฤดูกาลที่ใช้หยอดยารเร่งนั้น ชาวบ้านจะเลือกฤดูกาลไม่ให้สับปะรดที่ใส่ยารเร่งออกผลตรงกับฤดูกาลปกติ การใส่ยารเร่งจึงนิยมใส่ในเดือน มีนาคม-เมษายน หรือในเดือนสิงหาคม-กันยายน เป็นต้น หลังจากใส่ยารเร่งผลแล้วประมาณ 40-45 วัน สับปะรดจะออกผลหลังจากนั้นอีก 4-5 เดือนผลจะแก่ตัดได้

3. การกำจัดวัชพืช สืบปะรดเป็นพืชที่มีรากต้นจะปล่อยให้ในไร่มีวัชพืชไม่ได้ เพราะวัชพืชจะแย่งน้ำและอาหารจากสืบปะรด ทำให้มีใบสีแดง ต้นแคระแกรนไม่เจริญเติบโตเท่าที่ควรให้ผลต่ำ ดังนั้นในฤดูปลูกหนึ่ง ๆ ชาวไร่จะกำจัดวัชพืชประมาณ 2-10 ครั้งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัชพืชมีมากน้อยเท่าไร โดยทั่วไปการกำจัดวัชพืช ชาวไร่จะใช้กันสองวิธี คือ ใช้ยากำจัด และใช้แรงงาน ซึ่งชาวไร่ให้ความเห็นว่าการใช้ยาฆ่าหญ้าและยาคุมไม่ให้หญ้าเกิดก่อนการเพาะปลูกสืบปะรด จะทำให้การใช้แรงงานในการกำจัดวัชพืชน้อยลง จึงเป็นการสะดวกและประหยัดเวลาให้กับชาวไร่ เนื่องจากการตายหญ้าหลังจากการปลูกสืบปะรดทำได้ลำบาก และยังเป็นภาระกระทบกระเทือนต่อรากของสืบปะรดอีกด้วยจึงนิยมใช้ยากำจัดวัชพืช อย่างไรก็ตาม การใช้แรงงานในการกำจัดวัชพืชก็มีความจำเป็นเช่นกัน เมื่อได้ปลูกสืบปะรดไปแล้ว

4. การหักหน่อ เมื่อสืบปะรดให้ผลแล้วจะมีหน่อแซมขึ้นมา 2-4 หน่อ ชาวไร่จะหักหน่อข้างไปปลูกใหม่ หรือนำไปขายส่วนหน่อดินจะเหลือไว้ประมาณ 1-2 หน่อ เพื่อให้ออกผลแทนต้นแม่ต่อไปถ้า มีหน่อดินมากเกินไปชาวไร่จะเลือกหักหน่อที่อ่อนแอ และหน่อที่อยู่บนดอกจะเหลือไว้เฉพาะ หน่อดินที่อยู่ลึก ๆ และแข็งแรงไว้ออกผลต่อไป

#### โรคและแมลงศัตรู

สืบปะรด เป็นพืชไร่ที่ไม่ค่อยมีศัตรูและโรคระบาดเหมือนพืชอื่น ๆ นอกจากโรคโคนเน่าและโรคยอดเน่าอันเนื่องมาจากพื้นที่และเกินไปบริเวณที่ปลูกไม่มีทางระบายน้ำออกได้ หรือในแหล่งที่ปลูกสืบปะรดช้านานเกินไปหรือในดินที่มีความชื้นสูง ๆ โรคนี้จะทำลายสืบปะรดที่ปลูกใหม่จนถึงสืบปะรดที่ให้ผลแล้วเมื่อเกิดโรคนี้นั้นกับสืบปะรดต้นใด ก็ไม่สามารถที่จะปลูกซ่อมต้นใหม่ที่เดิมได้ เพราะสืบปะรดที่ปลูกส่วนใหญ่จะติดโรคด้วย

โรคที่มักจะพบเสมอในระยะที่ฝนตกชุก หรือในที่ที่มีน้ำขังแฉะ ก็คือโรคไส้เน่าอันเกิดจากเชื้อราชนิดหนึ่ง อาการเริ่มเป็นใบจะเหลืองปลายใบไหม้เป็นสีน้ำตาลเมื่อถอนใบกลาง ๆ ขึ้นมาใบจะหลุดติดมือมาโดยง่าย โคนใบที่ตั้งขึ้นมาจะเป็นรอยสีน้ำตาลไหม้และมี

รอยชำ เมื่อเป็นมาก ๆ จะทำให้ลำต้นมีแผล โคนเน่าเหี่ยวตาย

วิธีป้องกันโรคนี้นี้ก็คือให้ถอนเอาลำต้นที่เป็นโรคไปทำลายเสียและหาทางระบายน้ำ อ้อทำให้มีน้ำและในที่ที่เคยเป็นโรคนี้นี้มาก่อน ถ้าจะปลูกสับปะรดลงไป จะต้องนำดินพื้นฟูสับปะรดจุ่มลงใน น้ำยาบอริกโดมิกเซอร์อย่างชั้น หรือใช้ยาคุปราวิทหรือคอปเปอร์คูริด หรือโดโพราแทนอย่างใดอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ยังพบว่าสับปะรดที่มีเนื้องอกต่างหรือเป็นแกน หรือสับปะรดงามเกินไปตามใหญ่มีแต่ใบไม่มีผล และที่ออกดอกผิดปกติเป็นต้นแต่เป็นโรคที่เกิดขึ้นทั้งหมดมีเพียงจำนวนน้อย

สำหรับแมลงศัตรูพืชที่สำคัญก็คือเพลี้ยแป้ง ซึ่งจะทำให้เกิดอาการใบเหี่ยวแมลงชนิดนี้ส่วนมากจะชอบเกาะอยู่ตามกาบทั้งบนใบ และได้ใบจะเห็นคล้ายๆ กับเป็นแป้งสีขาว ๆ ติดอยู่ กินอาหารโดยดูดน้ำเลี้ยงจากต้นสับปะรด ในขณะที่ตัวมันก็จะถ่ายสารประกอบที่เป็นพิษเข้าไปในใบ ทำให้สับปะรดเป็นจุดสีเขี้ยว ๆ เหลือง ๆ และมีสีน้ำตาลปนแดงถ้าเป็นมากก็จะทำให้เกิดใบไหม้ ใบเหี่ยวเฉา ต้นแห้งตายไป บางที่อาจจะพบเพลี้ยชนิดนี้เกาะดูดกินอยู่ที่โคนใต้ดินและที่ราก ทำให้ใบเหลืองหมดทั้งต้น ต้นไม่เจริญเติบโตต้นแห้งตายไปในที่สุด

วิธีป้องกันและกำจัดแมลงชนิดนี้ก็คือ ใช้ยามาลาไธรอกซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงชนิดนี้ได้ผลดีและพันธุ์ที่จะนำมาปลูกจะต้องนำไปจุ่มยาคิวเพื่อที่จะกำจัดเพลี้ยแป้งที่อาจจะติดมาได้ ทั้งยังเป็นการป้องกันไม่ให้เพลี้ยแป้งไประบาดในไร่

#### ระยะเวลาที่ให้ผลและการเก็บเกี่ยว

สับปะรดแปลงหนึ่งที่ปลูกพร้อมกันการเจริญเติบโตและให้ผลไม่พร้อมกัน ระยะเวลาตั้งแต่ปลูกจนเก็บจนเก็บผลกินเวลาประมาณ 15-20 เดือน ซึ่งระยะเวลาในการให้ผลช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการคือ

ประการแรกหน่อที่นำมาปลูก ถ้าแก่เกินไปหรือแคระแกรนจะให้ผลเร็วแต่มีผลเล็ก  
ประการที่ 2 ความอุดมสมบูรณ์ของดิน ถ้าดินมีความอุดมสมบูรณ์จะให้ผลช้าแต่

ให้ผลใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประการที่ 3 ฤดูกาลก็มีส่วนช่วยให้สับปะรดออกผล ซึ่งจะทำให้สับปะรดหยุดการเจริญเติบโต และเริ่มสร้างดอก ซึ่งจะทำให้สับปะรดหยุดการเจริญเติบโตและเริ่มสร้างดอก

ตั้งที่กล่าวมาแล้วสับปะรดจะทยอยกันออกผล ดังนั้นในการเก็บผลสับปะรดในไร่ ๆ หนึ่งจึงต้องเก็บหลายครั้ง ซึ่งต้องใช้เวลาประมาณ 1-2 เดือนจึงเก็บหมดไร่ โดยชาวไร่จะเดินไปตามแถวที่ปลูก และเลือกตัดเฉพาะสับปะรดที่เริ่มสุก โดยสังเกตที่ตาใกล้ก้านของผลทั้ง3แถว ถ้าเห็นว่าตาชยายเปิดออกขอบตาชุน ผิวบริเวณตาทั้ง 3 เปลี่ยนเป็นสีเหลืองเข้มหรือเขียวอมเหลือง ใบของจุกที่อยู่บนผลกางแผ่ชยายออก ก็แสดงว่าผลสับปะรดแก่ตัดได้แล้วชาวไร่ก็จะใช้มีดตัดก้านผล จากนั้นก็เก็บรวบรวมเพื่อไปจำหน่ายต่อไป

#### เนื้อที่เพาะปลูกและแหล่งผลิตสับปะรด

เนื้อที่เพาะปลูกสับปะรดของไทยส่วนมากจะอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทยเป็น ส่วนมากและรองลงมาก็คือภาคตะวันออก ก็เนื่องจากโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องโดยมาก มักจะตั้งอยู่ในภาคใต้และภาคตะวันออก พื้นที่การเพาะปลูกที่สำคัญได้แก่ จังหวัดประจวบคีรี- ธานี มีเนื้อที่การเพาะปลูกประมาณ 247,503 ไร่ มีผลผลิตประมาณ 945,709 ตัน ดัง(ตารางที่ 7 )

การปลูกสับปะรดของไทยในปีพ.ศ.2525มีปริมาณ 3,114,394 ก.ก.ใน เนื้อที่การเพาะปลูก 657,765ไร่คิดเป็นผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 4,634 ก.ก.ต่อไร่ จากการ เปรียบเทียบข้อมูลในปีที่ผ่านมา ๆ จะ พบว่าปริมาณผลผลิตต่อไร่จะสูงขึ้นดังจะเห็นได้จากสถิติ การเพาะปลูกในปีที่ผ่านมาเนื้อที่การเพาะปลูกมีปริมาณน้อยลง แต่ว่ามีปริมาณการผลิตต่อไร่ สูงขึ้นในปี พ.ศ 2530 มีเนื้อที่การเพาะปลูกเพียง 394,875ไร่ แต่ก็มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ สูงถึง 3819 ก.ก.ต่อไร่ และมีผลผลิตทั้งหมดคือ 2,004,860 ก.ก.ดัง(ตารางที่ 8)

**ตารางที่ 7 ผลผลิตสับปะรดของแต่ละจังหวัดปี พ.ศ.2533**

จังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	ผลผลิต (เมตริกตัน)
ประจวบคีรีขันธ์	247,503	9,454,709
เพชรบุรี	37,696	144,753
ระยอง	40,069	210,322
ชลบุรี	28,416	147,137
ลำปาง	11,989	51,948
ตราด	11,846	41,945
กาญจนบุรี	11,865	36,959
ราชบุรี	5,602	18,134
ฉะเชิงเทรา	2,876	14,089
จังหวัด อื่น ๆ	50,906	173,315

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2533)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ต้นทุนการผลิตสับปะรด

การผลิตสับปะรดของไทย มีปริมาณการผลิตที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ก็เนื่องจากการผลิตสับปะรดของไทย มีขึ้นอยู่กับภาวะราคาของสับปะรดนั้นเองพื้นที่การเพาะปลูกในปี พ.ศ.2528 มีพื้นที่การเพาะปลูกเท่ากับ 465,742ไร่ และปริมาณผลผลิต1,768,944 ตันภายในปีพ.ศ.2529ราคาของสับปะรดมีราคาตกลงเหลือ1.23 บาท จากเดิม 1.30 บาท (ตารางที่ 8)และระดับราคาของสับปะรดลดลงจนถึงปี พ.ศ.2530 เนื่องจากผลผลิตสับปะรดมีปริมาณน้อยและมีปริมาณเนื้อที่ในการเพาะปลูกน้อยทำให้มีผลผลิตน้อยลงในปีต่อมา ต้นทุนในการผลิตสับปะรดระบอบที่สำคัญในปีแรกของการเพาะปลูกคือค่าหน่อพันธุ์ในปีแรกจะเสียค่าหน่อพันธุ์ 3,000 บาทในปีแรกเพียงปีเดียว และต้นทุนในการผลิตสับปะรดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ ค่าดอกเบี๋ย

ต้นทุนในการเพาะปลูกสับปะรดสามารถที่จะสรุปได้ดังนี้ คือในปีแรกจะมีค่าใช้จ่าย1.142 บาทต่อผลผลิตหนึ่งกิโลกรัม ในปีที่ 2 จะมีค่าใช้จ่าย 0.337บาทต่อผลผลิตหนึ่งกิโลกรัม และในปีที่ 3 จะมีค่าใช้จ่าย 0.332 บาทต่อผลผลิตหนึ่งกิโลกรัม และภายใน 3 ปี จะมีต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ0.602 บาทต่อผลผลิตหนึ่งกิโลกรัม(ตารางที่9) จะเห็นได้ว่าสับปะรดมีต้นทุนการเพาะปลูกที่ลดลงทุกปี จะเสียค่าใช้จ่ายที่สูงในปีแรกของการเพาะปลูกมากที่สุด

**ตารางที่ 8 พื้นที่การเพาะปลูกและผลผลิตสับปะรด ปีพ.ศ.2520-2532**

ปี พ.ศ.	พื้นที่เพาะปลูก ไร่	ผลผลิต ก.ก	ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ก.ก/ไร่	ราคาที่เกษตรกร ขายได้ (บาท)
2520	657,765	3,114,394	4,634	1.73
2521	511,501	2,154,262	4,212	1.63
2522	629,047	2,889,194	4,593	1.60
2523	799,869	3,688,355	4,611	1.92
2524	519,419	1,992,977	3,837	0.91
2525	434,256	1,438,959	3,314	1.15
2526	423,417	1,341,408	3,168	1.64
2527	381,530	1,463,050	3,835	1.89
2528	465,742	1,768,944	3,798	1.36
2529	440,800	1,637,000	3,714	1.23
2530	394,875	1,509,870	3,819	1.98
2531	444,022	1,770,540	3,988	1.37
2532	487,480	2,004,860	4,122	1.23

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2532)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ราคาสับปะรดสด

ราคาสับปะรดที่เกษตรกรขายได้มีราคาไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความต้องการของทางโรงงานผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง ประกอบกับเกษตรกรไม่ค่อยมีความรู้ในด้านวิชาการเพาะปลูก ดังนั้นจึงไม่สามารถที่จะบังคับให้ผลของสับปะรดออกในเดือนที่ต้องการ ยังคงต้องปล่อยให้สับปะรดออกผลตามธรรมชาติ ทำให้ในช่วงที่สับปะรดมีผลผลิตมาก สับปะรดจึงมีราคาตกต่ำ ดังจะเห็นได้จากราคาของสับปะรดในช่วง 5 ปี มีความเคลื่อนไหวดังนี้ (ตารางที่ 10)

ปีพ.ศ.2527 ราคาสับปะรดที่เกษตรกรขายได้มีราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 1.89 ลดเหลือ 1.52 และ 1.41 ในปี 2528 และ 2529 ราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มสูงขึ้นเป็น 2.00 บาท ในปี 2530 และในปี 2531 ราคาสับปะรดที่เกษตรกรขายได้มีราคาลดเหลือ 1.37

จะเห็นได้ว่าในช่วงฤดูสับปะรดออกผล (มี.ค.-มี.ธ.) ของทุกปีราคาสับปะรดที่เกษตรกรขายได้จะมีราคาต่ำลง ก็เนื่องจกามีปริมาณการผลิตจำนวนมากในช่วงดังกล่าว

### วิธีการจำหน่าย

เกษตรกรจะจำหน่ายสับปะรดให้พ่อค้าคนกลาง ที่รับซื้อไปเพื่อจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย ที่รับซื้อไปเพื่อบริโภคในรูปของสับปะรดสด และจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง ที่ซื้อไปเพื่อไปขายต่อให้กับโรงงานเพื่อนำไปผลิตสับปะรดกระป๋องอีกทีหนึ่ง ซึ่งวิธีนี้จะแตกต่างจากการขายให้กับผู้ซื้อเพื่อนำไปบริโภคในรูปของสับปะรดสด กล่าวคือการขายให้กับโรงงานสับปะรดกระป๋องนั้น จะต้องหักจุกหักก้านของสับปะรดเสียก่อน ซึ่งวิธีนี้น่าหนักจะหายไปประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์แต่การขายให้แก่ผู้บริโภคนั้นจะไม่หักจุกหักก้าน ฉะนั้นจึงทำให้ราคาที่เขาผู้บริโภคสูงกว่าที่โรงงาน แต่อย่างไรก็ตามวิธีการจำหน่ายสับปะรดให้กับโรงงานสับปะรด กระป๋องนั้น อาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 9 ต้นทุนในการปลูกสับปะรดต่อไร่ในท้องที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

หน่วย : บาท

ประเภทค่าใช้จ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	รวม
ค่าเช่าที่ดิน	300	300	300	900
ค่าบุกเบิกที่ดิน	1,000	-	-	1,000
ค่าหน่อพันธุ์ (3500) ไร่	3,000	-	-	3,000
ค่าจ้างปลูก	200	-	-	200
ค่าจ้างฉีดยาคุมหญ้า	30	50	50	130
ค่าปุ๋ย	80	120	120	320
ค่าจ้างหยอดแก๊ส	30	40	40	40
ค่าถ้ำ	20	30	30	80
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	150	150	150	450
ค่าเก็บเกี่ยว	80	80	80	240
ค่าดอกเบี้ย	800	800	800	2,400
ค่าภาษีเงินได้	20	20	20	20
<b>รวม</b>	<b>5,710</b>	<b>1,590</b>	<b>1,590</b>	<b>8,780</b>
<b>ผลผลิต</b>				
ผลผลิตสับปะรด (ก.ก.)	5,000	4,720	4,800	14,580
ต้นทุนเฉลี่ยต่อ ก.ก.	1.142	0.337	0.332	0.602

ที่มา : เอกสารเรื่อง "อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง" มกราคม 2527, บรูนิย์ ขอดีต์เมตต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 ราคาสับปะรดเฉลี่ยเป็นรายเดือน ปี 2527-2531

หน่วย : บาท

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย	พ.ค.	มิ.ย	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2527	1.80	1.95	2.17	2.23	1.60	1.36	1.83	1.75	1.92	1.80	2.16	2.08	1.89
2528	1.94	1.74	1.63	1.39	1.43	1.46	1.63	1.85	1.90	1.42	0.97	0.82	1.52
2529	0.77	0.68	0.66	0.63	0.74	0.88	0.91	1.24	1.61	1.64	1.96	1.98	1.41
2530	1.96	1.99	2.04	1.93	1.81	1.97	2.02	2.07	2.10	2.11	2.19	1.80	2.00
2531	1.58	2.09	1.95	1.77	1.16	0.65	0.70	1.51	1.28	1.31	1.46	0.92	1.37

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2531)

1. เกษตรกรจำหน่ายโดยตรงแก่โรงงานซึ่งการซื้อขายประเภทนี้จะทำหรือตกลงกัน ก่อนที่สับปะรดจะออกผลโดยโรงงานจะกำหนดราคาให้กับเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดพร้อม กับให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริมการแนะนำเกี่ยวกับการปลูกสับปะรดแบบแถวคู่ วิธีการใช้ปุ๋ย และยาเร่งผล (ฮอร์โมน) ในบางกรณีอาจจะต้องให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนด้วย ฉะนั้นราคาซื้อขายจึงต่ำกว่าราคาตลาด

2. เกษตรกรจะจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง และพ่อค้าคนกลางจะนำไปจำหน่ายให้กับโรงงานสับปะรดกระป๋องอีกทีหนึ่งส่วนราคาที่เกษตรกรได้รับขึ้นอยู่กับความต้องการผลิตของทางโรงงาน

### ปัญหาการผลิตสับปะรดสด

1. เนื่องจากการเกษตรในหลายจังหวัด ได้หันมานิยมปลูกสับปะรดกันมากขึ้น จึงทำให้หน่อพันธุ์ที่มีไม่พอกับความต้องการและมีราคาสูงถึงหน่อละ 0.75 บาทในปี พ.ศ. 2519 (เมษายน-พฤษภาคม) ซึ่งเป็นช่วงที่ขาดแคลนหน่อพันธุ์มาก และนับวันก็ยิ่งมีการขยายเนื้อที่เพาะปลูกมากขึ้น ฉะนั้น ความต้องการหน่อพันธุ์สับปะรดเพื่อใช้ในการปลูกสับปะรดมากขึ้น

2. ในการเตรียมหน่อปลูกชาวไร่ไม่ได้คัดเลือกหน่อที่มีขนาดหรืออายุรุ่นราวคราวเดียวกัน ทำให้การเจริญเติบโตและการให้ผลไม่สม่ำเสมอ ตลอดจนถึงเปลืองเวลาและแรงงานในการเก็บผล นอกจากนี้ชาวไร่แต่ละรายอาจจลงมือปลูกสับปะรดไม่พร้อมกัน ซึ่งปัญหานี้จะส่งผลกระทบต่อชาวไร่โรงงานและชาวไร่ และมักจะเกิดขึ้นเมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวสับปะรด กล่าวคือ เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยว ปริมาณสับปะรดสดที่นำมาป้อนโรงงานจะมีมากเกินกำลังความสามารถในการผลิตของโรงงาน ประกอบกับชาวไร่ไม่สามารถเก็บสับปะรดไว้ได้นาน จึงเป็นเหตุให้ชาวไร่ต้องแข่งขันกันเองในการเสนอขายสับปะรด จึงทำให้ราคาสับปะรดขณะนั้นตกต่ำ แต่เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวแล้วก็ขาดแคลนสับปะรดสดและสับปะรดมีราคาสูงขึ้น จนทำให้โรงงานต้องหยุดผลิตในหนึ่ง ๆ ประมาณ 3-4 เดือน

3. เนื่องจากชาวไร่ส่วนมากยังใช้วิธีปลูกแบบแถวเดี่ยวอยู่ จึงทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าการปลูกแบบแถวคู่ ซึ่งในหนึ่งไร่จะปลูกได้ประมาณ 6,500-8,000 หน่อ บางแห่งอาจถึง 10,000 หน่อ แต่การปลูกแถวเดี่ยวนั้นปลูกได้ไร่ละประมาณ 2,500 ถึง 4,000 หน่อเท่านั้น อีกประการหนึ่งการปลูกแบบแถวเดี่ยวยังทำให้สับปะรดมีผลโตเกินไปไม่เหมาะสมในการที่จะใช้ทำสับปะรดกระป๋อง ฉะนั้นหากชาวไร่ต้องการผลิตสับปะรดเพื่อจำหน่ายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว ก็จำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนการเพาะปลูกจากการปลูกสับปะรดแบบแถวเดี่ยวเป็นแถวคู่ ซึ่งจะทำให้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น

4. ค่าใช้จ่ายในการทำไร่สับปะรดส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างงานกำจัดวัชพืชตั้งแต่ว่าการปลูกจนกระทั่งเก็บผลประมาณ 4-15 วันครั้ง ทั้งนี้ เพราะชาวไร่ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการกำจัดวัชพืชด้วยการใช้สารเคมีซึ่งทำได้รวดเร็ว สะดวกและอาจลดต้นทุนการผลิตลงได้อีกด้วย

5. ชาวไร่ส่วนใหญ่จำเป็นต้องกู้ยืมเงินจากนายทุน ซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลางจึงทำให้เกิดข้อผูกมัดในเรื่องการซื้อขายสับปะรดขึ้นระหว่างชาวไร่กับนายทุนโดยชาวไร่จะขายสับปะรดให้ผู้อื่นไม่ได้ และการขายนี้ชาวไร่มักจะถูกกดราคาเสมอ

6. ระบบโควต้า วิทยาลัยทางโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องจะเป็นผู้กำหนดโควต้าที่จะผลิตให้แก่พ่อค้าคนกลางในปริมาณที่กำหนดไว้ และพ่อค้าคนกลางจะทำการกรำงานซื้อสับปะรดจากชาวไร่ และทำหน้าที่ในการรวบรวม (Assembling) สับปะรดเพื่อที่จะส่งขายให้แก่โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องต่อไป ซึ่งการใช้ระบบโควตาดังนี้จะเป็นเครื่องกีดขวางการซื้อขายระหว่างทางโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องกับชาวไร่

ภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

ภาวะการผลิตและปริมาณการผลิต

สับปะรดเป็นอุตสาหกรรมการเกษตรที่ประเทศไทยได้มีการพัฒนาการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้มีปริมาณการส่งออกในปัจจุบันเป็นอันดับ 1 ของโลก(ตารางที่ 1)จะเห็นได้ว่าสับปะรดกระป๋องของไทยสามารถเพิ่มผลผลิตได้ 218,000 ตัน ในปีพ.ศ.2528 คิดเป็นร้อยละ 26.27ของปริมาณการผลิต และในปี พ.ศ.2530สามารถผลิตได้ 264,000 ตัน คิดเป็นร้อยละ 30.64 ของปริมาณการผลิตของโลก

ผู้ผลิตและกำลังการผลิต

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนทั้งสิ้น 14 บริษัท มีกำลังการผลิต 29.5 ล้านหีบบริษัทที่เปิดดำเนินการแล้วมี 9 บริษัท (ตารางที่ 8) มีกำลังการผลิตรวม 19.2 ล้านหีบต่อปีโดยโรงงานส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในภาคใต้ ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่จะมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) เป็นโรงงานที่ผลิตผลไม้กระป๋องอยู่แล้ว
- 2) เป็นโรงงานที่เป็นสาขาของบริษัทต่างประเทศที่มีการผลิตเพื่อการส่งออก
- 3) ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

ส่วนอีก 5 รายยังไม่เปิดดำเนินการได้แก่

- 1) บริษัท เอส.บี แวลเลย์ จำกัด
- 2) บริษัท อุตสาหกรรมเกษตรสับปะรด
- 3) บริษัท ของนายประสิทธิ์ ศิศจร
- 4) บริษัท ศรีสุกฤษฎ์ จำกัด
- 5) บริษัท เคซีเจเนอรัลฟูด จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 กำลังการผลิตและผลผลิตสับปะรดกระป๋องในปี 2531

บริษัท	กำลังการผลิต (ล้านบาท)	ผลผลิตคิดเป็นร้อยละ ของกำลังผลิต (ร้อยละ)
1. บริษัทอุตสาหกรรมสับปะรดไทย กระป๋อง จำกัด	3.5	78
2. บริษัทผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	1.8	88
3. บริษัทโคดล (ประเทศไทย) จำกัด	3.6	75 *
4. บริษัทอาหารสากล จำกัด **	0.8	-
5. บริษัททรอปิคอลฟรุทแอนด์เวจเจต เตเบิล จำกัด	0.3	75 *
6. บริษัทอาหารสยาม จำกัด	1.9	73 *
7. บริษัทสับปะรดไทย จำกัด	1.4	100
8. บริษัทสยามอุตสาหกรรม-การเกษตร (สับปะรด) จำกัด	0.9	77
9. บริษัทชะอำไพน์แอบเบิลแคนเนอร์รี่ จำกัด	5.0	4
รวม	19.2	56

ที่มา : (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2532)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรรมวิธีในการผลิตสับประรดกระป๋อง

กรรมวิธีในการผลิตสับประรดกระป๋องอาจสรุปได้ดังนี้

๑. ๓๓๓  
๒. ๓๓๓๐๐ Dm

ขั้นที่ 1 เมื่อสับประรดถึงโรงงานแล้วจะถูกส่งเข้าเครื่องตัดขนาด สับประรด จะถูกแยกไปตามขนาดต่าง ๆ คือ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 4 นิ้ว สำหรับบรรจุ กระป๋อง 20 ออนซ์ และขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 4\*1/2 และ 6\*1/2 สำหรับ บรรจุกระป๋อง 30 ออนซ์ ส่วนสับประรดที่ใหญ่กว่านี้ เป็นขนาดที่โรงงานไม่นิยมใช้ เพราะ มีขนาดใหญ่ ไม่เหมาะกับเครื่องเจาะแกนกลางและปอกเปลือกทำให้มีการสูญเสียสูง จะ ถูกคัดออก เมื่อคัดเลือกสับประรดตามขนาดคือ 4 นิ้ว 5\*1/2 นิ้วถึง 6\*1/2 นิ้วแล้ว ก็จะถูกนำไปซึ่งน้ำหนักและล้างให้สะอาดแล้วจึงส่งไปตามสายพานลำเลียง

ขั้นที่ 2 สับประรดจะถูกส่งเครื่องตัดหัวตัดท้าย ปอกเปลือก และเจาะแกน โดยเครื่องอัตโนมัติ ผลสับประรดที่ได้ออกมาจะเป็นรูปทรงกระบอก กลวงกลาง และไหล ไปตามสายพานที่มีคนคอยตักแต่ง หรือทำความสะอาดอีกทีหนึ่ง จึงจะผ่านเข้าเครื่องผ่าน เป็นแว่น ๆ จากนั้นจึงนำมาคัดเกรดเพื่อบรรจุกระป๋อง ซึ่งได้แก่เกรดแพนซี เกรดซอสส์ เกรดสแตนดาร์ด ส่วนแว่นที่หักจะนำไปทำสับประรดครึ่งแว่น 1/4 แว่น ขึ้นสามเหลี่ยม และ ลูกเต๋า เศษที่เหลือจากนี้จะนำไปทำสับประรดป่น หรือทำน้ำสับประรด

ขั้นที่ 3 เมื่อคัดเกรดสับประรดเรียบร้อยแล้ว จะนำไปทำสับประรดเกรดต่าง ๆ บรรจุลงในกระป๋องเติมน้ำเชื่อม (syrup or juice) และผ่านกรรมวิธี การถนอมอาหาร คือการการดูดอากาศออกให้หมด ปิดผนึกฝาให้มิดชิด เพื่อป้องกันเชื้อ จุลินทรีย์เข้า แล้วทำการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ที่มีอยู่ด้วยความร้อนอุณหภูมิสูงประมาณ 200 องศาฟาเรนไฮน์ แล้วทำให้เย็นด้วยเครื่องทำความเย็น เป่าให้แห้ง และทิ้งไว้ประมาณ 15 วันเพื่อตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งหนึ่งก่อนเปิดฉลาก และประทับตราเครื่องหมายการค้า และบรรจุกล่องเพื่อเตรียมส่งไปจำหน่ายต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FG  
 ชั้นที่ 4 สับปะรดเต็มแวนหรือวงแหวน(slice or ring) จะเป็นผลิตภัณฑ์หลักของโรงงานอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง และสับปะรดเต็มแวนหรือสับปะรดวงแหวนที่มีราคาดีที่สุดคือชนิดแวนแฟนซี (fancy slice) รองลงมาคือชนิดแวนคัด (choice slice) และชนิดแวนมาตรฐาน (standard slice)

อย่างไรก็ตาม สับปะรดหนึ่งลูก (รวมจุกและก้าน) จะมีส่วนที่สามารถนำมาใช้ทำสับปะรดกระป๋อง เพียงร้อยละ 30 ของน้ำหนักทั้งหมด ก็คือ ส่วนเนื้อตรงกลาง และส่วนเนื้อที่ติดเปลือก

#### ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋อง

ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องมีค่าใช้จ่ายดังนี้คือค่าวัตถุดิบในการผลิตได้แก่ สับปะรดสดและน้ำตาลค่ากระป๋อง ค่าแรงงาน ค่าหีบห่อและฉลาก และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการอื่น ๆ โดยในปี 2531 มีต้นทุนการผลิตดังนี้คือ ต้นทุนการผลิต 180.75 บาทต่อหีบ โดยมีต้นทุน ที่สำคัญคือ ค่าสับปะรดสดประมาณหีบละ 57.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.83 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

#### ปัญหาในการผลิตสับปะรดกระป๋อง

1. การขาดข้อมูลที่แท้จริงอันอาจจะเป็นผลเสียหายต่อการวางแผนการดำเนินการในการผลิตสับปะรดกระป๋องของแต่ละโรงงาน ในปีพ.ศ.2528 และ พ.ศ.2529 ทางภาคเกษตรกร ผู้ทำการผลิตสับปะรดสดได้ทำการผลิตสับปะรดสดมากเกินไปความต้องการของผู้บริโภคและทางโรงงาน ทำให้เกิดภาวะสับปะรดสดล้นตลาด ทำให้ราคาของสับปะรดสดต่ำมาก มีปริมาณสับปะรดล้นตลาดในปีพ.ศ.2528-2529 ถึง 0.225 ล้านตันซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยปี พ.ศ. 2531

รายการ	บาทต่อหีบ	ร้อยละ
ค่าสับปะรดสด <i>กก.หัวเขียว ๖๖</i>	73.80	40.83
ค่าแรงงาน	15.96	8.83
ค่าพลังงาน(รวมค่าไฟฟ้า)	6.04	3.34
ค่ากระป๋อง <i>๗๐๑</i>	57.00	31.53
ค่าหีบห่อค่าฉลาก	14.00	7.75
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	1.96	1.08
<i>ค่าเก็บรักษาในกระป๋อง</i>		
ค่าบำรุงรักษา	1.24	0.69
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	6.75	3.74
ค่าใช้จ่ายในการส่งออก	4.00	2.21
<b>รวม</b>	<b>180.75</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : ( กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ปริมาณความต้องการสับปะรดภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2527/2528-2531  
/2532

หน่วย : ล้านตัน

ปี	ผลผลิต	ความต้องการของโรงงาน			บริโภคนิสต์	เกิน
		กระป๋อง	แช่แข็ง	รวม		
						ความต้องการ
2527/28	1.463	0.545	0.048	0.593	0.870	-
2528/29	1.769	0.700	0.044	0.744	0.800	0.255*
2529/30	1.636	0.800	0.050	0.850	0.886	-
2530/31	0.509	0.900	0.080	0.980	0.529	-
2531/32	1.770	1.000	0.080	1.080	0.690	-

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2532)

\* (หมายเหตุ) เป็นปีที่สับปะรดล้นตลาด ราคาตกต่ำประมาณเดือนธันวาคม พ.ศ. 2528-มกราคม 2529

2. ปัญหาความไม่สม่ำเสมอ ของสับปะรดสดที่นำมาป้อนโรงงาน ปัญหานี้ก่อให้เกิดความเสียหาย แก่เจ้าของโรงงานและชาวไร่ และมักจะมีเกิดในฤดูเก็บเกี่ยวสับปะรด กล่าวคือเมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยว ปริมาณสับปะรดที่นำมาป้อนโรงงาน จะมีมากเกินกำลังความสามารถในการผลิตของโรงงาน ถึงแม้ทางโรงงานจะทำการผลิตจนเต็มความสามารถแล้วก็ตาม ประกอบกับไม่สามารถเก็บสับปะรดไว้ได้นาน เป็นเหตุให้ชาวไร่ต้องต้องแข่งขันกันเองในการเสนอขายสับปะรด ทำให้ราคาสับปะรดในขณะนั้นมีราคาตกต่ำเมื่อสิ้นสุดฤดูการเก็บเกี่ยวก็ขาดแคลนสับปะรดสด และสับปะรดสดมีราคาสูง ทำให้โรงงานต้องหยุดผลิตในปีหนึ่งประมาณ 3-4 เดือน แต่ในปัจจุบันนี้การขาดแคลนดังกล่าวได้ทุเลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดลงมากเพราะทางโรงงาน ได้มีการผลิตสับปะรดสดขึ้นเอง เพื่อขจัดปัญหาการขาดแคลน สับปะรดสดตั้งนั้นโรงงานที่ใหญ่ในปัจจุบันจึงไม่ค่อยมีปัญหาขาดแคลนสับปะรดสดในการป้อน การผลิตสับปะรดกระป๋องมิให้ขาดช่วงการผลิต

3. ปัญหาเรื่องแรงงาน การขาดแคลนแรงงานประเภทมีความชำนาญและ ขาดความชำนาญ(skilled and unskilled labour) เป็นปัญหาสำคัญโดยมีสาเหตุ มาจาก

4. ปัญหาการผลิตของโรงงานลักษณะการผลิตของโรงงานเป็นโรงงานขนาดเล็ก เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างขาดประสิทธิภาพ มีระดับต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็น อุปสรรคต่อการขยายการส่งออก

#### ภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

ภาวะการค้าภายในประเทศ สับปะรดกระป๋องที่ผลิตได้ส่วนมากจะนิยมส่งออก ไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็น ส่วนมากไม่นิยมที่จะบริโภคภายในประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีผลไม้สดต่าง ๆ มากมาย เช่นสับปะรดสดซึ่งผลไม้ต่าง ๆ เหล่านี้สามารถที่จะหาซื้อได้ง่าย และมีราคาถูกประชาชนจึงไม่นิยมที่จะบริโภคผลไม้กระป๋องตลาดภายใน ประเทศที่สำคัญ ก็ได้แก่โรงแรมต่าง ๆ

ภาวะการค้าต่างประเทศ การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย แบ่งออกได้ 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มประเทศอเมริกาเหนือได้แก่ประเทศได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาและ แคนาดา
2. ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปและประเทศยุโรปอื่น ๆ
3. ประเทศในทวีปเอเชียได้แก่ประเทศญี่ปุ่น, ซาอุดีอาระเบีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณการส่งออกของประเทศไทย ปริมาณสับปะรดกระป๋องที่ประเทศไทยส่งไปจำหน่ายนั้นส่วนมากจะส่งไปยัง ประเทศในกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือเป็นอันดับ 1 และรองลงมาก็คือ ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป และประเทศในทวีปเอเชียตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องที่ประเทศไทยส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จะแตกต่างกันตามชนิด ของสับปะรดกระป๋องที่ส่งออก แล้วขึ้นอยู่กับประเทศผู้สั่งซื้อว่ามีบริษัทสาขาอยู่ในประเทศนั้นหรือไม่ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีบริษัทสาขาของ บริษัทโคลแห่งสาวายเข้ามาทำการผลิตอยู่ในประเทศไทย ดังนั้นจึงขายผลผลิตให้กับ ประเทศสหรัฐอเมริกาในราคาถูกลงจาก (ตารางที่ 15) จะพบว่า ราคาสับปะรดกระป๋อง ที่ส่งไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูงกว่าทุกประเทศ

ตารางที่ 14 ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยไปประเทศลูกค้าที่สำคัญปี 2523-2532

หน่วย : ตัน

ประเทศ	2523	2524	2525	2526	2527	2528	2529	2530	2531	2532
สหรัฐอเมริกา	63,463	88,880	65,079	65,150	86,217	100,265	109,572	127,021	139,472	143,776
เยอรมัน	30,955	27,476	36,016	25,188	39,308	25,886	42,066	38,456	55,764	43,631
แคนาดา	7,309	9,864	8,416	9,165	15,791	17,226	14,711	17,670	20,366	22,745
เนเธอร์แลนด์	2,626	4,716	5,509	3,906	4,799	7,537	7,077	7,888	14,310	16,513
ญี่ปุ่น	3,267	3,858	6,738	4,978	7,732	5,668	5,161	7,537	7,903	9,400
อื่น ๆ	19,388	26,752	28,484	27,875	32,429	36,181	47,399	61,196	103,599	109,183
รวม	127,008	161,591	150,242	136,271	186,271	192,763	225,986	259,804	341,414	345,248

ที่มา : (กรมศุลกากร, 2532)

30 7/5/87  
5/6/

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของไทยกับญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศหนึ่งในทวีปเอเชียที่มีปริมาณการนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยในอดีตมีปริมาณการนำเข้าไม่สูงมากนัก แต่การนำเข้าของญี่ปุ่นนับว่ามีความสำคัญมากทีเดียว เพราะการนำเข้าสับปะรดกระป๋องเกรดเอ ทำให้ได้มูลค่าจากการค้าสับปะรดกระป๋องจากประเทศญี่ปุ่นในมูลค่าที่สูงมาก จากสถิติการนำเข้าของไทยกับญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2518-2533 จะเห็นได้ว่ามีปริมาณการนำเข้าไม่แน่นอน แต่ในปี พ.ศ.2533 มีปริมาณการนำเข้าที่สูงมาก ก็เนื่องมาจากอัตราเงินเฟ้อยังคงมีระดับสูงขึ้นมาจาก ปี พ.ศ. 2532 เรื่อย ๆ จากระดับอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น ส่งผลทำให้ระดับราคาสินค้าภายในประเทศ มีระดับเพิ่มสูงขึ้น (Demand-pull inflation) ประกอบกับความตึงตัว ในตลาดแรงงานของญี่ปุ่นที่ยังมีมาจากปลายปี พ.ศ.2532 มีการขาดแคลนแรงงาน ทำให้มีการเรียกร้องค่าจ้างสูงขึ้น ส่งผลทำให้ต้นทุนการผลิตของญี่ปุ่นสูงขึ้น (Cost-push inflation) ทำให้เกิดผลดีต่อประเทศไทย ในการนำเข้าสับปะรดกระป๋องได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับในปี พ.ศ.2532 ปลายปี ทางรัฐบาลญี่ปุ่นได้ประกาศเลิกกำหนดโควตา การนำเข้าของสับปะรดกระป๋องจากประเทศต่างๆ ทำให้เกิดผลดีต่อประเทศไทย อย่างมากในการส่งออกสับปะรดกระป๋องออกจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น

ปริมาณการนำเข้า ประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณการนำเข้าจาก ประเทศไทยในอัตราที่ไม่แน่นอน ก็เนื่องจากว่าโดยส่วนมากประเทศญี่ปุ่น มักจะนำเข้าสับปะรดสดจากประเทศไทย เพื่อที่จะนำไปผลิตเป็นสับปะรดกระป๋องเอง ซึ่งมีราคาถูกกว่าการนำเข้าสับปะรดกระป๋อง แต่เนื่องจากปริมาณการผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ ต่อการบริโภคภายในประเทศ จึงต้องนำเข้าจากประเทศต่าง ๆ จากประเทศไทยมีปริมาณการนำเข้าตั้งแต่ ปีพ.ศ.2518-2531 อยู่ในปริมาณ 3,500,000 - 7,000,000 ก.ก. ปริมาณการนำเข้าเริ่มมากขึ้นใน ปีพ.ศ.2532 มีปริมาณเพิ่มขึ้น 2,000,000 ก.ก. และต่อมาในปี พ.ศ.2533 มีปริมาณการนำเข้าในปริมาณที่สูงมาก คือ 30,074,676 ก.ก. มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณ 20,000,000 ก.ก.(ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ปริมาณการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย  
ปีพ.ศ. 2518-2533

ปี	ปริมาณการนำเข้า ก.ก	มูลค่า (บาท)	ราคาที่ได้รับ (บาท)
2518	4,809,270	65,874,679	13.69
2519	3,343,356	40,605,982	12.14
2520	4,809,270	65,874,679	13.69
2521	6,565,911	97,370,717	14.83
2522	5,854,468	98,346,852	16.80
2523	3,266,528	52,586,281	16.09
2524	3,857,586	66,010,844	17.11
2525	6,737,879	116,200,168	17.24
2526	4,987,093	87,807,861	17.61
2527	7,732,113	151,868,007	19.64
2528	5,667,779	124,551,688	21.98
2529	5,160,755	110,036,870	21.32
2530	7,573,890	169,426,343	22.38
2531	7,903,517	162,230,385	20.53
2532	9,400,122	205,230,385	21.85
2533	30,074,676	592,471,517	19.70

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2533)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคานำเข้า ราคานำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นมีราคาที่สูงกว่าทุกประเทศดัง (ตารางที่ 13) ในปีพ.ศ.2518 มีราคา 13.69 บาทในปีต่อมามีราคาลดลงเหลือ 12.14 บาท ในปีต่อมาราคาของสับปะรดกระป๋องมีราคาสูงขึ้นเรื่อย ๆ แต่ในปีพ.ศ. 2531 สับปะรดกระป๋องมี 20.58 บาท ราคาลดลงจากปี พ.ศ.2530 เป็นมูลค่า 1.85 บาท ในปีพ.ศ.2532 สับปะรดกระป๋องมีราคาเพิ่มขึ้นเป็น 21.85 บาท แต่ในปีพ.ศ.2533 ก็มีราคาลดลงเหลือ 19.70 บาท

การจัดขึ้นมาตรฐานสินค้าในประเทศญี่ปุ่น ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายที่รู้จักกันดีในนามของ JAS ( Japanese Agriculture StandardLaw) จัดมีขึ้นเพื่อให้เป็นกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทางการเกษตร ที่ส่งเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถ นำเข้าไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นได้จะต้องมีตราฉลากของ JAS ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการยืนยันว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ จะได้รับคุณค่าทางสารอาหารตรงตามที่ได้ทำการติดฉลากแสดงไว้ ทุกวันนี้ตราเครื่องหมาย JAS ที่ประทับลงบนเครื่องกระป๋องต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสับปะรดกระป๋องของชาวญี่ปุ่น

ขั้นตอนการตรวจสอบที่จะให้ตรา JAS ตรวจสอบจากคณะกรรมการค้นคว้าทางการเกษตร ต้องได้รับการยืนยันจาก คณะกรรมการอย่างน้อย 20 ท่าน ได้รับการตรวจสอบ โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในท้องถิ่น ที่นำสับปะรดกระป๋องที่เข้ามาวางจำหน่าย สถาบันมหาลัยต่าง ๆ เมื่อทุกฝ่ายได้ทำการตรวจสอบแล้วก็จะทำการลงความเห็น ว่าสมควรที่จะได้รับตรา JAS หรือไม่ เหตุที่กฎหมายให้มีตรา JAS ก็เพื่อเงื่อนไข 3 ประการคือ

1. เป็นการประกันว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่มีอันตราย
2. ป้ายฉลากจะต้องแสดงให้ชัดต้องให้ผู้บริโภคเข้าใจได้โดยง่าย.
3. เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งต่างที่เป็นส่วนประกอบของสินค้านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดสับปะรดกระป๋องในประเทศไทยนั้น ในตลาดขายปลีกผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องที่จำหน่ายได้มากที่สุด คือชนิดฝาน เป็นแวน และชนิดชิ้นใหญ่รองลงมาคือสับปะรดลิ้ม และสับปะรดชิ้นย่อยมีปริมาณการจำหน่ายไม่สม่ำเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากสับปะรดชิ้นย่อยเป็นนิยมใช้เป็นส่วนประกอบในการทำขนมปัง ในช่วงที่มีเทศกาลดังนั้นสับปะรดชนิดนี้จึงมีปริมาณการบริโภคเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล

สับปะรดกระป๋องเป็นสินค้ารายการหนึ่งที่มีปริมาณการจำหน่ายสูง โดยเฉพาะในซูเปอร์มาเก็ตที่มีขนาดใหญ่และมีสาขาอยู่ตามมลรัฐต่าง ๆ จะซื้อสับปะรดกระป๋องโดยตรงจากผู้ผลิตในสหรัฐและผู้ผลิตจากต่างประเทศ โดยจะนำเข้ามาเก็บที่คลังสินค้าแล้วจึงส่งต่อไปยังสาขาต่าง ๆ ส่วนซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีขนาดเล็กจะซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งหรืออาจซื้อจากผู้ผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณซื้อ

ตลาดขายปลีกสับปะรดกระป๋องมีความไวต่อราคามากต่อราคาราคา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะไม่พยายามทดลองสับปะรดกระป๋องชนิดใหม่ ๆ แม้ว่าราคาจะต่ำกว่า

ตลาดบริการอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงสุดในตลาดบริการอาหาร คือ สับปะรดชนิดเต็มแวน และชนิดเป็นลิ้มโดยสับปะรดชนิดเต็มแวนใช้ในการประดับและตกแต่งอาหาร ในขณะที่สับปะรดลิ้มถูกใช้ในการประกอบอาหาร

ผู้ซื้อที่สำคัญในตลาดนี้ได้แก่โรงงาน กิจการการค้า และโรงแรมต่าง ๆ ปัจจุบันที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของตลาดนี้คือ คุณภาพของสับปะรดกระป๋อง เป็นอันดับหนึ่งดังนั้นในตลาดบริการอาหาร สับปะรดกระป๋องต่างประเทศจะมียอดจำหน่ายสูงที่สุดในการซื้อสินค้าของตลาดบริการอาหารจะซื้อสินค้าจากนายหน้าของบริษัทผู้ผลิตและผู้นำเข้ามาติดต่อ โดยบริษัทเหล่านี้จะมีนายหน้าอยู่ตามภูมิภาคที่สำคัญทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าในแต่ละภูมิภาค

ตลาดอุตสาหกรรม สับปะรดกระป๋อง ที่จำหน่ายในตลาดอุตสาหกรรม เป็น

สับปะรดกระป๋อง ชนิดชิ้นย่อยประมาณร้อยละ 60 สับปะรดกระป๋องชิ้นย่อย นี้ใช้ในการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ขนมอบปัง แยม นมเปรี้ยว และ ไอศกรีม

ในตลาดอุตสาหกรรมผู้ซื้อจะมีความชำนาญในการหาแหล่งสับปะรด จากต่างประเทศและจำทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์โดยตรง นอกจากจะนำเข้าสับปะรดกระป๋องโดยตรงแล้วผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรมยังซื้อสินค้าจากผู้นำเข้ารายอื่น ๆ อีกทางหนึ่ง โดยมีเหตุผลสำคัญ 2 ประการคือ

-ผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรมเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ต้องการสินค้าในปริมาณมากซึ่งจะต้องแบ่งการนำเข้าในหมู่ผู้นำเข้า

-ผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรม ต้องการกระจายแหล่งเสนอขายที่มาจากที่ต่าง ๆ กัน ซึ่งจะช่วยป้องกันการขาดแคลนสับปะรดกระป๋อง ในกรณีที่ผู้ผลิตไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้

#### ภาวะการค้าสับปะรดกระป๋องของไทยกับสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีปริมาณ การนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทย ที่มีปริมาณการนำเข้าสูงมากนัก การนำเข้าของสหรัฐอเมริกานับว่ามีความสำคัญมากที่สุด เพราะมีปริมาณการนำเข้าสับปะรดกระป๋อง ในอัตราที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ทำให้ได้มูลค่า จากการค้าสับปะรดกระป๋องในมูลค่าที่สูงมาก จากสถิติการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2518- 2533 (ตารางที่ 17) ในปี พ.ศ. 2533 ผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ประสบกับปัญหาเกี่ยวกับความไม่มั่นใจ ในสถานการณ์ในการส่งออก เนื่องจากว่าประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับ ความกดดันทางการค้า โดยที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดเป็นกฎหมายมาตรา 301เอาไว้ทำให้ผู้ส่งออกของประเทศไทยส่งสับปะรดกระป๋องไปประเทศสหรัฐอเมริกาน้อยลง

ปริมาณการนำเข้า ในปีพ.ศ.2518 มีมูลค่าการส่งออก 446,849,549 บาท แต่ต่อมาใน ปีพ.ศ.2519 มีปริมาณการส่งออกลดลงมาก คือส่งออกในปริมาณ

295,582,966 บาทในปีพ.ศ.2520-2521 มีปริมาณการส่งออกอยู่ในช่วง 450,000,000-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

500,000,000 บาท ในปีพ.ศ.2524 มีปริมาณการส่งออกที่สูงมาก คือเป็นมูลค่าการส่งออก 1,146,704,722 บาท สูงกว่าปีพ.ศ. 2523 ถึง 400,000,000 บาท และลดลงในปี พ.ศ.2525-2526 คือมีปริมาณการส่งออกประมาณ 850,000,000-900,000,000 บาท ในปี พ.ศ.2528 มีปริมาณการส่งออกที่สูงมากคิดเป็นมูลค่า 1,744,585,414 และลดลงในปี พ.ศ.2529 มีมูลค่าการส่งออก 1,583,493,599 บาทในปีพ.ศ.2531 มีมูลค่าการส่งออกประมาณเพิ่มขึ้นเป็น 1,868,202,693 บาท และมีมูลค่าลดลงในปีพ.ศ.2532 60,000,000 บาท ในปี พ.ศ. 2533 มีมูลค่าการส่งออก 1,844,533,020 บาทสูงกว่าปี พ.ศ.2532 ประมาณ 30,000,000 บาท

ราคานำเข้า ราคาซื้อประเทศกระป๋องที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศต่าง ๆ ในช่วงปี พ.ศ.2518-2522 มีแนวโน้มสูงขึ้นจากราคา 10.43 บาทต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2523 มีราคาเพิ่มขึ้นเป็น 11.50 บาทต่อกิโลกรัมและเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในปีพ.ศ. 2528 มีราคาสูงมากคือ 17.40 บาทต่อกิโลกรัม และในปีพ.ศ. 2529-2531 ราคายู่ในช่วง 13.30-14.45 บาทต่อกิโลกรัมใน ปีพ.ศ.2532 มีราคาการส่งออกลดลง คือมีราคาการส่งออกเท่ากับ 12.62 บาทต่อกิโลกรัม ในปีพ.ศ.2533 มีราคาการส่งออกเท่ากับ 13.17 บาทต่อกิโลกรัม(ตารางที่ 17)

การจัดขึ้นมาตรฐานสินค้ากระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) มีโครงการตรวจสอบ และจัดขึ้นมาตรฐานสินค้า โดยผู้ตรวจสอบของ (USDA) จัดทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ และจัดขึ้นสับปะรดกระป๋องของโรงงานต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น ชั้น A-C ชั้น C มีมาตรฐานต่ำที่สุดของ FDA ชั้น A และชั้น B เป็นชนิดที่มีมาตรฐานสูงกว่า ผู้ผลิตจะใช้การจัดขึ้นของ USDA หรือไม่ก็ได้ ถ้าใช้ก็ต้องขอให้ USDA ส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจขบวนการผลิตเพื่อแบ่งชั้นผลิตภัณฑ์โดยประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้จากการตรวจสอบผลิตภัณฑ์คือ

ตารางที่ 17 ปริมาณการนำเข้าสียปะรดกระป๋องของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย

ปีพ.ศ. 2518-2533

ปี พ.ศ.	มูลค่าการนำเข้า (ก.ก.)	มูลค่า (บาท)	ราคาที่ได้รับ (บาท)
2518	42,826,261	446,849,549	10.43
2519	29,213,301	295,582,966	10.12
2520	42,826,261	443,849,549	10.36
2521	45,831,533	480,347,791	10.48
2522	60,547,455	642,763,050	10.62
2523	63,462,940	729,950,486	11.50
2524	88,880,629	1,146,704,722	12.90
2525	65,079,331	871,219,369	13.39
2526	65,149,683	909,736,574	13.96
2527	86,217,248	1,318,285,082	15.29
2528	100,264,691	1,744,585,414	17.40
2529	109,572,388	1,583,493,599	14.45
2530	127,021,401	1,829,475,243	14.40
2531	139,472,366	1,868,202,693	13.39
2532	143,776,968	1,814,108,414	12.62
2533	140,073,271	1,844,533,020	13.17

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2533)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ผู้ซื้อบางราย เช่น กองทัพของสหรัฐอเมริกา สถานพยาบาลของรัฐ และโรงเรียน มีระบบการซื้อซึ่งมีข้อกำหนดคือจะซื้อสับปะรดกระป๋องที่มีการตรวจสอบ และแบ่งชั้นคุณภาพแล้วเท่านั้น

-USDA มีข้อกำหนดภายใต้เงื่อนไขว่าจะซื้อส่วนเกินของสับปะรดกระป๋องเพื่อกระจายไปยังโครงการอาหารกลางวันของโรงเรียนโดยคุณสมบัติของโครงการนี้จะซื้อสับปะรดกระป๋องเฉพาะที่ USDA กำหนด

-ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องสามารถเป็นหลักทรัพย์สินค่าประกันในการกู้เงิน จากธนาคารโดยธนาคารส่วนใหญ่ยอมรับผลิตภัณฑ์ที่มีการแบ่งชั้นคุณภาพที่กำหนดโดย USDA เป็นหลักทรัพย์สินค่าประกัน เนื่องจากเป็นหลักมั่นคงในการคำนวณมูลค่าผลิตภัณฑ์

-การแบ่งชั้นและมาตรฐานของ USDA ทำให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจต่อคุณภาพของสับปะรดกระป๋อง

ตลาดสับปะรดกระป๋องในสหรัฐอเมริกาประกอบด้วย ตลาดขายปลีก ตลาดบริการอาหาร และตลาดอุตสาหกรรมแปรรูป โดยยอดขายจะสูงสุดในตลาดขายปลีกและต่ำสุดในตลาดอุตสาหกรรมแปรรูป

ตลาดขายปลีกในตลาดขายปลีกผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ ชนิดผานเป็นแฉ่น และชนิดชิ้นใหญ่ รองลงมาคือสับปะรดลิ้ม และสับปะรดชิ้นย่อยมีปริมาณการจำหน่ายไม่สม่ำเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากสับปะรดชิ้นย่อย เป็นที่นิยมใช้เป็นส่วนประกอบในการทำขนมปังในช่วงที่มีเทศกาล ดังนั้นสับปะรดชนิดนี้ จึงมีปริมาณการบริโภคเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล

สับปะรดกระป๋องเป็นสินค้ารายการหนึ่งที่มีปริมาณการจำหน่ายสูง โดยเฉพาะในซูปเปอร์มาเก็ตที่มีขนาดใหญ่และมีสาขาอยู่ตามมลรัฐต่าง ๆ จะซื้อสับปะรดกระป๋องโดยตรงจากผู้ผลิตในสหรัฐและผู้ผลิตจากต่างประเทศ โดยจะนำเข้ามากับที่คลังสินค้าแล้วจึงส่งต่อไปยังสาขาต่าง ๆ ส่วนซูปเปอร์มาร์เก็ตที่มีขนาดเล็กจะซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งหรืออาจซื้อจากผู้ผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดขายปลีกสับปะรดกระป๋องมีความไวหิวตัวอย่างมากต่อตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะไม่พยายามทดลองสับปะรดกระป๋องชนิดใหม่ ๆ แม้ว่าราคาจะต่ำกว่า ดังนั้นในตลาดขายปลีกสับปะรดกระป๋องที่มียอดการจำหน่ายสูงที่สุด คือ สับปะรดกระป๋องจากฮาวาย ทั้งนี้ เนื่องจาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

ตลาดบริการอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงที่สุดในตลาดบริการอาหาร คือ สับปะรดชนิดเต็มแฉับ และชนิดเป็นลิ้มโดยสับปะรดชนิดเต็มแฉับใช้ในการประดับและตกแต่งอาหาร ในขณะที่สับปะรดลิ้มถูกใช้ในการประกอบอาหาร

ผู้ซื้อที่สำคัญในตลาดนี้ได้แก่โรงงาน ภัตตาคาร และสถาบันบริการอาหารแห่งชาติปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของตลาดนี้คือ ราคาของสับปะรดกระป๋อง ดังนั้นในตลาดบริการอาหาร สับปะรดกระป๋องต่างประเทศจะมียอดจำหน่ายสูงที่สุดในการซื้อสินค้าของตลาดบริการอาหารจะซื้อสินค้าจากนายหน้าของบริษัทผู้ผลิตและผู้นำเข้ามาคิดค่า โดยบริษัทเหล่านี้จะมีนายหน้าอยู่ตามภูมิภาคที่สำคัญทำหน้าที่รับผิดชอบในการจำหน่าย

ตลาดอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องที่จำหน่ายในตลาดอุตสาหกรรมเป็นสับปะรดกระป๋องชนิดชั้นย่อย ประมาณร้อยละ 45 สับปะรดกระป๋องชั้นย่อย นี้ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมปัง แยม นมเปรี้ยว และ ไอศกรีม

ในตลาดอุตสาหกรรมผู้ซื้อจะมีความชำนาญในการหาแหล่งสับปะรด จากต่างประเทศและจำทำหน้าที่เป็นผู้นำ เข้าผลิตภัณฑ์โดยตรง นอกจากนี้จะนำเข้าสับปะรดกระป๋องโดยตรงแล้วผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรมยังซื้อสินค้าจากผู้นำเข้ารายอื่น ๆ อีกทางหนึ่ง โดยมีเหตุผลสำคัญ 2 ประการคือ

- ผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรมเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ต้องการสินค้าในปริมาณมากซึ่งจะต้องแบ่งการนำเข้าในหมู่ผู้นำเข้าของสหรัฐอเมริกา
- ผู้ซื้อในตลาดอุตสาหกรรม ต้องการกระจายแหล่งเสนอขายที่มาจากที่ต่าง ๆ

กันซึ่งจะช่วยป้องกันการขาดแคลนสับปะรดกระป๋องในกรณีที่ผู้ผลิตไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนผสมทางการตลาดกับการผลิตและการค้าสี่ประการของไทย

ในบทนี้จะได้กล่าวถึงการใช้ส่วนผสมทางการตลาดกับการผลิตและการค้าสี่-  
ประการของไทย โดยจะเน้นถึงส่วนผสมทางการตลาด หรือ FOUR P'S ซึ่งได้แก่  
ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place หรือ Channels  
of Distribution) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีต่อการผลิตและการ  
ค้าสี่ประการของไทยต่อประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา

ในการผลิตเพื่อทำการค้าระหว่างประเทศ สิ่งที่มีการตลาดควรจะให้ความ  
สนใจก็คือ การทำความเข้าใจ กับภาวะของตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โดยการ  
ผสมผสานองค์ประกอบที่สามารถควบคุมได้ (Controllables) ให้เข้ากับองค์ประกอบ  
ภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollables) อย่างสอดคล้องกัน ด้วยการยึด  
จุดประสงค์ทางการตลาดที่มุ่งหวังไว้เป็นหลัก ซึ่งจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ  
คือประการแรก สภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นไปในรูปของการดำเนินการ  
ตลาดภายใน หรือที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในรูปของส่วนผสมทางการตลาดทั้งสี่ ประการที่สอง  
สภาพแวดล้อมภายนอกที่บริษัทเกี่ยวข้องด้วย และนับว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาด  
ปัจจัยดังกล่าวอาจจะเป็นในรูปสภาพการณ์ของสังคม โครงสร้างของการแข่งขัน เป็นต้น

ในกรณีที่อุตสาหกรรมสี่ประการของไทย ส่วนใหญ่ร้อยละ 90 จำเป็น  
ที่จะต้องส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศหลาย ๆ แห่ง ปัจจัยเกี่ยวพันที่จะต้องเรียกร้อง  
ความสนใจและความรับผิดชอบมากขึ้น ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความมั่นคงของสภาพทางการ  
เมืองและบรรยากาศทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศไว้ด้วย

จากการแสดงในภาพที่ 1 รอบนอกแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบซึ่งไม่สามารถ  
ควบคุมได้ในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ระหว่างหลายประเทศหลายประการที่สำคัญอื่นประ  
การที่สำคัญอื่นประกอบด้วย

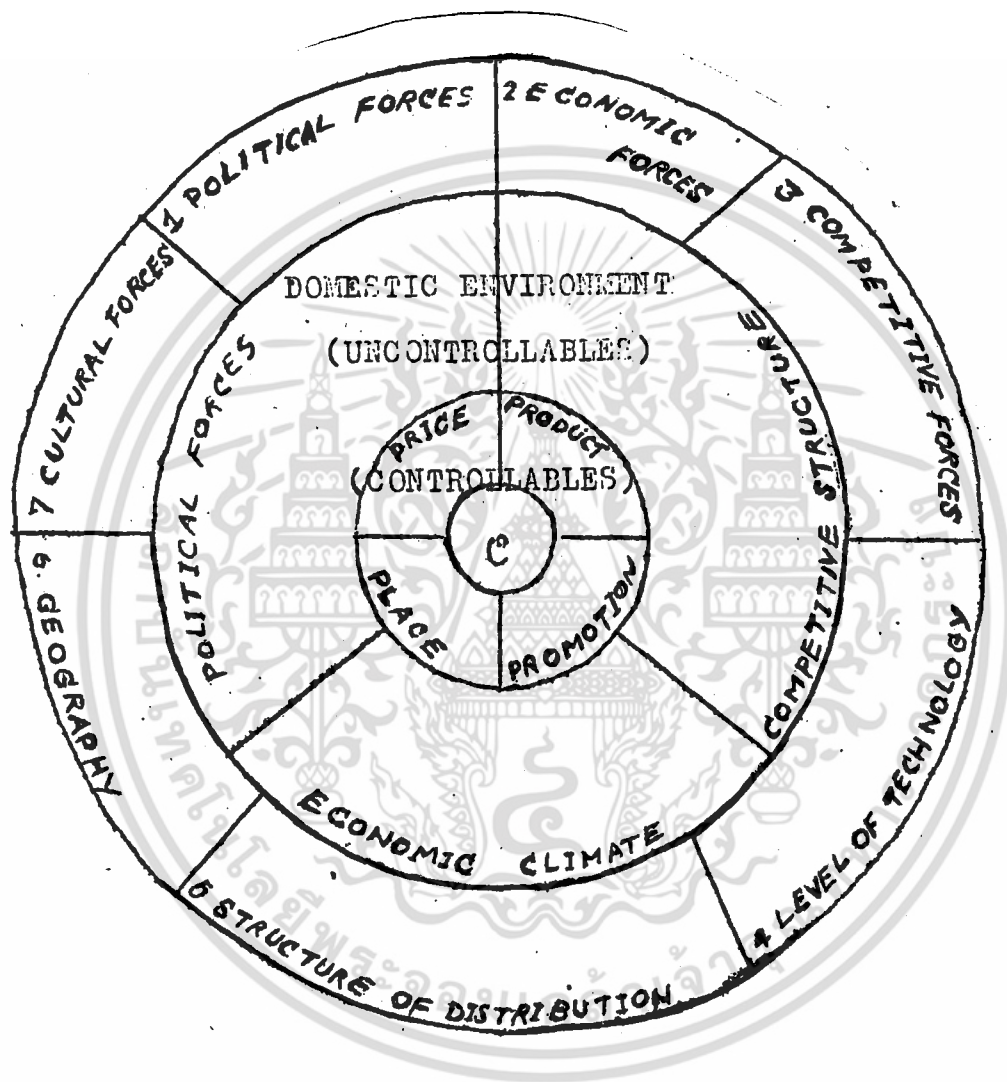
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1 พลังทางการเมือง
- 2 พลังทางเศรษฐกิจ
- 3 พลังทางการแข่งขัน
- 4 ระดับของความก้าวหน้าทางเทคนิค
- 5 โครงสร้างของการจัดจำหน่าย
- 6 สภาพทางภูมิศาสตร์
- 7 พลังทางสังคม จารีตประเพณี

สภาพการณ์ดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นสภาพที่เป็นอยู่ หรือคาดว่าจะ เป็นไปที่ยั่งยืนนอกเหนือการบังคับของนักบริหารการตลาด จึงเป็นเรื่องที่จะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจให้ถูกต้อง แต่สำหรับองค์ประกอบที่ควบคุมได้นั้นเป็นสภาพการณ์ที่นักบริหารการตลาดจะต้องนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด ตลอดถึงการที่จะเลือกนำเอาวิธีการที่เหมาะสมและส่วนสัดที่ถูกต้องไปใช้ในการปฏิบัติ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้

ในแนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่จะถือว่าลูกค้าเป็นพระราชา (Consumer is a king) คือ จะให้ความสำคัญสำหรับลูกค้ามากที่สุด และการที่สินค้าจะสามารถอยู่ในตลาดได้ก็ต้องอาศัยส่วนผสมทางการตลาดทั้งสี่ (Marketing Mix) ซึ่งจะได้กล่าวไว้ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1 องค์ประกอบซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ในลักษณะแวดล้อมต่าง ๆ ระหว่างประเทศ



ที่มา: ( ภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรม, 2524 )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลิตภัณฑ์ (Product)

สืบประดกระป้อง ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะรูปร่างของตัวสินค้าแต่อย่าง เดียว แต่จะมีความหมายไปถึง สิ่งที่ประกอบเป็นตัวผลิตภัณฑ์ เช่น ตรายี่ห้อ หีบห่อ เครื่องหมายการค้าอีกด้วย ตลอดจนถึงความพอใจซึ่งผู้บริโภคจะได้รับหรืออาจกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์ นั้นควรจะมีจรรยาในแง่ของผู้บริโภคมากกว่าในแง่ของผู้ผลิตนั่นเอง ฉะนั้นหากจะ กล่าวถึงลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์สืบประดกระป้องที่จะผลิตออกสู่ตลาดแล้ว ก็ควรจะมี ลักษณะที่แตกต่างจากของผู้อื่นทั้งนี้เพื่อจะใช้เป็นพื้นฐานในการรณรงค์ ทางด้านการโฆษณา ซึ่งอาจจะกล่าวเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ตรายี่ห้อ (Brand) ของผลิตภัณฑ์สืบประดกระป้อง หมายถึง ชื่อ ถ้อยคำสัญลักษณ์ หรือแบบอย่างใด อย่างหนึ่งหรือทั้งหมดรวมกัน เพื่อที่จะชี้เฉพาะลักษณะ ของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งอื่น ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์สืบประดกระป้อง สามารถช่วยให้ผู้ผลิต และพ่อค้าคนกลางประสบผลสำเร็จ ในการดำเนินงานทางการ ตลาดหลายประการ คือ

1.1 ช่วยในด้านการโฆษณาและการจัดแสดงสินค้า และใช้ในการ สร้างชื่อเสียง เมื่อสินค้านั้นเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคทั่วไปโดยเฉพาะการตัดสินใจ ชื่อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับตรายี่ห้อด้วย แล้วก็ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

1.2 ช่วยลดการเปรียบเทียบราคา และช่วยรักษาระดับราคาเนื่อง มาจากความแตกต่างของตรายี่ห้อนั้น

1.3 ช่วยให้การขยายส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ง่ายขึ้น ถ้าบริษัทผู้ผลิต สืบประดกระป้องมีผลิตภัณฑ์ที่มีตรายี่ห้อหลาย ๆ ชนิด การที่จะเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ใหม่ เข้า ไปในส่วนผสม ผลิตภัณฑ์เดิมนั้นก็จะทำได้ง่ายกว่าผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตรายี่ห้อ

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจของผู้ผลิตสืบประดกระป้องในเรื่องตรายี่ห้อ นั้น จะขึ้นอยู่กับ การยอมรับคุณค่าของตรายี่ห้อ และความรับผิดชอบของผู้เป็นเจ้าของตรายี่ห้อ

ผู้ผลิตจะต้องตัดสินใจว่า ผลิตภัณฑ์สืบประดกระป้องที่ผลิตออกจำหน่ายนั้นจะให้มีตรายี่ห้อ

หรือไม่ หรือจะจำหน่ายโดยไม่มีตราให้พ่อค้าคนกลางไปกำหนดตราให้เอาเอง ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับนโยบาย และกลยุทธ์เกี่ยวกับตราของผู้ผลิตที่จะเป็นผู้ตัดสินใจ และขึ้นอยู่กับลักษณะตลาดด้วยว่า ตลาดไหนชอบตราให้แบบไหน เช่น ตลาดเยอรมันไม่สนใจตราให้เพราะฉะนั้นเราสามารถให้ตราของผู้ผลิต (National Brand) ได้ แต่สหรัฐอเมริกาต้องให้ตราของผู้ซื้อ (Buyer's Brand หรือ Private Brand) และในตลาดญี่ปุ่นให้ตราของผู้นำเข้า (Import's Brand) เป็นต้น

2. การหีบห่อ (Packaging) การบรรจุหีบห่อสำหรับประดกระป๋องขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออกบางรายต้องบรรจุหีบห่อ และติดฉลากตามคำสั่งของผู้ซื้อส่วนใหญ่ส่งออกทางเรือ โดยบรรจุเป็นหีบ (Shipping Cases) หีบหนึ่ง ๆ มี 24 กระป๋อง และมีน้ำหนักประมาณหีบละ 13.36 กิโลกรัม อย่างไรก็ตามเหตุผลทางการตลาดที่มีการหีบห่อขึ้น ก็เพื่อใช้ประโยชน์ในการป้องกันผลิตภัณฑ์ ระหว่างที่ขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจำนวนมาก ๆ การหีบห่อสินค้าช่วยให้สะดวกมากขึ้น สะอาดขึ้น และป้องกันสินค้าไม่ให้เสียหายได้ง่าย แต่สำหรับการหีบห่อโดยเฉพาะที่บรรจุกระป๋องจากกระดาษเหนียว ปกติแล้วจะสั่งซื้อจากต่างประเทศ เพราะต้นทุนการผลิตจะถูกกว่าภายในประเทศ แต่เนื่องจากกระดาษเหนียวที่นำมาทำกล่องในประเทศไทยมีราคาที่สูงกว่าต่างประเทศ และคุณภาพด้อยกว่า ทำให้กล่องฉีกขาดและแตกหล่นเสียหายง่าย ซึ่งเป็นข้อเสียเปรียบในด้านการแข่งขันกับต่างประเทศได้

3. ป้ายฉลาก (Labeling) ผลิตภัณฑ์สำหรับประดกระป๋องเกี่ยวกับป้ายฉลากนั้นได้มีการจัดแยกประเภทออกเป็นป้ายฉลากแบบตราให้ (Brand Label) ซึ่งมักจะมีเครื่องหมายการค้าของสินค้า และมีข้อความแสดงว่าใครเป็นผู้ผลิต ใครเป็นผู้รับผิดชอบอยู่บนฉลาก ดังนั้นคุณค่าของสินค้ามักจะขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของผู้ผลิตสินค้า และอีกประการหนึ่งเราเรียกว่าฉลากแสดงสรรพคุณ (Descriptive Label) ซึ่งจะมีข้อความรายละเอียดที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อบนฉลาก เช่น วิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา ส่วนผสม เป็นต้น นอกจากนี้ป้ายหรือฉลากใด ๆ ก็ตามที่สอดคล้อง หรือผูกติดกับสินค้านั้นก็เป็นฉลากแสดงสรรพคุณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่าวคือจะมีข้อความเกี่ยวกับชนิดของสับปะรด (สับปะรดชนิดน้ันกึ่งน้ันหรือชนิดเป็นวงกลม) ขนาดกระป๋อง (20 <sup>200°C</sup> ออนซ์ 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์) จำนวนผสม เป็นต้น

เนื่องจากขนาด (Size) ของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องไทยที่ผลิตไปจำหน่ายยังต่างประเทศมีอยู่ 3 ขนาด ดังที่กล่าวแล้วนั้นมีผลภาวะและความสำเร็จของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเป็นอย่างมาก หากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องไม่มีขนาดของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการไว้ในสต็อกเพื่อขาย ซึ่งจะเห็นได้จากกรณีที่ประเทศไทยมีสับปะรดกระป๋องชนิดน้ำหนักกระป๋องละ 20 ออนซ์ ค้างสต็อกอยู่ประมาณร้อยละ 90 ของสับปะรดกระป๋องที่ค้างสต็อกอยู่ในขณะนี้ส่วนกระป๋องขนาด 16 ออนซ์ และ 30 ออนซ์ ไม่มีอยู่ในสต็อกย่อมจะเป็นผลเสียต่อการส่งออกเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤติบ (สับปะรดสด) ขาดแคลนจนไม่สามารถผลิตให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าได้

## ภาพที่ 2 ป้ายฉลากในประเทศญี่ปุ่น

Name :	Tropical Fruit Mix (in syrup)
Ingredients :	Pineapple, papaya, nats de coco, cherries (coloring agent erythrosin used), sugar, guava puree, pineapple juice, ascorbic acid
Drained weight :	365 g.
Net weight :	567 g.
Country of origin :	Republic of the Philippines
Date imported :	Refer to sticker*
Importer :	Mitsui & Co., Ltd. 2-1, Otemachi 1-chome, Chiyoda-ku, Tokyo
Note :	After opening, transfer contents to another container.

\* In this particular case, the date of import was labeled on the top of the can.

品名	トロピカル・フルーツ・ミックス(シラップ付)
原材料名	パイナップル、パパイヤ、ナタデココ、チェリー(着色料エリスロシン使用)、砂糖、グアバピューレ、パイナップルジュース、酸味料
固形量	365g
内容総量	567g
原産国	フィリピン
輸入年月日	かんぶたにステッカーで記載
輸入者	三井物産株式会社 東京都千代田区大手町1-2-1
使用上の注意	カンをあけると空気によれて、内面が酸化しますので必ずガラスなどの容器に移しかえてください。

ที่มา : ( Marketing in Japan, 63, 1989 )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) สับปะรดกระป๋องนั้น ควรจะต้องคำนึงถึงตลาดเป้าหมาย (Market Target) ว่าเป็นอย่างไร โดยเฉพาะตลาดในสหรัฐอเมริกาจะให้ความสำคัญในด้านคุณภาพมากกว่าราคา ฉะนั้นคุณภาพผลิตภัณฑ์ สับปะรดกระป๋องของไทย จะต้องอยู่ในขั้นที่สามารถเปรียบเทียบได้กับคู่แข่งอื่น กล่าวคือ อาจไม่จำเป็นต้องดีกว่า แต่ก็ไม่ควรจะด้อยกว่าและควรแน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ สับปะรดกระป๋องแต่ละหน่วยที่ผลิตได้ มีระดับคุณภาพคงที่ทัดเทียมกัน ตลอดจนชิ้นส่วนต่าง ๆ หรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต สับปะรดกระป๋องควรมีคุณภาพเหมือนกันด้วย

### ราคา (Price)

สับปะรดกระป๋อง ในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ สับปะรดกระป๋องก็เช่นเดียวกับส่วนผสมอื่น ๆ ที่จะต้องพิจารณาถึงนโยบายการตลาดของบริษัท ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ระบบการจัดจำหน่าย และโปรแกรมการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญแตกต่างกันไปในแต่ละบริษัท และแต่ละประเทศที่สั่งซื้อ สับปะรดกระป๋อง แม้ว่า สับปะรดกระป๋องที่ขายจะเป็นประเภทเดียวกัน และมีคุณภาพใกล้เคียงกันหรือผลิตจากบริษัทเดียวกันก็ตาม แต่ราคาก็มีความแตกต่างกันไปในแต่ละตลาด

อย่างไรก็ดี วิธีการตั้งราคาที่เหมาะสมและถูกต้องนั้น นักบริหารการตลาดจะต้องพยายามพิจารณาบรรยากาศแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทุกอย่างให้ประสมประสานและกลมกลืนที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่จะรวมถึงการพิจารณาตลาดคู่แข่งชั้นกฎหมายข้อบังคับของรัฐบาลและอื่น ๆ เพื่อนำมาซึ่งราคาที่ดีที่สุดในแต่ละตลาด ในบางกรณีนอกเหนือจากตัวแปรผันทางการตลาดทั่วไปที่ต้องพิจารณาแล้ว นักบริหารการตลาดยังพบว่าท่าทีของรัฐบาลในนานาประเทศนั้นแตกต่างกัน ซึ่งจะแสดงออกในรูปของภาษีศุลกากร ระเบียบข้อบังคับโควต้าและอื่น ๆ เป็นต้น จะมีผลต่อราคา สับปะรดกระป๋องของไทย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สับปะรดประปอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอุปสงค์ยืดหยุ่นมาก (Price Elastic) โดยเฉพาะตลาดสับปะรดประปองที่สำคัญหลายแห่ง (ยกเว้นสหรัฐอเมริกา) ถือว่าสับปะรดประปองเป็นสินค้ากึ่งฟุ่มเฟือย ฉะนั้นราคาจึงมีความสำคัญต่อการจำหน่ายไปยังนานาประเทศ อย่างไรก็ตามนักการตลาดจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ของต้นทุนในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์สับปะรดประปองของตนเองด้วยกล่าวคือ

1. ภาษีและภาษีศุลกากร (Taxes and Tariffs) ซึ่งถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่รุนแรงที่สุดในการค้าระหว่างประเทศ และนับเป็นส่วนหนึ่งของภาษีทั้งหมดด้วย โดยที่ทั้งภาษีและภาษีศุลกากรมีอิทธิพลโดยตรงต่อราคาผลิตภัณฑ์ สับปะรดประปองของไทย ซึ่งแบ่งประเภทของภาษีศุลกากรออกได้เป็น 3 ชนิดคือ

1.1. ประเมินภาษีตามสภาพ (Specific Duties) คือ การเรียกเก็บภาษีศุลกากร ด้วยการคิดตามปริมาณหรือน้ำหนักของสินค้านำเข้า เช่นในสหรัฐอเมริกา ได้กำหนดอัตราศุลกากรนำเข้าสำหรับสับปะรดประปอง 0.75 เซนต์ต่อน้ำหนักหนึ่งปอนด์

1.2. ประเมินภาษีตามราคา (Specific Duties) คือ การเรียกเก็บภาษีศุลกากรเป็นเปอร์เซ็นต์ของมูลค่าสินค้านำเข้า เช่น ประเทศในกลุ่มอเมริกาเหนือ ซึ่งให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากร (G.S.P) แก่ประเทศกำลังพัฒนา สำหรับการส่งสับปะรดประปองเข้าไปใน ตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปตามชนิดของสับปะรด ซึ่งจะเก็บตั้งแต่ร้อยละ 22 ของราคาขึ้นไป อัตราภาษีที่ลดหย่อนสำหรับสับปะรดประปองชนิดแก้วหรือชนิดเป็นวงกับชนิดที่ไม่ใช่แก้ว กึ่งแก้วหรือชนิดเป็นวงจะอยู่ในอัตราร้อยละ 15-12 ของราคาเป็นต้น ซึ่งการลดอัตราภาษีตามโครงการ (G.S.P) ไม่ได้เป็นการเพิ่มอำนาจการแข่งขันให้กับประเทศไทย เนื่องจากประเทศผู้ส่งออกสับปะรดประปอง ไปยังกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือส่วนใหญ่ คือ ประเทศกำลังพัฒนาด้วยกันทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยจะเสียเปรียบ แก่ประเทศคู่แข่งที่ได้รับการสิทธิพิเศษ โดยไม่ต้องเสียภาษีการนำเข้า ซึ่งเป็นภาษีสนธิสัญญาโลเม (Lome Convention) อันได้แก่เคนยา เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมทั้งประเทศเหล่านี้ยังได้เปรียบทางด้าน การขนส่งด้วย และนั่นจึงอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบกว่าไทยทางด้านราคาซึ่งค่อนข้างสูงกว่า

นอกจากนี้ทางการญี่ปุ่นได้กำหนดพิกัดอัตราภาษีศุลกากรร้อยละ 55 ของมูลค่า ในราคา ซี.ไอ.เอฟ. (C.I.F) และกำหนดโควต้าสี่ปีระดกระป๋องนำเข้าเป็นการทั่วไป (Global Quota) ซึ่งผู้ส่งออกของไทยส่วนใหญ่ ต้องซื้อโควต้าจากบริษัทญี่ปุ่นในอัตรา ร้อยละ 2 ของมูลค่าสี่ปีระดกระป๋องที่ส่งไปญี่ปุ่นทั้งหมด จึงทำให้ต้นทุนในการขายสี่ปีระด กระป๋องค่อนข้างสูง และตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบในเชิงการแข่งขันกับสี่ปีระดกระป๋อง ของประเทศอื่น ทั้งนี้ก็เพราะบริษัทผู้นำเข้าส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศที่เคยนำเข้า เป็นประจำอยู่แล้ว เช่น ใต้หวัน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และบริษัทอื่นที่ญี่ปุ่นร่วมทุนอยู่ด้วย เป็นต้น ซึ่งประเทศคู่แข่งเหล่านี้มีสิทธิพิเศษอื่นเนื่องมาจากการเป็นสมาชิกของสมาคม นำ สี่ปีระด เข้าแห่งประเทศญี่ปุ่น แต่ในปัจจุบัน รัฐบาลญี่ปุ่นได้เลิกกำหนดโควต้าการนำเข้าใน ปีพ.ศ. 2530 ให้มีการนำเข้าสี่ปีระดกระป๋องได้เสรี นับว่าเป็นผลดีแก่ประเทศไทยอย่าง มาก

1.3. ภาษีศุลกากรแบบรวม (Combination Tariffs) คือ การ เรียกเก็บภาษีศุลกากรแบบรวม 2 ชนิดแรกเข้าด้วยกัน เช่น เก็บตามน้ำหนักบวกกับ เปอร์เซนต์ของราคาสินค้า เป็นต้น

2. ค่าขนส่ง โดยเฉพาะการส่งสี่ปีระดกระป๋องออกไปยังตลาด สหรัฐอเมริกาได้แก่ ปัญหาอัตราค่าระวางเรือจากไทยไปสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะมีผลต่อต้นทุน และราคาส่งออกสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศ คู่แข่งขันในด้านราคาการส่งออก ซึ่งอยู่ในใกล้สหรัฐอเมริกามากกว่าและเสียค่าระวางต่ำกว่า นอกจากนี้ประเทศไทย ยังต้องเผชิญกับปัญหาการขนส่ง และอัตราค่าระวางเรือที่จะใช้ขนส่งสินค้าจากไทยไปยังประเทศในตะวันออกกลางนั้นไม่มีสม่ำเสมอ หากเรือได้ยากเมื่อเปรียบเทียบกับเรือของมาเลเซีย ซึ่งเป็นคู่แข่งกัน และเรือที่ขนส่งสินค้าไปยังตลาดตะวันออกกลางเป็นประจำทุกสัปดาห์ และอัตราค่าระวางเรือของไทยก็ยังแพงกว่าของมาเลเซีย และใต้หวันอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่อย่างไรก็ดี นอกจากปัญหาด้านต้นทุนดังกล่าวแล้ว ก็ยังมีปัญหาทางด้านวิถีการดำเนินงานโดยเฉพาะการซื้อขายในตลาดต่างประเทศมักมีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าสำหรับรายที่มีตัวแทนประจำอยู่ในต่างประเทศ ตัวแทนจะทำหน้าที่ในการเจรจากับผู้ซื้อและดำเนินงานทางด้านตลาดต่างประเทศ ส่วนบริษัทที่ทำการส่งออกเองจะทำหน้าที่ติดต่อกับประเทศผู้ซื้อโดยตรงการดำเนินงานจึงเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ แม้ผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง ได้มีการรวมกันเป็นสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปแล้วก็ตาม แต่ยังขาดความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน ทำให้มีการแข่งขันและราคาส่งออกมีหลายราคารวมทั้งประเทศไทยประสบปัญหาในการส่งออกสับปะรดกระป๋อง ถึงแม้ว่าประเทศผู้ผลิตเพื่อการส่งออกและผู้บริโภคจะพยายามร่วมมือเข้าหากันอย่างกระตือรือร้น เพื่อกำหนดราคาขั้นต่ำร่วมกันแล้วก็ตาม แต่ราคาก็ยังอยู่ในระดับต่ำกว่าราคารับตันที่ตกลงกันได้เนื่องจากประเทศต่าง ๆ คาดคะเนว่าประเทศไทย ไม่สามารถที่จะควบคุมปริมาณผลผลิตสับปะรดกระป๋อง ให้พอ กับความต้องการของประเทศผู้นำเข้าได้

อย่างไรก็ดี อาจจะกล่าวโดยสรุปได้ว่าในเรื่องของการตั้งราคานั้น เป็นปัญหาที่นักการตลาดจะต้องพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนที่สุดอย่างหนึ่ง นอกเหนือจากการพิจารณาถึงความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านต้นทุนต่าง ๆ สภาพการแข่งขัน กฎเกณฑ์ข้อบังคับในนานาประเทศ และอำนาจซื้อของลูกค้าในแต่ละประเทศ รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ อีกมาก ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการตั้งราคาเป็นภาระกิจที่ยุ่ยากซับซ้อนพอสมควรที่นักการตลาดจะต้องใช้ความรู้ความสามารถเพื่อประยุกต์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดราคาขายที่คาดว่าจะดีที่สุด โดยให้เหมาะสมกับสภาพการยอมรับของลูกค้าและให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนระยะยาวของธุรกิจของตนอย่างสมบูรณ์

### ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Channels of Distribution)

ช่องทางการจัดจำหน่ายในบางครั้งเรียกว่า วิถีการจำหน่าย ได้แก่ เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ผ่านมือ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งมักจะประกอบด้วยผู้ผลิต พ่อค้า

คนกลางหรือตัวแทนคนกลางต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งอาจจะเลือกใช้ช่องทางการจำหน่ายได้หลายทางด้วยกัน นอกจากนี้การกำหนดช่องทางการจำหน่ายและการแก้ปัญหาการจัดการเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายเป็นงานที่ยุ่งยากมาก ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า โครงสร้างการจำหน่ายมีลักษณะเคลื่อนไหว (Dinamic) และมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การขัดแย้งเชิงแข่งขันมักจะทำให้มีการปรับปรุงช่องทางการจำหน่ายใหม่ ถ้าช่องทางการจำหน่ายอิงนานเพียงใด ปัญหาของผู้ผลิตก็จะมีมากเพียงนั้น เพราะผู้ผลิตอยู่ห่างจากผู้บริโภคหรือผู้ใช้คนสุดท้ายมาก นอกจากนี้ผู้ผลิตมักจะไม่มีความกังวลหรือความห่วงใยต่อช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตน หรือถ้าทำได้ก็อยู่ภายในขอบเขตหนึ่ง ทำให้ไม่สามารถรับข้อมูลข่าวสารทางการตลาดที่เกี่ยวกับตลาดและผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ละเอียดและรวดเร็วเท่าที่ควร

สำหรับการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สับปะรดกระป๋องที่ออกจากโรงงานสุตลาดนั้น อาจจะแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1 ส่วนที่จำหน่ายภายในประเทศ การจำหน่ายสับปะรดกระป๋องภายในประเทศของโรงงานนั้นไม่เกินร้อยละ 10 ทั้งนี้เป็นเพราะประเทศไทยมีผลไม้สดสำหรับการบริโภคมากมายหลายชนิด และราคาถูกกว่าผลไม้กระป๋อง ดังนั้นช่องทางการจำหน่ายสับปะรดกระป๋องภายในประเทศจะเป็นดังนี้

1.1 ผู้ผลิต-ผู้บริโภค (Producer-Consumer) เป็นช่องทางการจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งจะไม่มีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง ฉะนั้นจึงเป็นช่องทางการจำหน่ายที่สั้นและง่ายที่สุด สำหรับผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องนั้น ทางโรงงานจะมีร้านค้าของตนเองเพื่อจำหน่ายให้แก่พนักงานของโรงงานและจำหน่ายโดยตรงแก่ประชาชนเช่น บริษัท โดล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น

1.2 ผู้ผลิต-พ่อค้าปลีก-ผู้บริโภค (Produce-Retailer-Consumer) ในลักษณะเช่นนี้ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ซึ่งได้แก่ ร้านสรรพสินค้า ร้านสหกรณ์ จะทำการซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องแล้วทำการขายต่อให้กับผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ผู้ผลิต-ตัวแทน-พ่อค้าปลีก-ผู้บริโภค (Producer-Agent-Retailer-Consumer) แทนที่จะใช้พ่อค้าส่ง ผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องบางรายพอใจที่จะใช้ตัวแทนผู้ผลิต (Manufacturer's Agent) ตัวแทนการขาย (Selling Agent) นายหน้า (Broker) หรือคนกลางที่มีลักษณะตัวแทนประเภทอื่น ๆ ในการนำผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของตนเอง เข้าไปสู่ตลาดการค้าปลีก โดยเฉพาะตลาดที่มีขอบเขตกว้างขวาง และจากร้านค้าปลีกต่าง ๆ นี้เอง ก็จะจำหน่ายไปสู่ผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง

## 2. ส่วนที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

เนื่องจากผลผลิตสับปะรดกระป๋องของไทยประมาณร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งหมดผลิตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ โดยเฉพาะปริมาณส่งออกนี้ร้อยละ 80 ส่งไปยังสหรัฐอเมริกาและประชาคมยุโรป ที่เหลือส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ แคนาดา ญี่ปุ่น นอร์เวย์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการกำหนดช่องทางการจำหน่าย ของโรงงานอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง ของแต่ละโรงงานก็มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ผลิต สับปะรดกระป๋องบางรายอาจทำหน้าที่ส่งออกเอง หรือบางรายจะมีตัวแทนจำหน่ายประจำอยู่ต่างประเทศ สำหรับรายที่ทำการส่งออกเอง ยังไม่มีการร่วมกันจัดตั้งเป็นรูปบริษัทส่งออกโดยตรง แต่จะทำในรูปต่างคนต่างทำ อย่างไรก็ตาม ลักษณะการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

2.1 การส่งออกโดยผ่านโดยการผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง (Export Through Agents of other Middleman) ในประเทศนั้น ๆ ทำให้เกิดผลดีคือ เป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย และยังทำให้ผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องใช้ความพยายามน้อยในด้านการตลาดต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ผู้ดำเนินการต้องเป็นผู้รู้สถานการณ์ตลาดท้องถิ่นเป็นอย่างดี สำหรับบางประเทศพ่อค้าคนกลาง มีสิทธิสำหรับการต่อรองในอัตราภาษีได้ในบางครั้งทำให้เกิดผลเสีย คือ สำหรับผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องที่ทำการส่งออกสับปะรดกระป๋องออกนั้นไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ทางการตลาดได้ และจะทำให้ไม่สามารถจะรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมากได้

เมื่อมีความเจริญมากขึ้นในการค้าระหว่างประเทศ บริษัทส่วนมากจะรอรับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับใบงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำสั่งซื้อจากตัวกลางแต่อย่างเดียวไม่ได้ และมักจะไม่ได้ยอดขายที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตต่าง ๆ จำเป็นต้องออกไปทำการค้าขายเองในตลาดต่างประเทศ ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการออกไปหาผู้บริโภคไม่ใช่รอผู้บริโภคเข้ามาหา

2.2 การส่งออกโดยผ่านบริษัทสาขา (Export Through Branch Sale Office or Sales Subdetailers ) วิธีนี้ผู้ผลิตจะจัดตั้งสาขาอิสระหรือบริษัทในเครือขึ้นเพื่อดำเนินการจำหน่ายเอง

ทำให้เกิดผลดี คือทำให้การดำเนินการในด้านต่าง ๆ ดำเนินการได้คล่องตัวกว่า และทำให้มีการควบคุมทางการตลาดมากขึ้น ในกรณีที่บริษัทสาขาหรือบริษัทในเครือดำเนินการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ มักจะได้รับการช่วยเหลือในด้านภาษีที่ไม่เรียกเก็บ จากกิจการที่ดำเนินการขาดทุน และในกรณีที่จำเป็นต้องจ่ายอัตราภาษี เมื่อเทียบและจะเสียภาษีในอัตราต่ำ และถ้าเป็นเงินกู้มาลงทุน ตราใบใดที่ยังต้องจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ยืมอยู่เสมอ มักจะได้รับการยกเว้นการเสียภาษี ทำให้เกิดผลเสียคือค่าใช้จ่ายสูงขึ้น และต้องมีตลาดที่กว้างพอจึงจะคุ้มค่าใช้จ่ายเพราะต้องมีผู้บริหารประจำอยู่ตลอดเวลาในบริษัทสาขาหรือในเครือ ประกอบกับผู้บริหารมักจะไม่รู้สถานการณ์ทางการตลาดได้ดีเท่านักพ่อค้าพื้นเมือง

2.3 การส่งออกโดยผ่านผู้นำเข้าผู้จัดจำหน่าย และพ่อค้าปลีก (Export through Importer, Distributor and Retailer) ในประเทศนั้น ๆ วิธีนี้แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องผ่านไปได้หลายช่องทาง ซึ่งหากช่องทางจำหน่าย มีมากเพียงใด ย่อมเพิ่มความยุ่งยากให้แก่ผู้ผลิตเพียงนั้น รวมทั้งจะเป็นการเสียเปรียบคู่แข่งในด้านราคา

### การนิยามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ (Product Mixed)

บริษัทอุตสาหกรรมผลิตสับปะรดกระป๋องของไทยในแต่ละบริษัท จะมีจำนวนสายผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน แต่ก็อาจจะกล่าวโดยสรุปรวมได้ว่า บริษัทผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องที่มีอยู่ นั้น ได้แบ่งสายผลิตภัณฑ์ตามขนาดของการบรรจุกระป๋อง เช่น 20 ออนซ์ 30 ออนซ์ และ 108 ออนซ์ ขณะเดียวกันก็มีการขยายส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ (Expansion of Production Mix) คือ น้ำสับปะรดกระป๋อง สั้นจืดกระป๋อง เฉากะกระป๋อง และลำไย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระป๋อง เป็นต้น

### การทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างกันและการแบ่งแยกตลาด

(Product Differentiation and Market Segmentation) ของ  
ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง

การสร้าง ความแตกต่างในผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง และการแบ่งส่วนตลาด เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันมาก ซึ่งกลยุทธ์ทั้งสองนี้จะช่วย หลีกเลี่ยงจากการแข่งขันทางด้านราคาในบางตลาด เช่นในตลาดประเทศญี่ปุ่น หรือสหรัฐอเมริกา เป็นต้น โดยเฉพาะการเสนอตัดราคาของประเทศฟิลิปปินส์ การใช้กลยุทธ์ทั้งสองนี้มักจะอาศัยความพยายามในการโฆษณา และการส่งเสริมการขายอย่างมาก ทั้งนี้ เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยแตกต่างจากคู่แข่งอื่น และดีกว่าผลิตภัณฑ์ของ คู่แข่งอื่น การทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งอื่นอาจ ทำได้หลายวิธี เช่น ทำให้แตกต่าง ในด้านคุณภาพ ด้านรูปแบบ ด้านตราหือ หรือด้านหีบห่อ เป็นต้น

ส่วนการใช้กลยุทธ์แบ่งแยกตลาด (Market Segmentation) นั้นเนื่องจาก ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในแต่ละตลาด เช่น ตลาดประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญด้านคุณภาพมาเป็นอันดับ 1 แต่ในตลาดสหรัฐอเมริกากลับเน้นหนักในเรื่อง ของคุณภาพและราคาควบคู่กันไป เป็นต้น ซึ่งจะต้องพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง ให้มีความแตกต่างกันไปเพื่อให้เป็นที่พอใจสำหรับตลาดแต่ละแห่ง ด้วยเหตุนี้การแยกตลาด จึงมีความเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการขยายส่วนผสมของผลิตภัณฑ์การโฆษณาและการส่งเสริม การขายจึงเป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่จะบอกให้ตลาดแต่ละส่วนได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใดที่ จะตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถตรวจสอบความต้องการของแต่ละ ส่วน และสถานะการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน และเพื่อที่จะเลือกตลาดส่วนที่ความต้องการจะมุ่ง ไปตลาดนั้นได้

### ระบบช่องทางกาจัดจำหน่ายของตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์สืบประคระบองก็เหมือนกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่จะต้องผ่านระบบช่องทางกาจัดจำหน่าย ซึ่งไม่เพียงแต่การควบคุมการทยอยผลิตภัณฑ์เท่านั้น หากแต่รวมถึงการผ่านการผ่านการเป็นเจ้าของและผ่านการตกลง ตกลงระหว่างพ่อค้าคนกลาง ผู้ผลิตและผู้บริโภคอีกด้วย

เนื่องจากช่องทางกาจัดจำหน่ายในตลาดระหว่างประเทศ ส่วนมากมักจะเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการทยอยผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงระบบช่องทางกาจัดจำหน่ายแต่ละประเทศอย่างรอบคอบ ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสามารถเลือกช่องทางกาจำหน่ายที่เหมาะสมที่สุด รวมถึงการพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย เช่น การคัดเลือกประเภทและจำนวนพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น

### การกำหนดช่องทางกาจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

สำหรับผลิตภัณฑ์สืบประคระบอง นั้นนักการตลาดระหว่างประเทศจะต้องติดตามการเคลื่อนไหวกาพัฒนาช่องทางกาจัดจำหน่ายในประเทศลูกค้าของตนและควรจะได้ทำการทดสอบ และพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนทำการตกลงใจในการทำสัญญาทั้งหมดทั้งหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องพยายามหาความร่วมมือและความคมผลงานอีกด้วย ประการที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการหาข่าวสารข้อมูลที่จะนำไปใช้คัดเลือกพ่อค้าคนกลางที่เหมาะสมที่สุด (specific middleman) ซึ่งอาจจะหาได้จากรายชื่อที่ปรากฏในสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่รัฐบาลได้จัดทำขึ้น

อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสืบประคระบองของไทยมักประสบปัญหา ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดของตลาดระหว่างประเทศมากกว่าภายในประเทศไม่ปัญหาใดก็ปัญหาหนึ่ง ซึ่ง พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

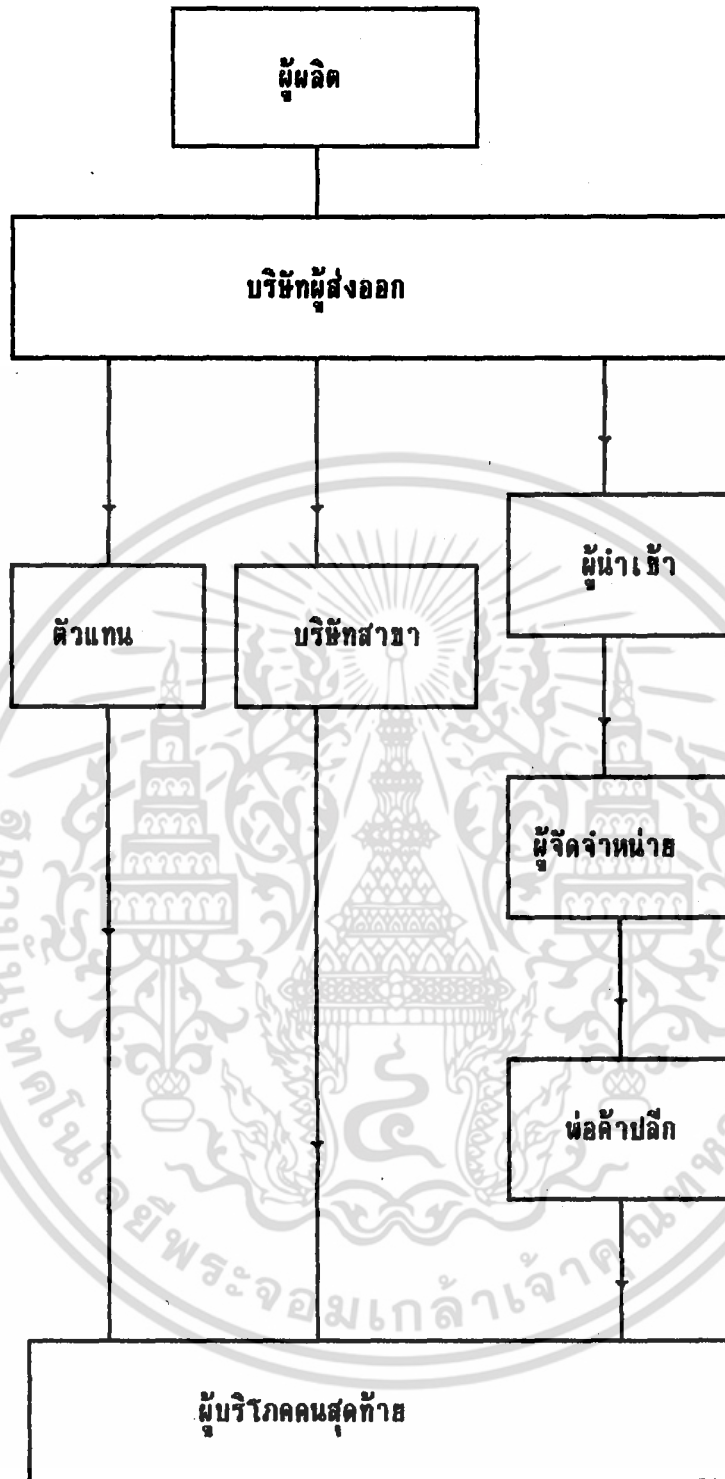
1. ปัญหาการครอบคลุมตลาด (market coverage) เป็นปัญหาที่แทบทุกบริษัทจะต้องได้พบประสบคือ ปัญหาที่ไม่สามารถจะปกคลุมตลาดได้อย่างทั่วถึง ตามแผนงานที่วางไว้ การขาดเงินทุน และการขาดคนพ่อค้าคนกลาง (Middleman) เป็นสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับปัญหานี้ด้วย

2. การมีสินค้าให้เพียงพอ (Merchandise Availability) เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการให้เครดิตนั้นมักสูง ดังนั้นจึงมักเกิดปัญหาภาวะเงินเฟ้อ ซึ่งก่อให้เกิดการขาดแคลนเงินทุน และปัญหาอื่น ๆ บังคับให้พ่อค้าคนกลางในต่างประเทศ (Foreign Middleman) ในหลายประเทศ ซึ่งมีการเก็บสินค้าคงเหลือไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหาสินค้าขาดสต็อก และเป็นการสูญเสียยอดขายให้แก่ลูกค้าอื่น ระบบช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นในบางประเทศผู้ผลิตจะจัดหาลังสินค้าในท้องถิ่นนั้น หรือยึดระยะเวลาการให้เครดิตออกไป เพื่อกระตุ้นให้พ่อค้าคนกลางทำการเก็บสินค้าคงเหลือให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดปัญหาขาดมือของสินค้าให้น้อยลงได้

3. การควบคุม (Control) ระบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีรูปแบบซับซ้อนยาวมากจะเกิดปัญหาทำให้ควบคุมยาก บางบริษัทต้องการตัดปัญหา ถึงกับจัดระบบการจัดจำหน่าย (Distribution System) ของตนเอง บางบริษัทก็ออกกฎข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อต้องการให้มีการควบคุม แต่อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันซึ่งตลาดโลก (World Market) ยังไม่เจริญสูงสุด การจะหวังให้มีการควบคุมที่แน่นอน ในระบบการจัดจำหน่ายระหว่างประเทศนั้นเป็นไปได้ไม่มากนัก

#### การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ตามคำจำกัดความของ "The American Marketing Association" กล่าวว่า การส่งเสริมการขาย คือ กิจกรรมทางการตลาดอื่น ๆ นอกเหนือจากการโฆษณา เช่น การขายโดยพนักงานขาย การตีพิมพ์และเผยแพร่ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค และกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ค้าปลีกที่ทำให้การขายมีประสิทธิภาพขึ้น เช่น การจัดแสดงในบ้าน งานมหกรรม หรืองานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ตลอดจนความพยายามเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**แผนภาพที่ 1** ช่องทางการตลาดที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตสินค้าประเภทกระป๋อง เฉพาะส่วนที่  
ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

ที่มา : ( )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบต่างๆที่ไม่เกี่ยวกับการกระทำตามปกติในกระบวนการส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mixed) ทั้งหมดนั้น การส่งเสริมการขายนับว่าเป็นกิจกรรมอื่นหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้บริษัทมักจะต้องมีการตรวจตราเกี่ยวกับการวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product Planning)

สำหรับผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยนั้น ยังให้ความสนใจในกลยุทธ์ทางด้านการตลาดต่างประเทศน้อยมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการส่งเสริมการขาย กล่าวคือ ยังไม่ได้มีการส่งเสริมการขาย และใช้เทคนิคทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพพอ ที่จะขยายยอดขายสินค้าออกและเพิ่มรายได้จากการนี้แต่อย่างใด ซึ่งจะเห็นได้ว่าการขยายตลาดไปยังประเทศสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และประเทศในตะวันออกกลางนั้น เนื่องจากประเทศดังกล่าวยังไม่รู้จักชื่อเสียง และเมื่อถือคุณภาพของสินค้าสับปะรดกระป๋องของไทยดีพอ จึงเป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดของไทย นอกจากนี้ในเรื่องอัตราศุลกากรที่สูง นโยบายนำเข้าที่เข้มงวด การเตรียมการเพื่อการป้องกันและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลบางประเทศ ก็เป็นส่วนเพียงพอสองส่วนหนึ่งของอุปสรรค หลายนอย่างของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องที่ส่งออกจากประเทศไทยที่จะต้องแก้ไขให้ได้

สิ่งสำคัญที่จะต้องนำมาพิจารณาเกี่ยวกับการตลาดในต่างประเทศเหล่านี้ คือ การวิจัยตลาด และอิทธิพลของการส่งเสริมการขายของผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ดีที่สุด ในการส่งเสริมบุกเบิก และขยายตลาดสับปะรดกระป๋องแต่ละแห่ง อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

ดังนั้นในขณะที่เป้าหมายทั่วไปของการขยายผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องออกของประเทศไทยในการส่งเสริมให้เกิดนโยบายการค้าที่คล่องตัว เพื่อเปิดช่องทางสู่ตลาดให้มากขึ้นและเตรียมการด้านผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องและอื่น ๆ นั้น สิ่งที่มีความสำคัญที่เหมือนกันก็คือ ความสามารถที่จะใช้วิธีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องออกของตนให้เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ โดยยึดหลักความเข้าใจถึงกระบวนการทางการตลาดปัจจุบัน การใช้เครื่องมือใหม่ ๆ และเทคนิคเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคขนาดใหญ่โดยเฉพาะตลาดในประเทศที่พัฒนาแล้ว สิ่งแวดล้อมทางสังคมมีความไวต่อการส่งเสริมการขายแบบ

แรงเร้าเป็นอย่างยิ่งนั้นคือ ควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการร่วมมือในการส่งเสริมการ

ชาวร่วมผลิตภัณฑ์ที่สับปะรดกระป๋องส่งออกของประเทศพัฒนาแล้ว

การกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคและการส่งเสริมการบริโภค เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด ในกระบวนการพัฒนาการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องขาออกของประเทศ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในตลาดของประเทศที่พัฒนาแล้ว และแม้จะมีความสำคัญที่สุด แต่ก็นับได้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกละเลยเพิกเฉยมากที่สุดด้วย นอกจากนี้จะมีการปรับปรุงด้านคุณภาพสับปะรดกระป๋อง การใช้เทคนิคใหม่ ๆ ในการผลิตและพยายามลดต้นทุนผลิตต่อหน่วยลงแล้ว เรื่องสำคัญที่สุดคือ การกำหนดวิธีการให้ข่าวสารและวิธีการจูงใจที่จะสามารถเปลี่ยนความพอใจของผู้บริโภคให้หันมาขึ้นชอบในผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง การขายที่รวมเอาประสิทธิภาพของการผลิต และวิธีปฏิบัติทางการตลาดเข้าด้วยกัน แล้วยึดเอากลยุทธ์นี้เป็นทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายทางการตลาดที่ตั้งไว้ ซึ่งการปฏิบัติทางการส่งเสริมก็คือ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดนั่นเอง

#### งานแสดงสินค้ากับการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง

โดยทั่วไปแล้วระบบการค้าอยู่ในรูปที่ว่า เมื่อพ่อค้าต้องการขายสินค้า เขาจะนำสินค้าไปวางแสดงไว้ที่หน้าร้าน เพื่อเรียกร้องความสนใจจากประชาชนที่ผ่านมาพบเข้า ต่อมา วิธีการส่งเสริมการขายวิวัฒนาการกว้างออกไปถึง ระบบการแสดงผลสินค้า (Trade Fair) ซึ่งเป็นวิธีอันหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมทั่วไปจากพ่อค้าในหลายประเทศ เนื่องจากงานแสดงสินค้าทำหน้าที่ทั้งสองอย่างดังกล่าวข้างต้น เป็นทั้งที่แสดงผลสินค้าและเป็นแหล่งตลาดสินค้านับเป็นสถานที่ ที่พบกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

การแสดงผลสินค้าจะเป็นแนวทาง ให้แก่พ่อค้าผู้ส่งออกทำการค้าในตลาดต่างประเทศ เพราะเป็นสถานที่ที่ดีที่สุด ที่จะนำสินค้าออกขายอันจะนำมา ซึ่งการตกลงในสัญญาการค้า และที่สำคัญประการหนึ่งก็คือความสามารถที่จะเรียนรู้ภาวะตลาดได้อย่างรวดเร็วและสะดวก แต่สิ่งเหล่านี้จะสำเร็จสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อสถานที่และช่องทางที่ถูกต้องและเหมาะสมในการร่วมแสดงผลสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแสดงสินค้าต่างประเทศนั้นในปัจจุบันอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. แบบทั่ว ๆ ไป หรือเรียกกันว่า แบบตามแนวนอน (Horizontal) กล่าวคือสินค้า ที่นำออกแสดงเป็นสินค้าต่างชนิดกัน โดยแบ่งตามหมวดหมู่แต่ละประเภท หรือประเภทของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน ในบางครั้งการแบ่งเนื้อที่เพื่อแสดงสินค้านั้นทำให้ระบบว่าประเทศใดมาก่อนก็เลือกไปก่อน ต่างกับการจัดในระบบหมวดหมู่มักใช้ในงานแสดงที่ใหญ่ และเปิดให้เข้าชมทั้งพ่อค้าและประชาชนโดยทั่วไป

2. แบบที่เฉพาะในประเภทของสินค้าหรือที่เรียกกันว่า แบบตามแนวตั้ง (Vertical) ซึ่งมักจะมุ่งเฉพาะในสินค้าอุตสาหกรรมหรือกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมอันได้แก่พวกวิทยุอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องอุปกรณ์ และเครื่องจักรในการบรรจุหีบห่อ เป็นต้น

งานแสดงสินค้าทั้ง 2 ประเภทนี้ใช้ประโยชน์เท่าเทียมกัน แต่ต่างกันที่วัตถุประสงค์กล่าวคือ งานแสดงสินค้าชนิดทั่ว ๆ ไป หรือแบบตามแนวนอน (Horizontal) จะเป็นที่น่าสนใจของผู้เข้าชมหลายระดับ และบุคคลหลายประเภท ที่มีรสนิยมต่าง ๆ กัน ซึ่งเป็นงานแสดงที่เหมาะสมแก่สินค้าที่ผลิตออกใหม่ ๆ ซึ่งต้องการให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่ว ๆ ไปหรือสินค้าประเภทบริโภคทั้งหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง เป็นต้น ฉะนั้นอาจจะกล่าวได้ว่างานแสดงสินค้าชนิด (Horizontal) นั้นจุดประสงค์ส่วนใหญ่เป็นการปลูกสร้าง " Image " ในความผลิตภัณฑ์ของประเทศให้กับสาธารณชนทั่ว ๆ ไป ในต่างประเทศซึ่งบริษัทที่คิดจะทำการส่งออกได้ใช้งานแสดงสินค้า เป็นแหล่งทดสอบความต้องการของตลาด เพื่อจะได้เลือกช่องทางจำหน่ายได้อย่างถูกต้อง

หลักในการพิจารณาก่อนที่จะเข้าร่วมงานแสดงสินค้านั้น อาจจะใช้เป็นแนวทางอย่างคร่าว ๆ สำหรับผู้ส่งออก คือ

1) เพื่อหาตัวแทน (Agent) ที่ดี ซึ่งจะทำการขายผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องให้กับเราในต่างประเทศ โดยทั่วไปแล้วการไปร่วมงานแสดงสินค้านั้น เราสามารถได้

ตัวแทนจากประเทศอื่น ๆ นอกเหนือไปจากประเทศที่เป็นเจ้าภาพในการจัดแสดงนั้นเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตัวแทนหรือ Agent ในการขายจากประเทศต่าง ๆ มักมาในงานเพื่อหาห้างร้านที่ตนจะรับเป็นตัวแทนนำสินค้าไปจำหน่ายให้ หรือเสาะหาสินค้าใหม่ ๆ เพื่อนำไปจำหน่าย

2) เพื่อเป็นการสนับสนุน (Agent) ของเรา ถ้าบริษัทเรามีตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศอยู่แล้วการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าก็จะมีประโยชน์ ในการส่งเสริมชื่อเสียง และเพื่อการขยายการขายของเราให้มากขึ้น เพราะว่าหลังจากงานแสดงแล้ว เราอาจได้ทั้งจำนวนตัวแทนในการขายสินค้ามากขึ้น และปริมาณยอดขายด้วย

3) เพื่อเป็นการทดสอบความต้องการของตลาด เนื่องจากการนำผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องไปแสดง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขาย ณจุดแสดงสินค้า (Sales on the spot) นี้จะไม่ให้ประโยชน์มาก เท่ากับถ้าเราได้ส่งตัวอย่างสินค้าไปให้ทางต่างประเทศก่อนเพื่อทดสอบรสนิยมของผู้บริโภค หรือถ้าได้ทำการประชาสัมพันธ์ก่อนงานแสดงสินค้า (Prefair-publicity) ก็จะสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้บริโภคได้เพื่อเราจะได้ปรับปรุงหรือผลิตสินค้าเรา เพื่อให้ตรงตามความต้องการ ของผู้บริโภคอันจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงเป็นอย่างยิ่ง

4) การพิจารณาคู่แข่งขัน เราอาจทำการประเมินค่าภาวะการแข่งขันได้ โดยการดูรอบ ๆ บริเวณงานแสดงหรือสนทนากับผู้ที่นำสินค้ามาแสดงทั้งหลาย และรวบรวมรายงานการขายเพื่อเป็นแนวทางให้รู้ถึงเรื่องราวของคู่แข่งที่เราจะต้องเผชิญในตลาดการค้า ซึ่งจะให้รายละเอียดเหล่านี้ให้ประโยชน์ทางด้านของเขตการขายของเรา คุณภาพ และชนิดหีบห่อ ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้ให้ประโยชน์ทางด้านตลาดแก่เรามาก อย่างไรก็ตาม อ้อว่าได้ถือข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับนี้เป็นข้อมูลเพียงแหล่งเดียวโดด ๆ เป็นอันตราย ในการไปเป็นผู้เข้าชมงานแสดงก่อนนั้นทำให้เรารู้ลู่ทางในการจะนำสินค้าไปแสดง และประชาชนที่มาในงานส่วนใหญ่ เป็นประเภทใด ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้จะใช้เป็นเครื่องตัดสินใจของเราในการจะมาเข้าร่วมงานในปีต่อไป

5) งานแสดงสินค้าจะเป็นตลาดที่สำเร็จสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อมีการซื้อขายสินค้ากับลูกค้านั้นๆ หรือมิฉะนั้นทางร้านค้าที่ได้นำไปแสดงนั้นได้ทำสัญญาในการรับคำสั่งผลิต (Order)

สินค้าภายหลังการแสดงแล้ว

6) การเรียนรู้ถึงการขาย และการส่งเสริมการขายจากบรรดาพ่อค้าส่งออก ที่มาร่วมงานแสดงทั้งหลายโดยสามารถพิจารณาว่า เขาใช้วิธีการอย่างไร ในการขาย รวมถึงวิธีที่ใช้ดึงดูดผู้เข้าชมให้มาซื้อสินค้าโดยใช้การจัดร้านเป็นเครื่องมือและอื่น ๆ ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ เราสามารถนำมาเป็นหลักในการร่วมแสดงในอนาคต

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการที่จะนำเอาส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้กับการผลิตและการค้าปลีกประดกระป้องวของไทยนั้น นักการตลาดจะต้องทำความเข้าใจกับสภาวะของตลาดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและต้องมีความสามารถที่จะนำเอามาตรการทางการตลาดซึ่งมีอยู่หลายอย่างมาใช้ร่วมกัน (Mix) และประกอบกันในอัตราส่วนที่เหมาะสม (Proper Mix) โดยเฉพาะในเรื่องของสภาวะของตลาดที่เกี่ยวข้องกันสินค้านี้มีลักษณะเคลื่อนไหว (Dynamic) อยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นสภาวะที่อยู่นอกเหนือ การควบคุมของนักการตลาด ฉะนั้นจึงเป็นเรื่องที่นักการตลาดจะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจให้ถูกต้องแต่มาตรการทางการตลาดนั้น เป็นเรื่องของเทคนิคที่นักการตลาดจะต้องนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด และเป็นเรื่องของผู้บริหารการตลาดที่จะเลือกนำเอาวิธีการที่เหมาะสมและส่วนสัดที่ถูกต้องไปใช้ในการปฏิบัติ ได้มีผู้รู้ในวิชาการตลาดให้คำเปรียบเทียบกับว่าหลักการ (Marketing Mixed) ก็เหมือนกับการใช้เครื่องรับโทรทัศน์ กล่าวคือ สภาวะของตลาดที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ก็เหมือนกับตัวเครื่องรับที่มีขนาดเครื่องขนาดตู้จำกัด อยู่ในลักษณะมาจากโรงงานได้ หน้าที่ของผู้ใช้จึงมีเพียงทำความเข้าใจและยอมรับสภาพตามที่เป็นอยู่ แต่มาตรการทางการตลาดนั้น ก็เหมือนกับการปรับภาพ แสงสี และ เสียง ซึ่งผู้ใช้เครื่องรับอาจจะหมุนการปรับให้ได้ภาพที่ชัดเจน เส้นดิ่งหรือเบาได้ตามที่ต้องการ เราจะเน้นมาตรการอันใดก็สุด แต่ความคิดเห็นของนักการตลาด ซึ่งสิ่งสำคัญก็คือ นักการตลาดจะต้องทำตัวให้ทันต่อสภาพการณ์เคลื่อนไหว (Dynamic) สามารถที่จะทำความเข้าใจต่อสภาวะที่เป็นอยู่ในระยะใดระยะหนึ่ง และพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงแผนการตลาด (Marketing Program) ค้นหาวิธีการที่ได้มาซึ่ง " อัตราส่วนผสมที่ถูกต้อง

(Proper Program) ของมาตรการทางการตลาดซึ่งมีอยู่หลายอย่างด้วยกัน ทั้งนี้ก็เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า กับการแข่งขันกับการควบคุมของกฎหมาย  
และสังคมในแต่ละประเทศ และสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปภาวะการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

สรุปภาวะการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย

ภาวะการผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนการส่งออกของทางผู้ผลิต และยังขึ้นอยู่กับผลผลิตสับปะรดสดภายในประเทศ จากการศึกษาภาวะการผลิต ของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง พบว่าผลผลิตของโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องที่รัฐบาลได้ให้การส่งเสริมนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 ได้มีการตั้งโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องเป็นต้นมาจนถึงปี พ.ศ. 2524 มีทั้งสิ้น 9 บริษัทที่เปิดดำเนินการผลิตแล้วนั้น มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 18.8 ล้านหีบต่อปี แต่เมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตจริงในปี พ.ศ. 2531แล้วจะเห็นได้ว่ายังอยู่ใน อัตรากำลังการผลิตที่เพิ่มในอัตราที่ต่ำมาก คือมีการผลิตเพิ่มเพียง 0.4 ล้านหีบต่อปี กล่าวคือผลผลิตจริงมีเพียง 19.2 ล้านหีบต่อปีเท่านั้นที่เป็นเช่นนั้นเนื่องจาก ไม่มีวัตถุดิบตลอดทั้งปี โรงงานจะผลิตได้เต็มกำลังการผลิตในช่วงฤดูกาลที่สับปะรดสุกเป็นจำนวนมากเท่านั้น หลังจากนั้นก็จะมีการผลิตส่วนเกินปล่อยทิ้งไว้ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋อง ได้อาศัยสับปะรดสดจากไร่ของโรงงานร้อยละ 50 และอาศัยสับปะรดสดจากไร่ของชาวไร่ทั่วไปอีกร้อยละ 50 ก็ตาม แต่โรงงานก็ยังไม่สามารถมีวัตถุดิบ (สับปะรดสด) เพื่อมาป้อนโรงงานให้เพียงพอตลอดทั้งปีได้ ทั้งนี้ ก็เนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. ชาวไร่ส่วนใหญ่ไม่นิยมปลูกสับปะรดแบบแถวคู่ ตามที่โรงงานต้องการให้ปลูกแต่ กลับนิยมปลูกแบบแถวเดี่ยว เพราะได้ผลโตกว่าและขายได้ราคาดีกว่า เมื่อพ่อค้าและแม่ค้าจากตลาดสดมาซื้อเพราะชาวไร่ส่วนใหญ่ต้องการจะนำไปขายให้กับตลาดสดมากกว่าที่จะนำไปขายให้โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋อง เพราะได้ราคาดีกว่า แต่ปัญหานี้ในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไวสำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันเริ่มคลี่คลายได้แล้ว

2. เนื่องจากทางโรงงานต้องการสับปะรดที่มีขนาดค่อนข้างเล็ก คือขนาดของผลมีเส้นผ่าศูนย์กลางไม่เกิน 5 นิ้ว และไม่สุกจัด จึงทำให้พ่อค้าคนกลางที่หาสับปะรดสดป้อนโรงงานจำต้องตัดสับปะรดจากชาวไร่ก่อนที่จะนำไปขายให้โรงงาน ทำให้บางครั้งพ่อค้าคนกลางไม่สามารถหาสับปะรดให้ได้ โดยเฉพาะในช่วงที่ราคาในตลาดสดดีถือว่า

3. เกษตรกรจะจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง และพ่อค้าคนกลางจะนำไปจำหน่ายให้กับโรงงานสับปะรดกระป๋องอีกทีหนึ่ง ส่วนราคาที่เกษตรกรได้รับขึ้นอยู่กับความต้องการผลผลิตของทางโรงงาน

4. ชาวไร่ส่วนใหญ่จำเป็นต้องกู้ยืมเงินจากนายทุน ซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลางจึงทำให้เกิดข้อผูกมัดในเรื่องการซื้อขายสับปะรดขึ้นระหว่างชาวไร่ กับนายทุนโดยชาวไร่จะขายสับปะรด ให้ผู้อื่นไม่ได้ และการขายนี้ชาวไร่มักจะถูกกดราคาเสมอ

5. ระบบโควต้า วิธีนี้ทางโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องจะเป็นผู้กำหนดโควตาที่จะผลิตให้แก่พ่อค้าคนกลางในปริมาณที่กำหนดไว้ และพ่อค้าคนกลางจะทำกรากวีนซื้อสับปะรดจากชาวไร่ และทำหน้าที่ในการรวบรวม(Assembling) สับปะรดเพื่อที่จะส่งขายให้แก่โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องต่อไป ซึ่งการใช้ระบบโควตานี้จะเป็นเครื่องกีดขวางการซื้อขายระหว่างทางโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องกับชาวไร่

### วัตถุดิบอื่น ๆ

กระป๋อง ในปัจจุบันโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องที่สามารถผลิตกระป๋องขึ้นเพื่อใช้เองมีอยู่ด้วยกัน 6 แห่ง แต่ก็มีบางโรงงานที่ซื้อจากบริษัทเมตลบีออร์ชไทยแลนด์จำกัด การที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องผลิตกระป๋อง เพื่อใช้เองนั้นก็เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต และยังหลีกเลี่ยงกับปัญหาความไม่แน่นอนในด้านราคา และความเร่งด่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีภรณ์นำไปใช้

## ในการใช้อีกด้วย

ปัญหาที่สำคัญที่สุดในส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยการผลิตก็คือการไม่มีวัตถุดิบตลอดทั้งปี ส่วนปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ เรื่องแรงงานนับว่าเป็นปัญหาไม่สำคัญนักเพราะเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ ส่วนในเรื่องราคาวัตถุดิบอื่น ๆ ซึ่งได้แก่น้ำตาลและวัตถุดิบสำหรับทำกระป๋องมีแนวโน้มว่าสูงขึ้นก็คงจะไม่นับอุปสรรคทางด้านราคาส่งออกมากนัก เนื่องจากเกือบทุกประเทศต้องประสบปัญหาเช่นเดียวกันนี้ และความผวนผันทางเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งสืบเนื่องมาจากภาวะวิกฤตการณ์น้ำมันอันเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไป

## สรุปภาวะการค้าสี่ประเทศกระป๋องของไทย

ทางด้านภาวะการค้าสี่ประเทศกระป๋องกับทางประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาที่มีแนวโน้มที่ดีในอนาคตจากสถิติการค้าตั้งแต่พ.ศ. 2518-2533 ในการทำการค้ากับประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี.ศ.2518-2521 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 400,000,000 บาท ต่อไปในปีพ.ศ.2522-2526 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 600,000,000-900,000,000 บาท และในปีพ.ศ.2527-2532 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 1,000,000,000 - 1,430,000,000 บาท แต่ในปีพ.ศ.2533 มีมูลค่าการส่งออกลดลง 300,000,000 บาท คือประมาณ 1,400,000,000 บาท ทางด้านการส่งออกกับประเทศญี่ปุ่น ในปีพ.ศ.2518-2522 มีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยประมาณ 40,000,000-90,000,000 บาท ในปีพ.ศ.2523-2524 มีมูลค่าการส่งออกลดลงจากเดิม 40,000,000 บาท คือมูลค่าประมาณ 50,000,000 - 60,000,000 บาท ในปีพ.ศ.2525-2531 มีมูลค่าการส่งออกสูงกว่าปีพ.ศ.2524 ถึง 2.24 เท่า คือประมาณ 110,000,000-160,000,000 บาท ในปีพ.ศ.2532 มีมูลค่าการส่งออกสูงกว่า ปีพ.ศ.2531ถึง 1.56 เท่าตัว คือมูลค่าการส่งออกประมาณ 205,000,000 บาท ในปีพ.ศ.2533 มีมูลค่าการส่งออก 592,471,157 สูงกว่าปีพ.ศ.2532 ถึง 3.34 เท่าตัว จากตัวเลขเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการส่งออกในอนาคตของประเทศทั้ง 2 นี้กับประเทศไทยจะมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ในทางด้านเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นและอเมริกาพอที่จะสรุปได้ดังนี้

### 1. ด้านภาษีศุลกากร

การส่งสับปะรดกระป๋องของไทยไปในตลาดประเทศญี่ปุ่น ในอดีตประเทศไทยต้องเสียเปรียบในด้านอัตราภาษีขาเข้าที่ไม่ได้รับการยกเว้น แต่ใน ปีพ.ศ. 2530 ประเทศญี่ปุ่นได้ยกเลิกภาษีการนำเข้าสับปะรดกระป๋องให้เป็นนำเข้าได้โดยเสรีแต่ได้เพิ่มมาตรการเกี่ยวกับระเบียบการนำเข้าที่เข้มงวดต่อสินค้าต่าง ๆ มากขึ้น ในทางด้านประเทศอเมริกาก็ยังให้นำเข้าได้อย่างเสรี

### 2. ในด้านค่าระวางขนส่งสินค้าออก

การว่าจ้างบริษัทเดินเรือชาวต่างชาติ มาทำการขนส่งสินค้าให้ต้องเสียค่าระวางสูงกว่าประเทศอื่น รวมทั้งหาเรือได้ยากและ เรือที่จะใช้ชนมีไม่สม่ำเสมอจึงทำให้ไทยเสียเปรียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ

### 3. ลักษณะการส่งออกที่ขาดความร่วมมือและประสานงาน

ต่างคนต่างทำงาน แม้ว่าจะมีสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปตั้งขึ้นแล้ว แต่ยังคงขาดความร่วมมือซึ่งกันและกัน ทำให้ไม่มีมาตรฐาน เกี่ยวกับราคาส่งออกโดยแข่งขันกันขายโดยตัดราคากันเอง ซึ่งเป็นผลเสียต่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกเอง

### 4. ขาดข่าวสารการตลาดและการวิจัยตลาด

ทำให้เกิดความเสียหายในการผลิต และการส่งออกสับปะรดกระป๋อง เนื่องจากไม่มีข้อมูลข่าวสารในการคาดคะเนความต้องการสับปะรดกระป๋องของตลาด และข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดต่าง ๆ ในตลาดนั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับปัญหาทางด้านการค้าของไทย เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเพิ่มของความต้องการนำเข้าสับปะรดกระป๋อง จะเห็นได้ว่าอยู่ในอัตราที่ช้ากว่าอัตราการเพิ่มของการผลิต ดังนั้นการขยายการส่งออกของไทยจะเพิ่มได้ ก็ต่อเมื่อเราจะต้องพยายามส่งเสริมสับปะรดกระป๋องที่มีราคาสามารถแข่งขันกับ ผู้ส่งออกรายอื่นได้ ทั้งนี้จะต้องทำให้ต้นทุนไม่สูงนัก ซึ่งอาจทำได้โดยการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการผลิตวัตถุดิบ เป็นต้น นอกจากนี้ปัญหาดังกล่าว แล้วยังคือ อุปสรรคด้านภาษีอากร รวมทั้งค่าระวางขนส่ง และการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการส่งออก เช่นในการส่งออกยังคงต้องอาศัยเรือของบริษัทต่างชาติ ซึ่งทำให้ประเทศไทยต้องเสียเปรียบประเทศอื่น อยู่นาน แต่ปัญหาเหล่านี้ ก็มีใช้ปัญหาสำคัญถึงขนาดที่จะยับยั้งการส่งสับปะรดกระป๋องออกได้

#### ปัญหาทางด้านราคาและการส่งออก

ปริมาณการส่งออกที่อยู่ในปริมาณที่มากที่สุดก็จริงแต่ว่า เป็นการนำเข้าโดยบริษัทสาขาของประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัท โคลนแห่งประเทศไทย ทำให้ราคาการนำเข้าอยู่ในราคาที่ต่ำกว่าประเทศญี่ปุ่น ส่วนประเทศญี่ปุ่นสับปะรดกระป๋องที่นำเข้าเป็นสับปะรดกระป๋องที่มีคุณภาพจึงมีราคาแพง แต่ในปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าสับปะรดกระป๋องในปริมาณที่สูงมาก เป็นเพราะว่า มีภาวะเงินเฟ้อเกิดในประเทศญี่ปุ่นทำให้ต้นทุนการผลิตในประเทศญี่ปุ่นสูงมาก จึงทำให้ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศเพราะว่ามีราคาถูกกว่าผลิตเอง ทำให้ในปี พ.ศ. 2534 มีการนำเข้าสับปะรดกระป๋องถึง 3.3 เท่าตัว ซึ่งผลิตกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีปริมาณการนำเข้าลดลง 40,000,000 ก.ก. เนื่องจากทางด้านผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยกลัวผลกระทบของมาตรการของมาตรา 301 ซึ่งมีผลกระทบต่อสินค้าบางประเภทของประเทศไทย ทำให้ยอดการส่งออกนั้นลดลง และประกอบกับประเทศสหรัฐอเมริกาเข้มงวดเป็นพิเศษในการนำเข้าในปลายปี 2529 และเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

จากผลการศึกษาพบว่าประเทศญี่ปุ่นจะมีแนวโน้มในการนำเข้าดังนี้  
ประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณการนำเข้าใน ปีพ.ศ.2534-2539 ดังนี้

13,832,146.250 14,593,691.301 15,355,236.353 16,116,781.404  
16,878,326.456 และ 17,639,871.507 กิโลกรัม

ประเทศอเมริกามีปริมาณการนำเข้าใน ปี พ.ศ.2534-2539 ดังนี้

150,152,386.475 157,889,316.303 165,626,246.131 173,363,175.959  
181,100,105.787 และ 188,837,035.615 กิโลกรัม

### ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาในด้านภาษีอากรที่เรียกเก็บจากสินค้าของบางประเทศนั้น หากจะพิจารณาฐานะการแข่งขันของไทย หรือความได้เปรียบเสียเปรียบทางด้านภาษีอากรในการส่งสับปะรดกระป๋องเข้าไปในตลาดประเทศญี่ปุ่น ในปัจจุบันแล้วนับว่าอยู่ในฐานะที่ด้อยกว่าแต่ก่อนมาก คาดว่าในปี พ.ศ. 2535 จะมีปริมาณการส่งออกมากกว่าเดิม ขณะเดียวกันรัฐบาลก็ควรมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือเจรจาค่าลดหย่อน ภาษีกับรัฐบาลประเทศญี่ปุ่นให้ช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ ถ้ารัฐบาลให้ความช่วยเหลือในเรื่องนี้ก็จะมีส่วนต่อการส่งออกสับปะรดกระป๋องออกของไทย

2. ปัญหาทางด้านค่าระวางเรือในการส่งออก เนื่องจากต้องพึ่งบริการเรือพาณิชย์ของชาวต่างชาติอยู่ ซึ่งในปัจจุบันยังมีระวางให้กับสินค้าไทยน้อยมากและไทยเราถึงไม่มีเรือเดินสมุทรขนาดใหญ่ที่จะทำการขนส่งได้ทีละมากๆ รัฐบาลควรจะช่วยแก้ไขโดยรัฐบาลช่วยเหลือเจรจาลดอัตราค่าขนส่งเพื่อไม่ให้เสียเปรียบบางประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลควรปรับปรุงโครงสร้างในด้านบริการขนถ่าย ที่ท่าเรือของเราเองให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้ส่งออกได้รับความสะดวกไม่เกิดความเสียหายอันเนื่อง มาจากความล่าช้า ในการส่งสินค้าไปประเทศคู่ค้ารวมทั้ง ควรจะได้มีการเร่งจัดร่างพระราชบัญญัติสภาผู้ขนส่งสินค้าทางเรือ และการจัดตั้งสภาผู้ขนส่งสินค้าทางเรือ ซึ่งร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวขณะนี้ ได้ผ่านมติคณะ

รัฐมนตรีแล้ว และกำลังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา ถ้าร่างพระราชบัญญัตินี้ได้ออกเป็นกฎหมายและได้มีการจัดตั้งสภาฯ แล้ว ปัญหาในเรื่องการขึ้นอัตราค่าระวางเรือ และความไม่สม่ำเสมอของเรือ ที่จะใช้ในการขนส่งคงจะได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้น เพราะอำนาจในการต่อรองจะมีมากขึ้น

4. ในด้านการขาดความร่วมมือและประสานงานกันของผู้ส่งออก โดยเฉพาะปัญหาในด้านการควบคุมราคาสับปะรดกระป๋อง ที่จะส่งไปยังประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนั้น รัฐบาล ควรจะให้ชมรมผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง เพื่อการส่งออก (Pineapple Packer Group) ซึ่งชมรมนี้อยู่ในสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปเป็นผู้ควบคุมการส่งออกขึ้นต่อกันเอง โดยกำหนดให้ผู้ผลิต และผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องจะต้องเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป การที่รัฐบาลจำเป็นต้องออกระเบียบดังกล่าวเพราะทางสมาคมไม่มีอำนาจ ไปบังคับผู้ส่งออกได้ ถ้าผู้ส่งออกรายนั้นมิได้เป็นสมาชิกของสมาคมฯ การที่สมาคมฯ ควบคุมราคาขึ้นต่ำ การส่งออกเองจะเป็นประโยชน์คือ

4.1 จะทำให้รวดเร็วและทันกับการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของราคาตลาดมากกว่า การที่ทางรัฐบาลจะเข้าควบคุมเอง นอกจากนี้สับปะรดกระป๋องที่ส่งออก ไปยังต่างประเทศ ก็มีราคาแตกต่างกันออกไป และมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องก็มีอยู่หลายชนิดด้วยกัน หากแก่การที่ทางราชการจะควบคุม

4.2 การที่ออกระเบียบให้ผู้ส่งออกต้องเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมฯ ผลก็คือ จะทำให้การตัดราคากันเองลดลง และอำนาจการต่อรองในการขายสินค้าให้กับต่างประเทศก็จะมีมากขึ้น

4.3 ในอนาคตก็อาจจะแยกตัวจากสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปออกมาเป็นสมาคมผู้ผลิตสับปะรดเพื่อการส่งออก หรือรวมกันเป็นบริษัทส่งออก เพื่อกำหนดปริมาณการผลิตเพื่อการส่งออก ราคา คุณภาพของสินค้า และร่วมกันหาตลาดเหมือนอย่างผู้ผลิตหน่อไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระป๋องและเห็ดกระป๋องในไต้หวัน ซึ่งได้รวมตัวกันขึ้น เป็น Taiwan Asparagus Canners Export Corporation (TACEC) และ Taiwan Mushroom Canner United Export Corporation (TMCUEC) ซึ่งทั้งสองบริษัทนี้ทำประโยชน์ให้แก่ผู้ผลิต ในการหาตลาดและรักษาระดับราคาที่เหมาะสมของสินค้าดังกล่าวในตลาดเอเชียนตะวันตก และได้ครองตลาดอย่างเหนียวแน่น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ผลิต และผู้ส่งออก สับปะรดกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ปัญหาความร่วมมือหรือประสานงานระหว่างประเทศผู้ส่งออกจะเป็น แนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ภาวะการผลิตและการตลาดของสับปะรดกระป๋องมีเสถียรภาพ การแสดงท่าทีแน่วแน่ของไทย ที่จะดำเนินการตามข้อตกลงที่ได้ทำไว้กับประเทศผู้ผลิตหรือ ผู้ส่งออกอื่น ซึ่งข้ออ้างประการหนึ่งที่ฟิลิปปินส์ยังคงขยายผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของตนใน ราคาต่ำกว่าที่ได้ตกลงไว้ก็คือเกรงว่าไทยจะไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงในการจำกัด การผลิตซึ่ง ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทยนี้ก็ได้มีแนวนโยบาย ที่จะจำกัด การผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอยู่แล้วมาตรการหรือแนวนโยบายหลาย ประการ ได้ดำเนินการและพิจารณา อาทิเช่นเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2529 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ระงับการ ให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรด กระป๋องและสับปะรดแช่แข็ง และเมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2529 กระทรวงอุตสาหกรรม ก็ได้ระงับการอนุญาตให้ตั้ง และขยายโรงงานประเภทนี้ด้วย และกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ ก็ได้พิจารณาเพื่อจำกัดเขตการผลิตสับปะรดกระป๋อง ให้อยู่ในเขตที่เหมาะสม และมีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ เป็นต้น

5. เรื่องปัญหาการขาดข่าวสาร และการวิจัยเกี่ยวกับตลาดของสับปะรด กระป๋องอื่น เนื่องมาจากโรงงานผู้ผลิตไม่สามารถจะติดตามข่าวความเคลื่อนไหวในต่าง ประเทศได้ ดีพอเพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงดังนั้นหน่วยงานของรัฐบาลมีความจำเป็นต้อง ดำเนินการติดตามข่าวคราวของ การเปลี่ยนแปลงด้านปริมาณความต้องการ การให้สิทธิ พิเศษแก่ผู้ส่งออก เช่น การยกเว้นภาษี หรือการให้โควตาเพิ่ม เป็นต้น หรือทำการวิจัย

ลักษณะตลาดของสินค้าตลอดจนศึกษาหาช่องทางสำหรับตลาดใหม่ ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ และกรมพาณิชย์สัมพันธ์ ซึ่งสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ทั้งนี้ ก็เพื่อที่จะนำมาวางแผนการผลิตและการตลาดให้สอดคล้อง ในฐานะที่ประเทศไทย เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกที่สำคัญประเทศหนึ่ง และสถานการณ์การค้า สืบปะรดกระป๋อง ที่เกิดขึ้นในระยะที่ผ่านมาทำให้เกิดผล กระทบกระเทือนโดยทั่วไป ในการแสวงหาช่องทางหรืออนาคตทางการค้าสืบปะรดกระป๋อง การค้าจึงไม่ควรมุ่งทางด้านตลาดผู้ซื้ออย่างเดียว แต่ควรศึกษาหาข้อมูลแนวนโยบายและท่าทีของประเทศคู่แข่งชั้น ี่อื่นด้วย

### ข้อเสนอแนะในการนำเอาส่วนผสมทางการตลาดมาใช้ในการผลิตและการค้า สืบปะรดกระป๋องของไทย

#### 1. ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สืบปะรดกระป๋อง

เนื่องจาก ตลาดสืบปะรดกระป๋องในปัจจุบันมีลักษณะ เป็นตลาดของผู้ซื้อ (Buyer's Market) และในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่สำคัญประเทศหนึ่งจึงควรให้ความสนใจเกี่ยวกับ สืบปะรดกระป๋องของแต่ละประเทศว่าเป็น อย่างไร กล่าวคือ ควรจะพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์สืบปะรดกระป๋อง ขนาดของ ผลิตภัณฑ์สืบปะรดกระป๋อง รวมทั้งคู่แข่งชั้นของไทยด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของเราให้สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละตลาดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งข้อควรพิจารณาทางด้านผลิตภัณฑ์อาจจะกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้คือ

1.1 ตราชื่อ (Brand) การออกแบบตราชื่อของผลิตภัณฑ์สืบปะรดกระป๋อง ของไทยนั้น ผู้ซื้อบางประเทศยังไม่ยอมรับตราผลิตภัณฑ์สืบปะรดกระป๋องของไทยเท่าใดนัก ดังนั้นผู้ผลิตควรสร้าง " brand Name " ในตัวสืบปะรดกระป๋องของไทยด้วย การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตราหรือฉลากให้ ทันสมัยทั้งในด้านสีสันทและการออกแบบ ซึ่งจะ ช่วยให้เกิดผลดีในแง่ของการโฆษณา การจัดแสดงสินค้า การสร้างชื่อเสียง และช่วยลด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปรียบเทียบราคา รวมทั้งรักษาระดับราคา เนื่องมาจากความแตกต่างของตราหัตถ์นั้น

1.2 การบรรจุหีบห่อ (Packaging) เนื่องจากการห้ามสิ่งกระดาษเหนียวเข้ามาใน ประเทศ จึงทำให้โรงงานผู้ผลิตต้องใช้กระดาษเหนียวทำกล่องด้วยราคาสูงกว่าต่างประเทศ และ คุณภาพด้อยกว่า ทั้งยังฉีกขาดและตกหล่นเสียหายง่าย ซึ่งจะ เป็นข้อเสียเปรียบในด้านการแข่งขันกับ ต่างประเทศได้นั้น ทางรัฐบาลควรจัดให้ความ ช่วยเหลือด้วยการผ่อนผันการนำเข้าจนกว่าเราจะสามารถ ปรับปรุงกระดาษเหนียวให้มี คุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศด้วยทั้งนี้ เพื่อที่จะช่วย ให้รักษาคุณภาพของสับปะรดกระป๋องได้เป็นเวลานาน

## 2. ทางด้านราคา (Price)

สับปะรดกระป๋องเนื่องจากตลาดสับปะรดกระป๋องหลายแห่ง (ยกเว้นสหรัฐอเมริกา) ถือว่าสับปะรดกระป๋อง เป็นสินค้ากึ่งฟุ่มเฟือยหรือไม่จำเป็นแก่การบริโภค แต่ก็ต้องมีคุณภาพดี ตลาดในประเทศญี่ปุ่นก็เช่นเดียวกันก็ต้องการสินค้าที่มีภาพสูง นอกจากนี้ในเรื่องของการตั้งราคา นั้นก็เป็นปัญหาหนึ่งที่จะต้องพิจารณาอย่างละเอียด นอกเหนือ จากการพิจารณาความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านต้นทุนต่างๆ สภาพการการแข่งขันกฎเกณฑ์ข้อบังคับในนานาประเทศ และอำนาจซื้อของลูกค้าในต่างประเทศแต่ละระดับ ทั้งนี้เพื่อกำหนดราคาขายที่คาดว่าจะดีที่สุดในแต่ละประเทศนั่นเอง ขณะเดียวกันก็จะต้องได้รับความร่วมมือ เป็นอย่างดีจากผู้ผลิตเพื่อ การส่งออกในแต่ละราย เพื่อกำหนดราคาขั้นต่ำ ของสับปะรดกระป๋อง และกำหนดมาตรฐานการป้องกันผู้ ส่งออกต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดปัญหาในเรื่องของการแข่งขันกัน เสนอขายตัดราคากันเองดังที่ผ่านมา

## 3. ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Channels of Distribution)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง สำหรับผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องที่เกี่ยวกับการเลือกช่องทางและจัดจำหน่ายนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ ซึ่งการจัดจำหน่ายสับปะรดกระป๋องโรงงานมีไม่เกิน ร้อยละ 10

3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายต่างประเทศ ซึ่งมีประมาณร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งหมด เกี่ยวกับระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของประเทศไทยเรานั้น เป็นที่น่าสังเกตว่าการส่งสับปะรดกระป๋องออก จะมีลักษณะที่ต่างคนต่างทำ ซึ่งลักษณะเช่นนี้อาจจะทำให้สับปะรดกระป๋องของไทยขาดความร่วมมือในด้านการส่งออก และกำหนดราคาขาย ซึ่งจะส่งผลเสียแก่ผู้ผลิตเพื่อการส่งออกเอง อย่างไรก็ตาม ทางโรงงานผู้ผลิตเพื่อส่งออกแต่ละรายควรจะหันมาร่วมมือกันในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความแตกต่างกันในระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการแสวงหาช่องทางใหม่ในตลาดที่ปริมาณการนำเข้ายังมีน้อย จึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ที่ควรจะให้มีความสนใจเกี่ยวกับการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศนั้นว่ามีวิธีดำเนินการเป็นอย่างไร เช่น

- 1) ศึกษาผู้นำเข้าและตัวแทน ค่านายหน้า
- 2) วิธีกรจัดจำหน่ายที่นิยมกันในประเทศนั้นๆ
- 3) พฤติกรรมการส่งสินค้าของผู้นำเข้า
- 4) ตัวแทนหรือผู้นำเข้านั้นๆ ต้องการความช่วยเหลือทางด้านโฆษณาหรือไม่

#### 4. ทางด้านกรส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ช่องผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋อง อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยเรานั้น ยังให้ความสนใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางด้านกรตลาดต่างประเทศน้อยมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการส่งเสริมการขาย และการวิจัยตลาดของผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง เพื่อที่จะสามารถกับประเทศอื่น ๆ ได้ จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึง การกระตุ้นความต้องการของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านกรค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภค และการส่งเสริมการบริโภค โดยการอาศัยเครื่องมือต่างๆ เข้าช่วย ซึ่งได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็น การเพิ่มพูนความสนใจ ความพอใจและความต้องการในผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทย โดยเฉพาะในตลาดที่ปริมาณการนำเข้า ยังมีน้อยจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้ ปริมาณความต้องการขยายตัวเพิ่มขึ้น รวมทั้งความพยายามในการบุกเบิก ขยายตลาด สับปะรดกระป๋องไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วกว้างขวางยิ่งขึ้น จึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับตลาด ที่มีความต้องการสับปะรดกระป๋องเป็นจำนวนมาก และประเทศไทยยังมีส่วนในตลาด (Market Share) ไม่มากนัก ได้แก่ ประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และ ประเทศแถบตะวันออกกลางซึ่งมีอำนาจซื้อสูงมาก แต่ประเทศเหล่านี้ยังไม่รู้จักชื่อเสียงและ เชื่อถือคุณภาพของผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทยดีพอ จึงเป็นหน้าที่ของนักบริหาร การตลาดที่จะได้มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธี การโฆษณาสับปะรดกระป๋องของไทยให้ เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคของประเทศดังกล่าว ตลอดจนเน้นในด้านราคาที่ถูกพอที่จะแข่งขันกับ ประเทศต่างๆ ได้และต้องมีคุณภาพดีด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตร. 2529. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6. กรุงเทพฯ: อัดสำเนา.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์. 2523. รายงานผลการศึกษาวิจัยสืบประด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ข่าวพาณิชย์.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์. 2523. รายงานผลการศึกษาวิจัย ภาวะและปัญหาสืบประดกระปอง. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรไทย.

กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2527. ภาวะการค้าสืบประดกระปองของประเทศ ไทยกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป. กรุงเทพฯ: (อัดสำเนา).

กองวิจัยสินค้าและการตลาด. 2531. ภาวะการค้าสืบประดกระปองของไทยกับสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ: (อัดสำเนา).

ไกรสร คือประโทน . 2523. ราคาผลิตผลเกษตรและรายได้. กรุงเทพฯ.

สมชัย รัชชธรรมกิจ. 2533. แผนการผลิตและการตลาดสืบประดกระปองของไทย. วารสารเศรษฐกิจการพาณิชย์. (พฤษภาคม-มิถุนายน): 8-12.

สุภาพรรณ หาญเทพินทร์. 2522. รายงานผลการวิจัยการขนส่งสืบประดสดและสืบประด-กระปองออกไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ข่าวพาณิชย์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลกวุฒิ สหสาธา. 2531. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์สัปดาห์ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานินพนธ์, ปริฤฎยาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

หน่วยอุตสาหกรรมฝ่ายวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย. 2524. ภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร.

Food and Agricultural Organization of United Nation. 1989.

FAO Trade Yeards Boooks.

International Monetary Fund. 1975-1990. International Financial Statistic Year Books.

Naahira Tagushi. 1990. The Japanese Marketing. Tokyo:60-80.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ก.

### มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

#### สับปะรดกระป๋อง

##### 1. ขอบข่าย

1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้กำหนด ชนิด แบบของการบรรจุ ส่วนประกอบ คุณสมบัติที่ต้องการ วัตถุประสงค์ เจือปนอาหาร สารปนเปื้อน สุขลักษณะ ปริมาณเครื่องหมายและ ฉลาก การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน และการวิเคราะห์สับปะรดกระป๋อง

##### 2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

2.1 สับปะรดกระป๋อง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสับปะรด สารที่ใช้บรรจุอาจมีวัตถุเจือปนอาหาร (food additive) และส่วนประกอบอื่น (ingredient) รวมบรรจุอยู่ในกระป๋องและผ่านกรรมวิธีใช้ความร้อน เพื่อยับยั้งการเจริญเติบโตหรือทำลายการขยายพันธุ์ของจุลินทรีย์

2.2 สับปะรด หมายถึง ผลของสับปะรดที่มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า แอนานาส โคโมซิส แอล.เมอร์. (Ananas comosus L. Merr.) พันธุ์ที่เหมาะสมสำหรับใช้ทำสับปะรดกระป๋อง ซึ่งได้ปอกเปลือกแล้วและเจาะแกนออกแล้ว

2.3 สารที่ใช้บรรจุ (packing media) หมายถึง น้ำ น้ำสับปะรด สารที่ให้ความหวาน ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการ อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างที่บรรจุอยู่กับสับปะรดในสับปะรดกระป๋อง

2.4 น้ำหนักเนื้อ (drained weight) หมายถึง น้ำหนักเนื้อสับปะรดในสับปะรดกระป๋องที่แยกเอาสารที่ใช้บรรจุออกตามวิธีวิเคราะห์ที่ระบุในมาตรฐานนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 กระจก หมายถึง ภาชนะรูปทรงกระบอก ที่ทำด้วยแผ่นเหล็กเคลือบดีบุก แผ่นเหล็กไว้ดีบุกเคลือบโครเมียม (chromium plate tin free steel) หรือแผ่นอลูมิเนียม มีฝาปิดหัวท้าย เคลือบด้วยแลคเกอร์หรือไม่ก็ได้

2.6 ความจุของกระจก หมายถึง ปริมาตรหรือน้ำหนักน้ำกลั่นเต็มกระจก ที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส

### 3. ชนิด

สับปะรดกระจกแบ่งตามลักษณะของชิ้นสับปะรดเป็น 12 ชนิด คือ

3.1 สับปะรดทั้งผล (whole) ได้แก่ สับปะรดทั้งผลที่ตัดแต่งให้เป็นรูปทรงกระบอก

3.2 สับปะรดเต็มแฉับหรือวงแหวน (slices or spirial slices or whole slice or rings) ได้แก่สับปะรดที่ ตัดจากสับปะรดตามข้อ 3.1 ตามแนวตั้งฉากกับแกนเป็นแฉับวงแหวน

3.3 สับปะรดครึ่งแฉับ(half slices) ได้แก่ สับปะรดที่ตัดจากสับปะรดเต็มแฉับหรือครึ่งวงแหวน

3.4 สับปะรดสี่แฉับ(half slices) ได้แก่ สับปะรดที่ตัดมาจากสับปะรดเต็มแฉับหรือวงแหวนตามข้อ 3.2 ออกเป็นครึ่งแฉับหรือครึ่งวงแหวน

3.5 สับปะรดแฉับหัก (broken slices) ได้แก่ ชิ้นสับปะรดที่มีส่วนโค้ง โดยที่ขนาดและหรือรูปทรงอาจจะไม่สม่ำเสมอ

3.6 สับปะรดชิ้นใหญ่(chunks) ได้แก่สับปะรดสี่หน้า ที่ตัดจากสับปะรดทั้งผล หน้าและกว้างประมาณ 12 มิลลิเมตร ขึ้นไปและยาวไม่มากกว่า 38 มิลลิเมตร

3.7 สับปะรดชิ้นยาว(spears or fingers) ได้แก่สับปะรดชิ้นที่ตัดตามแนวแกน และมีความยาวไม่น้อยกว่า 65 มิลลิเมตร

3.8 สับปะรดลิ้ม (tidbits) ได้แก่สับปะรดที่ตัดจากสับปะรดแฉับ(ข้อ 3.2 ข้อ 3.3

และข้อ3.4 หรือ ข้อ3.5)รูปร่างคล้ายลิ้มมีสัดส่วนสม่ำเสมอ หนาระหว่าง8-13 มิลลิเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.9 สับปะรดลูกเต๋า (diced or cubes) ได้แก่สับปะรดที่มีลักษณะคล้ายลูกบาศก์ขอบด้านที่ยาวที่สุดต้องไม่มากกว่า 14 มิลลิเมตร

3.10 สับปะรดชิ้นคละ (pieces) ได้แก่สับปะรดที่มีขนาดชิ้นไม่สม่ำเสมอไม่รวมอยู่ในชนิดใดชนิดหนึ่งข้างต้น และไม่รวมถึงสับปะรดชิ้นใหญ่และสับปะรดชิ้นเศษ

3.11 สับปะรดชิ้นเศษ (crush or crush cut) ได้แก่สับปะรดที่อาจทำชิ้นจากเศษที่เหลือจากทำสับปะรดลูกเต๋า สับปะรดชิ้นนี้อาจนับรวมเข้าอยู่ในสับปะรดชิ้นย่อยได้

3.12 สับปะรดชิ้นย่อย (crush or crisp cut) ได้แก่สับปะรดลูกเต๋าลึก ๆ หรือฝานเป็นชิ้นบาง ๆ ชูดหรือซอยเป็นชิ้นเล็ก ๆ สับปะรดชนิดนี้อาจมีสับปะรดชิ้นเศษรวมอยู่

#### 4. แบบของการบรรจุ

4.1 แบบปกติ(regular pack) ได้แก่ การบรรจุสับปะรดในสารที่ใช้บรรจุซึ่งเป็นของเหลว และต้องมีน้ำหนักเนื้อไม่น้อยกว่าร้อยละ 58 ของความจุระบองสำหรับสับปะรดทุกชนิดยกเว้นสับปะรดทั้งผล สำหรับสับปะรดชิ้นเศษและชิ้นย่อยต้องมีน้ำหนักเนื้อไม่น้อยกว่าร้อยละ 63 ของความจุระบอง

4.2 แบบแน่น(heavy) ได้แก่การบรรจุสับปะรดชิ้นเศษ หรือสับปะรดชิ้นย่อย อาจเติมสารหวานซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการด้วยหรือไม่ก็ได้ แต่ต้องมีน้ำหนักเนื้อไม่น้อยกว่าร้อยละ 73 ของความจุระบอง

4.3 แบบอัด(solid pack) ได้แก่การบรรจุสับปะรดชิ้นเศษ หรือสับปะรดชิ้นย่อย อาจเติมสารให้ความหวานซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการด้วยหรือไม่ก็ได้ แต่ต้องมีน้ำหนักเนื้อไม่น้อยกว่าร้อยละ 78 ของความจุระบอง

## ส่วนประกอบ

ส่วนประกอบที่บรรจุที่ใช้บรรจุในสับปะรดกระป๋องนอกจากสับปะรด แบ่งออก  
ได้เป็น

### 5.1 สารที่ใช้บรรจุ อย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

- (1) น้ำ
- (2) น้ำผสมน้ำสับปะรด
- (3) น้ำสับปะรด (juice) ได้แก่ น้ำสับปะรดตามธรรมชาติ หรือที่ทำให้ใสแล้ว
- (4) สารให้ความหวานชนิดแห้ง (dry nutritive sweetener) ได้แก่ น้ำตาลทรายขาว (sucrose) น้ำตาลอินเวิร์ต (invert sugar) เดกซ์โทรส (dextrose) กลูโคสซีรัปแห้ง (dried glucose syrup) ทั้งนี้ไม่ต้องเติมน้ำ เว้นแต่น้ำที่เกิดจากไอน้ำ หรือน้ำสับปะรดที่เกิดขึ้นเอง จากกรรมวิธีการทำสับปะรดกระป๋องชนิด และแบบการใช้บรรจุนั้น ๆ
- (5) น้ำเชื่อม (syrup) ได้แก่ สารผสมของสารที่ใช้บรรจุตามข้อ (1) หรือข้อ (2) หรือข้อ (3) กับสารตามข้อ (4)

5.2 ส่วนประกอบอื่น ๆ ที่อาจผสมเติมได้คือ เครื่องเทศหรือน้ำมันเครื่องเทศ น้ำส้มสายชูและมินต์

## 6. คุณลักษณะที่ต้องการ

### 6.1 สี

สับปะรดกระป๋อง ต้องมีสีตามธรรมชาติของสับปะรดพันธุ์นั้น ๆ หรือของส่วนประกอบที่ใช้ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

### 6.2 กลิ่นรส

สับปะรดกระป๋องต้องมีกลิ่น และกลิ่นรสตามธรรมชาติของสับปะรดกระป๋อง และส่วนประกอบที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

### 6.3 เนื้อสับปะรด

ต้องเป็นสับปะรดแก่ (mature) เนื้อแน่น ไม่งอม แกร็น หรือฟาม แกนสับปะรดที่ติดอยู่กับเนื้อ สับปะรดต้องไม่เกินร้อยละ 7 ของน้ำหนักเนื้อ การทดสอบให้ปฏิบัติตามข้อ 13.1.1

### 6.4 ความสม่ำเสมอของขนาดและรูปร่าง

สับปะรดในภาชนะบรรจุเดียวกัน ต้องมีลักษณะของชั้นอย่างเดียวกัน และมีความสม่ำเสมอของขนาดและรูปร่างดังนี้

6.4.1 สับปะรดเต็มแวนหรือวงแหวน น้ำหนักของชั้นที่ใหญ่ที่สุดต้อง ไม่เกิน 1.4 เท่าของน้ำหนักชั้นเล็กที่สุด

6.4.2 สับปะรดครึ่งแวน หรือสับปะรดเสี้ยวแวน น้ำหนักของชั้นที่ใหญ่ที่สุดต้องไม่เกิน 1.75 เท่าของน้ำหนักของชั้นที่เล็กที่สุดยกเว้นสับปะรดชั้นที่หักหรือแตก หรือสับปะรดเต็มแวนที่ตัดไม่ขาดจากกัน ซึ่งอาจพบได้บ้าง

6.4.3 สับปะรดชั้นสาว น้ำหนักของชั้นที่ใหญ่ที่สุดต้องไม่มากกว่า 1.4 เท่าของชั้นที่เล็กที่สุดที่ไม่แตกหัก

6.4.4 สับปะรดลิ้มชั้นที่มีน้ำหนักน้อยกว่า 3 ใน 4 เท่าของน้ำหนักเฉลี่ยของสับปะรดลิ้มเต็มชั้นตามขนาดที่กำหนด ต้องมีน้ำหนักรวมกันไม่มากกว่าร้อยละ 15 ของน้ำหนักเนื้อสับปะรดทั้งกระป๋อง

6.4.5 สับปะรดชั้นใหญ่ ชั้นที่มีน้ำหนักน้อยกว่า 5 กรัม ต้องมีน้ำหนักรวมกันไม่มากกว่าร้อยละ 15 ของน้ำหนักเนื้อสับปะรดทั้งกระป๋อง

### 6.4.6 สับปะรดลูกเต๋า

6.4.6.1 ชั้นที่ลอดผ่านตะแกรงสีเหลี่ยมขนาด 8 มิลลิเมตรได้ต้องมีน้ำหนักรวมกันไม่มากกว่าร้อยละ 10 ของน้ำหนัก ของเนื้อสับปะรดกระป๋อง

6.4.6.2 ชั้นที่มีน้ำหนักมากกว่า 3 กรัม ต้องมีน้ำหนักรวมกันไม่มากกว่าร้อยละ 15 ของน้ำหนักเนื้อสับปะรดทั้งหมดป๋อง

### 6.5 ข้อบกพร่องที่ยอมให้มีได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีบประดกระป๋องอาจมีข้อบกพร่องต่อไปนี้ได้แต่ต้องไม่เกินเกณฑ์ที่กำหนดในตารางที่

6.5.1 คำหมี(belmish) ได้แก่ สี และเนื้อสีบประดที่แตกต่างไปจากสีและเนื้อสีบประดที่ดี คา(deep fruit eye) และเปลือกที่เหลืองติดอยู่ จุดสีน้ำตาล รอยขีด และส่วนที่ผิดปกติ

6.5.2 ชันหัก (broken) ได้แก่สีบประดที่หัก ซึ่งเมื่อนำมาต่อเข้าด้วยกันแล้ว รูปร่างขนาดเต็มขึ้นจำนวนหน่วยของชันหัก ให้นับตามจำนวนหน่วยของขนาดเต็มขึ้นจำนวนหน่วยของชัน หักให้นับตามจำนวนหน่วยของขนาดเต็มขึ้น ข้อบกพร่องข้อนี้ให้พิจารณาเฉพาะแต่กรณีสีบประดเต็มแก้วหรือวงแหวน และสีบประดชั้นขาวเท่านั้น

6.5.3 ชันที่ตัดแต่งเกิน (excessive trim) ได้แก่ ชันสีบประดที่ตัดแต่งมากไปจนเสียรูปลักษณะจากที่ระบุไว้ หรือชันที่มีการตัดแต่งเกินร้อยละ 5 ของน้ำหนักเฉลี่ยของชันที่สมบูรณ์ในกระป๋องเดียวกัน สำหรับสีบประดกระป๋องชนิดนั้น ๆ ข้อบกพร่องนี้ให้พิจารณาเฉพาะแต่ในกรณีสีบประดทั้งหมด สีบประดเต็มแก้ว หรือสีบประดวงแหวน สีบประดครึ่งแก้ว สีบประดเส้นขาว สีบประดชั้นขาวเท่านั้น

6.6 ระดับความเข้มข้น (cut-out-strength) ในกรณีน้ำเชื่อมเป็นสารที่ใช้บรรจุ ระดับความเข้มข้นมี 4 ระดับดังต่อไปนี้

ใสมาก(extra-light) ไม่น้อยกว่า 10 องศาบริกซ์

ใส(light) ไม่น้อยกว่า 14 องศาบริกซ์

เข้มข้น(heavy) ไม่น้อยกว่า 18 องศาบริกซ์

เข้มข้นมาก(extra-heavy) ไม่น้อยกว่า 22 องศาบริกซ์

การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตาม ข้อ 13.13 โดยค่าเฉลี่ยจะต้องไม่น้อยกว่าความเข้มข้นที่ฉลากระบุไว้ และไม่มีตัวอย่างใดที่มีความเข้มข้นต่ำกว่าค่าองศาบริกซ์ในลำดับต่ำถัดลงไป

## 7. วัตถุเจือปนอาหาร

หากมีการใช้วัตถุเจือปนอาหาร ให้ใช้ได้ตามชนิดและปริมาณที่กำหนดดังต่อไปนี้

- 7.1 สารปรุงกลิ่นที่ได้จากผลไม้ (natural fruit essence) ปริมาณที่เหมาะสม
  - 7.2 น้ำมันมินต์ ปริมาณที่เหมาะสม
  - 7.3 สารที่เพิ่มความเป็นกรด (acidifying agent) กรดซิตริก
  - 7.4 สารกันฟอง (antifoaming agent) ไดเมทิลโพลีซิลอกเซน (dimethylpolysiloxane) ไม่เกิน 10 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัมการวิเคราะห์ให้ ปฏิบัติตาม Food Additive Analytical Manual. U.S. Food and Drug Administration. Prepared by Roberta H.Ma and Murrel P. Morris.1965
- หมายเหตุ ปริมาณที่เหมาะสม หมายถึง ปริมาณวัตถุเจือปนที่ใช้ ควรจะมีปริมาณที่เหมาะสม ตามวิธีการที่ปฏิบัติของการทำผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง

## 8. สารปนเปื้อน

- 8.1 ดิบุก ไม่เกิน 250 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตาม AOAC (1984) ข้อ 25.131 ถึงข้อ 25.138

## 9. สุขลักษณะ

- 9.1 สุขลักษณะในการทำสับปะรดกระป๋อง ให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดสุขลักษณะสำหรับผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องและผักกระป๋องมาตรฐานเลขที่ มอก.61
- 9.2 เมื่อทดสอบตามข้อ 13.2.1 แล้ว กระป๋องต้องไม่บวม ในกรณีที่กระป๋องไม่บวม สี กลิ่น และลักษณะของสับปะรดกระป๋องนั้นคงไม่มีลักษณะที่ผิดปกติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.3 เมื่อทดสอบตามข้อ 13.2.2 แล้ว สัมประรดกระป๋องต้องไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค (pathogenic microorganism) หรือสารเป็นพิษอันเกิดจากจุลินทรีย์ในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

## 10. ปริมาณ

10.1 ปริมาตรบรรจุของสัมประรดกระป๋องต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของความจุของกระป๋อง การทดสอบให้ปฏิบัติตามข้อ 13.1.4

10.2 น้ำหนักเฉลี่ยของเนื้อสัมประรด ต้องไม่น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนดในตารางที่ 2 และ ต้องไม่มีกระป๋องใดกระป๋องหนึ่งมีน้ำหนักเนื้อน้อยกว่าเกณฑ์ การทดสอบให้ปฏิบัติตาม AOAC (1984) ข้อ 32.001 ถึงข้อ 32.002

## 11. เครื่องหมายฉลาก

11.1 ที่สัมประรดกระป๋องทุกกระป๋อง อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือ เครื่องหมาย แจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นง่าย และชัดเจน

(1) ชนิด (ตามข้อ 3.)

(2) สารที่ใช้บรรจุ และระดับความเข้มข้นของในน้ำเชื่อมในกรณีใช้น้ำเชื่อม ตามข้อ 5.1(5)

(3) เฉพาะสัมประรดชั้นย่อยที่ใช้น้ำสัมประรดตามข้อ 5.1(3) เป็นสารที่ใช้บรรจุ อาจมีข้อความว่า "ไม่เติมสารให้ความหวาน" หรือ "ไม่เติมน้ำตาลคว่ำ"

(4) เฉพาะสัมประรดชั้นย่อย ที่ใช้น้ำสัมประรดและน้ำตาลทรายขาวเป็นสารที่ใช้บรรจุ จะใช้คำต่อไปนี้ แทนการระบุระดับความเข้มข้นของน้ำเชื่อมแทนค่าในข้อ (2) ได้ "หวานน้อย" แทน "ใส่มาก"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

"หวานปานกลาง" แทน "ใส"

"หวาน" แทน "เข้มข้น"

"หวานมาก" แทน "เข้มข้นมาก"

(5) ส่วนประกอบอื่นและวัตถุดิบอาหาร

(6) น้ำหนักสุทธิ

(7) เดือน ปีที่ทำ หรือเดือน ปีที่หมดอายุการใช้ หรือควรวินิจฉัยก่อนเดือนปี

(8) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือเครื่องหมายการค้า หรือชื่อที่อยู่ผู้บรรจุ หรือชื่อที่อยู่ผู้จัดจำหน่าย

(9) ประเทศที่ทำ

11.2 ที่หีบห่อหรือกล่องบรรจุสับประดกกระป๋องทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมี เลข อักษร หรือ เครื่องหมาย แจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่ายและชัดเจน

(1) ชนิดตามข้อ 3

(2) น้ำหนักสุทธิของกระป๋อง

(3) จำนวนกระป๋อง

11.3 ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายให้ตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

11.4 ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานอุตสาหกรรมแล้ว

## 12. การชักตัวอย่างและเกณฑ์

12.1 รุ่น ในที่นี้ หมายถึง สับประดกกระป๋องชนิดเดียวกัน ที่มีขนาดบรรจุ ชื่อ ครา เครื่องหมายการค้า และอื่น ๆ เป็นไปในลักษณะเดียวกันที่ทำหรือส่งมอบ หรือซื้อขาย ในระยะเวลาเดียวกัน

12.2 การชักตัวอย่างและการยอม ให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างอื่นที่เปรียบเทียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากันทางวิชาการกับแผนที่กำหนดไว้

12.2.1 การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการตรวจสอบลักษณะที่ต้องการ ปริมาณ และเครื่องหมายและฉลาก

12.2.1.1 ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากชุดเดียวกัน ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในตารางที่ 3 ระดับการตรวจสอบระดับที่ 1 นำตัวอย่างทั้งหมด ไปตรวจสอบเครื่องหมายและฉลาก ก่อนแล้วจึงตรวจปริมาณและคุณลักษณะที่ต้องการ หากมีข้อโต้แย้งให้ใช้การตรวจสอบ ระดับที่ 2

12.2.1.2 จำนวนตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามข้อ 6. และข้อ 11. รวมกันต้องไม่เกิน เลขจำนวนที่ยอมรับที่กำหนดในตารางที่ 3 และตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 10 จึงจะถือว่าสับปะรดกระป๋องรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

12.2.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับสำหรับการวิเคราะห์วัตถุเจือปนอาหาร และ สารปนเปื้อน

12.2.2.1 แบ่งตัวอย่างจากแต่ละหน่วยภาชนะที่ชักมาตามข้อ 12.2.1.1. ในปริมาณที่เท่า ๆ กัน นำมาผสมรวมกันให้ได้น้ำหนักรวมไม่น้อยกว่า 500 กรัม

12.2.2.2 ตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 7 และข้อ 8 จึงจะถือว่าสับปะรดกระป๋องรุ่นนั้นเป็นไปตามที่กำหนด

12.2.3 การชักตัวอย่างและการยอมรับสำหรับการตรวจสอบจุลินทรีย์

12.2.3.1 ให้ชักตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มจากชุดเดียวกัน 8 หน่วย ภาชนะบรรจุ

12.2.3.2 ตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 9.2 ทุกตัวอย่างจึงจะถือว่าสับปะรดกระป๋องรุ่นนั้นเป็นไปตามที่กำหนด

12.3 เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างสับปะรดกระป๋องเป็นไปตามข้อ 12.2.1.2 ข้อ 12.2.2.2 และข้อ 12.2.3.2 ทุกข้อ จึงจะถือว่าสับปะรดกระป๋องรุ่นนั้นเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมนี้

### 13. การวิเคราะห์

#### 13.1 การตรวจวิเคราะห์ทางเคมีและฟิสิกส์

##### 13.1.1 แกนสับปะรด

ห่าน้ำหนักเนื้อ แล้วจึงตัดแกนเฉพาะส่วนที่เป็นเส้นใยซึ่งออกรวมซึ่งน้ำหนักเทียบกับน้ำหนักข้างต้น

##### 13.1.2 ความเป็นกรดเป็นด่าง

นำตัวอย่างมาตีป่นให้เนื้อและน้ำเข้ากันดี แล้ววัดความเป็นกรด-ด่าง ด้วยเครื่องวัดความเป็นกรด-ด่าง

##### 13.1.3 ระดับความเข้มข้น

หาโดยนำสับปะรดกระป๋องมาทิ้งกระป๋อง ตีให้เนื้อและน้ำเข้ากัน กรองแล้ววัดค่าองศาบริกซ์ ด้วยเครื่องรีแฟรกโตมิเตอร์ (refractometer) ที่ 20 องศาเซลเซียส

13.1.4 ความจุของกระป๋อง และปริมาตรบรรจุของสับปะรดกระป๋องหาโดยวิธีซึ่งน้ำหนักน้ำกลั่นที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส ที่เติมลงไปแทนที่สับปะรดกระป๋องแล้วคำนวณกลับมาเป็นปริมาตร

13.1.4.1 ในการหาความจุของกระป๋อง ให้เติมน้ำกลั่นลงไปจนถึงระดับต่ำกว่าขอบบนสุดของตะเข็บ 4.8 มิลลิเมตร

13.1.4.2 ในการหาปริมาตรบรรจุของสับปะรดกระป๋อง ให้เติมน้ำกลั่นลงไป จนถึงระดับเดียวกับที่เคสมบรรจุสับปะรดกระป๋องอยู่ก่อน

#### 13.2 การวิเคราะห์ทางจุลชีววิทยา

##### 13.2.1 การทดสอบโดยการอบ (incubation test)

นำตัวอย่างสับปะรดกระป๋องจำนวน 6 กระป๋องมาอบที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 14 วัน ส่วนอีก 2 กระป๋องเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้องเพื่อเปรียบเทียบกับ ตัวอย่างที่อบ

13.2.1.1 ในกรณีที่กระป๋องบวม เกิดขึ้นระหว่างการอบให้ถือว่าสับปะรดกระป๋องรุ่นนั้นไม่เป็นไปตามที่กำหนด

13.2.1.2 ในกรณีที่ไม่มีกระป๋องบวมเกิดขึ้น เมื่ออบจนครบกำหนด 14 วันแล้วให้นำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระป๋องมาตรวจสอบลักษณะที่ผิดปกติของอาหารภายในดังต่อไปนี้

- (1) สี
- (2) กลิ่น
- (3) ลักษณะอาหารที่ผิดปกติอื่น ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางภาคผนวก

## ตารางภาคผนวกที่ 1

ลำดับ	ชนิด	ข้อบกพร่อง	
1	สีบประดทั้งผล	ขึ้นดัดแดงเกิน	ค่าหนักหรือขึ้นหัก
2	สีบประดเค็มแฉะหรือ วงแหวน สีบประดครึ่งแฉะ สีบประดเสี้ยนแฉะ	(ก) 1 ขึ้นดัดกระป๋องที่มีสีบประด (ข) 2 ขึ้นดัดกระป๋องที่มีสีบประด เกิน 10 ขึ้น แต่ไม่เกิน 27 ขึ้น (ค) ร้อยละ 7.5 ของจำนวนขึ้น ในกรณีที่มีสีบประดเกิน 27 ขึ้นดัดกระป๋อง	(ก) 1 ขึ้นดัดกระป๋องที่มีสีบประด (ข) 2 ขึ้นดัดกระป๋องที่มีสีบประด เกิน 5 ขึ้น แต่ไม่เกิน 10 ขึ้น (ค) 4 ขึ้นดัดกระป๋องที่มีสีบประด เกิน 10 ขึ้น แต่ไม่เกิน 32 ขึ้น (ง) ร้อยละ 12.5 ของจำนวนขึ้น ในกรณีที่มีสีบประดเกิน 32 ขึ้นดัดกระป๋อง
3	สีบประดขึ้นสาว	ร้อยละ 15 ของจำนวนขึ้นในแต่ละ กระป๋อง	เช่นเดียวกับลำดับที่ 2
4	สีบประดแฉะหนัก สีบประดคล้ำ สีบประดขึ้นใหญ่ สีบประดลูกเต๋า สีบประดขึ้นคละ	ไม่ต้องพิจารณา	ร้อยละ 12.5 ของจำนวนขึ้นใน แต่ละกระป๋อง
5	สีบประดขึ้นเส้น สีบประดขึ้นย่อย	ไม่ต้องพิจารณา	ร้อยละ 1.5 ของน้ำหนักเนื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้เพื่อใช้ในการใช้แบบเพื่อตรวจสอบคุณภาพเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิดและแบบของการบรรจุ	น้ำหนักเนื้อ ร้อยละความจุของกระป๋อง
ทุกชนิด (นอกจากสับปะรดทั้งผล) สับปะรดชิ้นเศษ และสับปะรดชิ้นย่อย	58
สับปะรดชิ้นเศษ และสับปะรดชิ้นย่อย บรรจุทุกแบบ	63
สับปะรดชิ้นเศษ และสับปะรดชิ้นย่อย บรรจุแบบแน่น	73
สับปะรดชิ้นเศษ และสับปะรดชิ้นย่อย บรรจุแบบอัด	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดรุ่น กระป๋อง	ระดับการตรวจสอบ			
	ระดับที่ 1		ระดับที่ 2	
	จำนวน ตัวอย่าง	เลขจำนวนที่ ยอมรับ	จำนวน ตัวอย่าง	เลขจำนวนที่ ยอมรับ
<b>1. สับปะรดกระป๋องที่มีน้ำหนัก สุกชั้่นน้อยกว่าหรือเท่ากับ</b>				
1 กิโลกรัม ไม่เกิน 4,800	6	1	13	2
ตั้งแต่ 4,801 ถึง 24,000	13	2	21	3
24,001 ถึง 48,000	21	3	29	4
48,001 ถึง 84,000	29	4	48	6
84,001 ถึง 144,000	48	6	84	9
144,001 ถึง 240,000	84	9	126	13
เกิน 240,000	126	13	200	19
<b>2. สับปะรดกระป๋องที่มีน้ำหนักสุกชั้่น</b>				
1 กิโลกรัม แต่ไม่เกิน 4.5				
ไม่เกิน 2,400	6	1	13	2
ตั้งแต่ 2,401 ถึง 15,000	13	2	21	3
15,001 ถึง 24,000	21	3	29	4
24,001 ถึง 42,000	29	4	48	6
42,001 ถึง 72,000	48	6	84	9
72,001 ถึง 120,000	84	9	126	13
เกิน 120,000	126	13	200	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

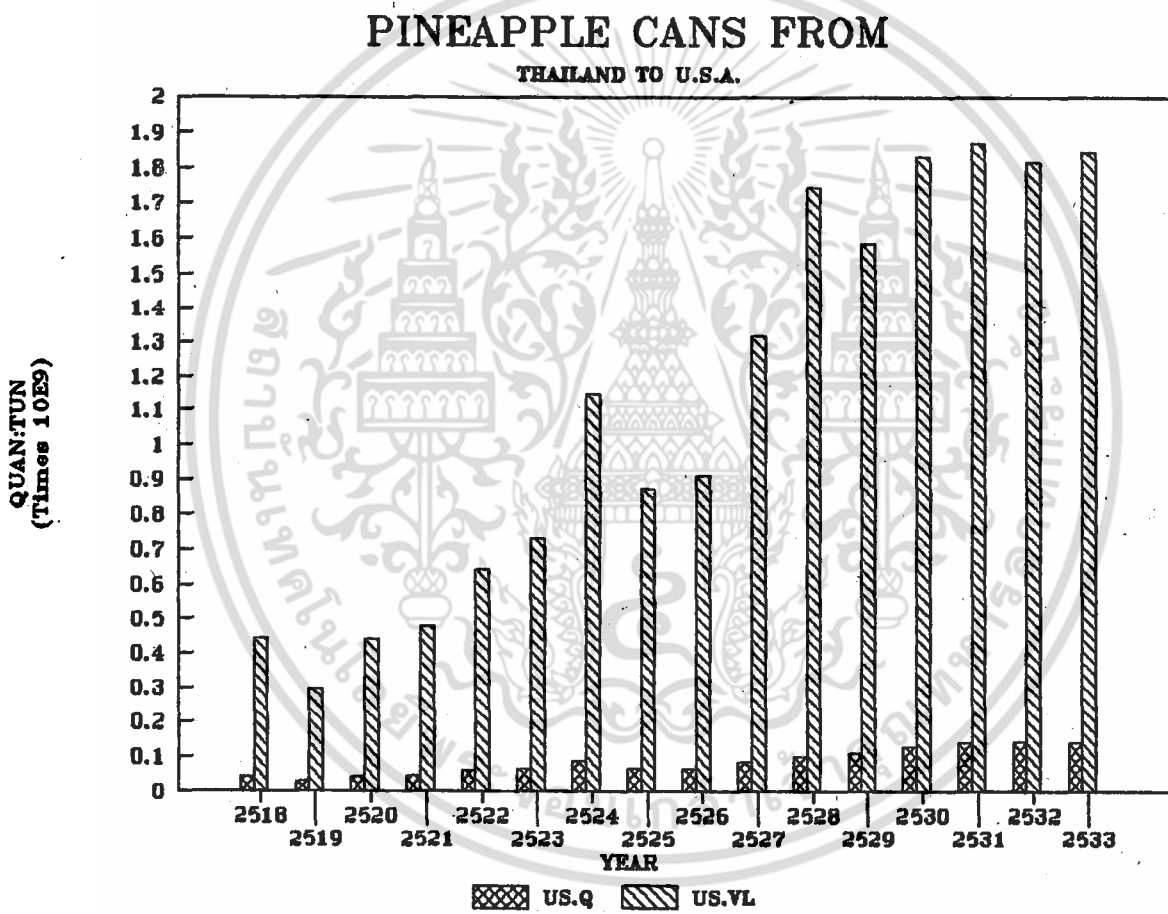
ขนาดรุ่น กระป๋อง	ระดับการตรวจสอบ			
	ระดับที่ 1		ระดับที่ 2	
	จำนวน ตัวอย่าง	เลขจำนวนที่ ยอมรับ	จำนวน ตัวอย่าง	เลขจำนวนที่ ยอมรับ
<b>2. สับปะรดกระป๋องที่มีน้ำหนักสุทธิ</b>				
เกิน 4.5 กิโลกรัม				
ไม่เกิน 600	6	1	13	2
ตั้งแต่ 601 ถึง 2,000	13	2	21	3
2 000 ถึง 7,200	21	3	29	4
7,201 ถึง 15,000	29	4	48	6
15,001 ถึง 24,000	48	6	84	9
24,001 ถึง 42,000	84	9	126	13
เกิน 42,000	126	13	200	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.

ภาพผนวก

ปริมาณการส่งออก(ตัน)



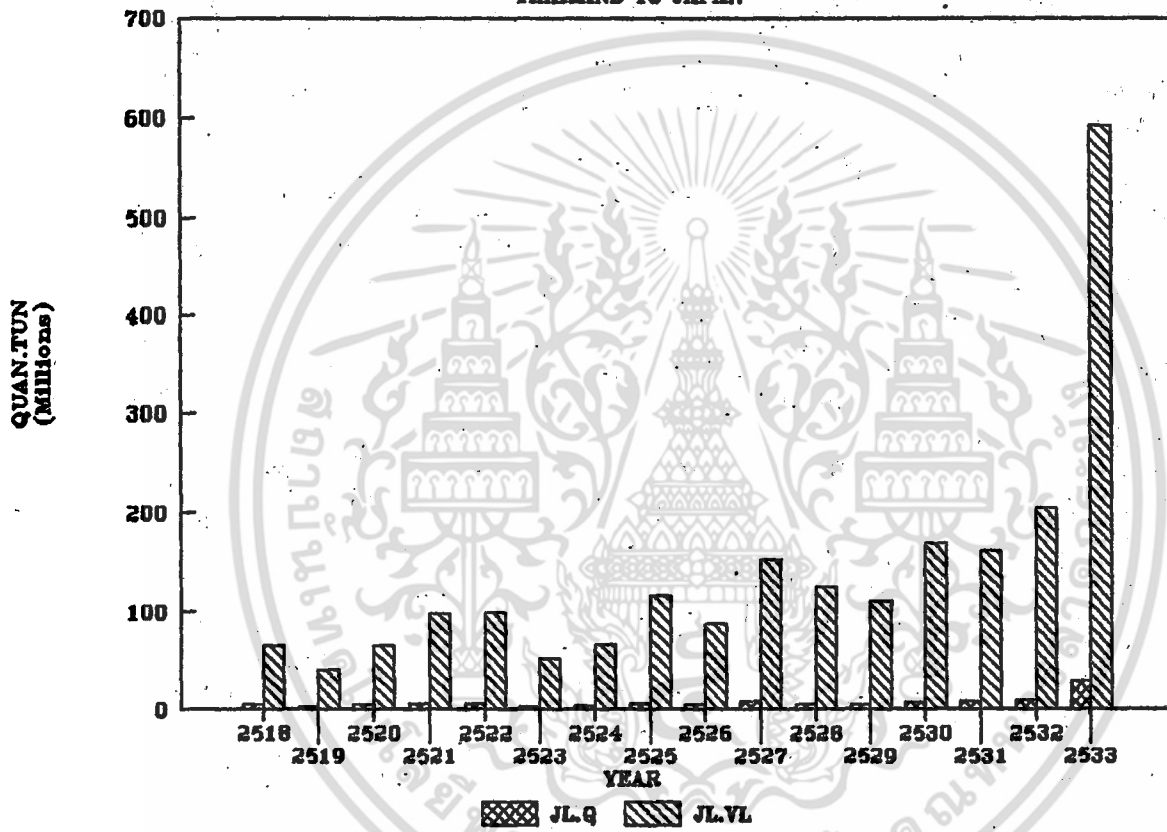
หมายเหตุ ปริมาณการส่งออก มูลค่า(บาท)

ภาพผนวกที่ 1 ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณการส่งออก(ตัน)

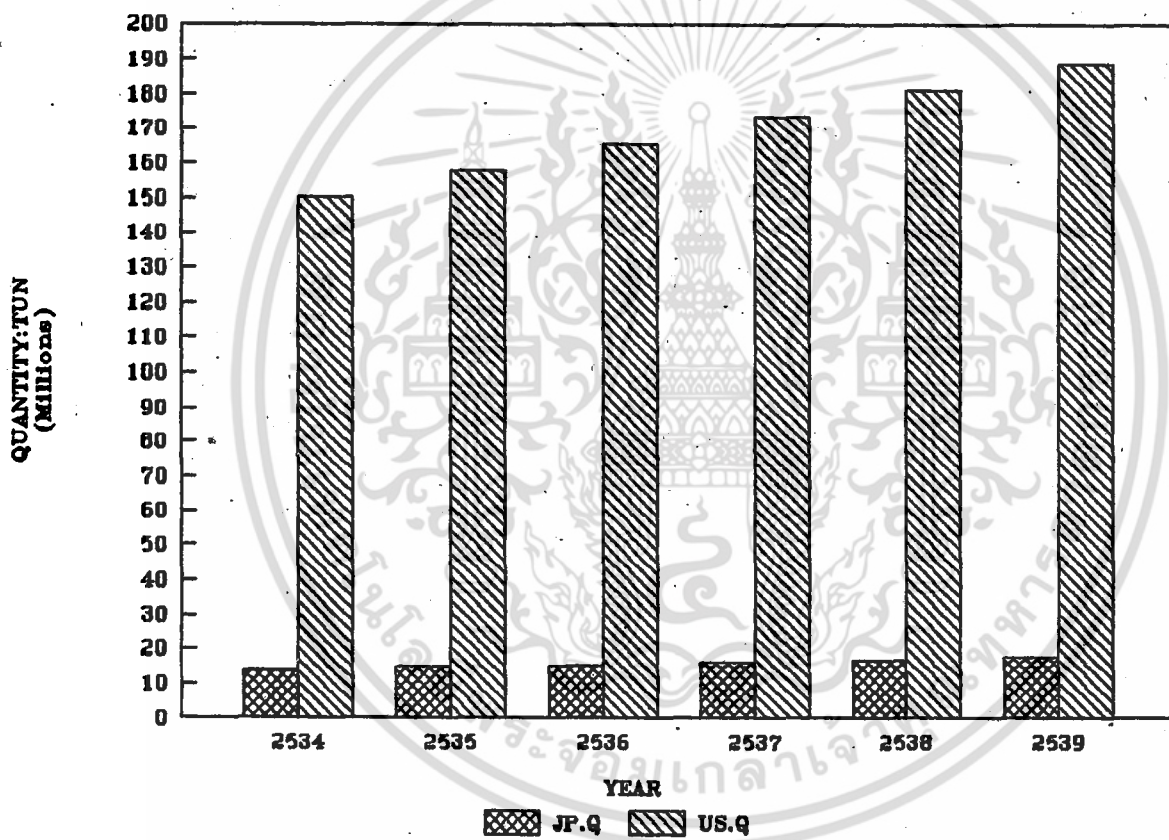
**PINEAPPLE CANS FROM  
THAILAND TO JAPAN**



หมายเหตุ ปริมาณ มูลค่า(บาท)

ภาพผนวกที่ 2 ปริมาณการส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



หมายเหตุ ปริมาณ ปริมาณ

ภาพผนวกที่ 3 ปริมาณค่าพยากรณ์การนำเข้าสับประดะกระป๋องของญี่ปุ่น

และสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2534-2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้