

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์การแข่งขันการส่งออกน้ำสับประดของ ไทยในตลาดโลก
Export Competitiveness of Thai Pineapple Juice to the World Market



T097466



โดย

นางสาวนวลขจร

ชมภู

นางสาวพวงเพชร

พนาคร

นางสาววิไลลักษณ์

วงศ์สัมพันธ์

ร.พ.
๙๖๓๑๓๓

เลขหมู่..... 2547

เลขทะเบียน..... ๐๗๔๖๖

วัน,เดือน,ปี..... ๐๖/๐๖/๒๕๕๑

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง
การวิเคราะห์การแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก
Export Competitiveness of Thai Pineapple Juice to the World Market

ของ
นางสาวนวลขจร ชมภู
นางสาวพวงเพชร พนาคร
นางสาววิไลลักษณ์ วงศ์สัมพันธ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2547

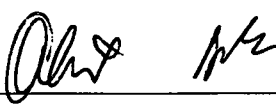
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 , 8 / 3 / 47
(ดร. โอปอล สุวรรณเมฆ)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 , 8 / 3 / 47
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ โนชัย)

หัวหน้าภาควิชา

 , 8 / 3 / 47
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วมา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การวิเคราะห์การแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

โดย: นางสาวนวลขจร ชมภู

นางสาวพวงเพชร พนาคร

นางสาววิไลลักษณ์ วงศ์สัมพันธ์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: โอบอล สุวรรณเมฆ 29/กพ/2547

(ดร. โอบอล สุวรรณเมฆ)

อุตสาหกรรมน้ำผลไม้เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรอย่างหนึ่งซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าของผลผลิต น้ำสับประรดนับได้ว่าเป็นน้ำผลไม้ที่ไทยส่งออกเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีมูลค่าการส่งออกกว่าสองพันล้านบาท แต่มูลค่าการส่งออกในแต่ละปีมีการเปลี่ยนแปลงที่ผันผวนขึ้นลงไม่แน่นอน และประเทศไทยยังต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างสูงจากฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย รวมถึงการที่ประเทศผู้นำเข้าใช้มาตรการต่าง ๆ ทั้งทางด้านภาษี และไม่ใช่อัตราภาษี มาใช้กับประเทศผู้ส่งออกน้ำสับประรด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาในเรื่องของความสามารถในการส่งออกน้ำสับประรดของไทยรวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือส่งผลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทย และเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อใช้ในการแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในตลาดโลก

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างทางการผลิต การตลาด ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก นอกจากนี้ยังทำการศึกษาในด้านการส่งออก เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกน้ำสับประรดของไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ โดยทำการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) โดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2536-2544

จากผลการศึกษาพบว่า น้ำสับประรดได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศมากกว่าตลาดภายในประเทศโดยน้ำสับประรดที่มีการค้าขายกันมากในตลาดโลก คือ น้ำสับประรดเข้มข้น และน้ำสับประรดแช่แข็ง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ได้แก่ เหตุสุควิถี ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต กฎระเบียบของหน่วยราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยการตลาดภายนอก ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านระบบ
สาธารณูปโภค ปัจจัยการตลาดภายใน และปัจจัยอื่น ๆ

จากการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดของไทย พบว่า ไทยยังม
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดอยู่ และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด
น้ำสับประรดของไทย พบว่า ผลจากการแข่งขันเป็นสาเหตุที่ทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเปลี่ยนแปลงมากที่สุด
ซึ่งจะเป็นการแข่งขันในด้านราคา และคุณภาพ ในตลาดสหรัฐอเมริกาไทยถูกเก็บภาษีสูงขึ้นด้วยเหตุที่ไทย
ถูกตัดสินว่าทุ้มตลาดในสินค้าสับประรดกระป๋อง ส่งผลให้มีผลกระทบต่อน้ำสับประรดด้วย ส่วนการส่งออกไป
เนเธอร์แลนด์ ไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร หรือ GSP ในขณะที่ประเทศคู่แข่งของไทยทั้งฟิลิปปินส์ และ
อินโดนีเซียยังคงได้รับสิทธิ GSP ทำให้สินค้าไทยเสียเปรียบประเทศเหล่านั้น ดังนั้น หน่วยงานของรัฐควรส่ง
เสริมอุตสาหกรรมน้ำสับประรดให้มากขึ้น ลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ให้ความช่วยเหลือด้าน
มาตรการการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า มีการประชาสัมพันธ์ในตลาดส่งออกต่าง ๆ เพื่อช่วย
กระตุ้นการนำเข้าของตลาดส่งออกที่สำคัญและตลาดที่มีแนวโน้มการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยาม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาให้คำแนะนำและคำปรึกษาตลอดจนแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจาก ดร. โอปอล์ สุวรรณเมฆ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ คณะผู้จัดทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ตลอดจนบริษัทที่ทำการส่งออกน้ำสับประรดต่าง ๆ ที่ให้ความร่วมมือและให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอบคุณเจ้าหน้าที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์ทุกท่าน ที่ช่วยเหลือด้านการพิมพ์งานมาโดยตลอด ช่วยให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ท้ายสุดนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่ให้ความช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์และคอยเป็นกำลังใจด้วยดีมาตลอด ขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่คอยสั่งสอนอบรม และที่ขาดเสียไม่ได้ต้องขอขอบคุณเพื่อน ๆ สาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จลงได้

คณะผู้จัดทำปัญหาพิเศษ
มีนาคม 2547

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญตารางผนวก	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญ และปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	6
การเก็บรวบรวมข้อมูล	6
การวิเคราะห์ข้อมูล	7
บทที่ 2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
การตรวจเอกสาร	8
สมมติฐานของการศึกษา	9
แนวคิดทางทฤษฎี	10
บทที่ 3 การผลิตและการส่งออกน้ำสับประรดของประเทศไทย	15
ลักษณะทั่วไปทางด้านการผลิต	15
การผลิตสับประรดของประเทศไทย	15
การจัดหาวัตถุดิบ	15
กระบวนการผลิตน้ำสับประรด	17
ภาชนะที่ใช้บรรจุน้ำสับประรด	18
ผู้ผลิต และกำลังการผลิต	19
ต้นทุนการผลิต	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
ลักษณะทั่วไปทางด้านการตลาด	22
ตลาดภายในประเทศ	22
ตลาดต่างประเทศ	23
ตลาดผู้นำเข้าน้ำสับปะรดที่สำคัญของไทย	25
การศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการไทยในธุรกิจผลิตน้ำสับปะรด	
เพื่อการส่งออก	34
ผู้ผลิตน้ำสับปะรดเพื่อการส่งออกของไทย	34
ปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือส่งผลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับปะรด	35
ของไทยในตลาดโลก	
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	41
ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับปะรด	41
ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทย	44
ตลาดสหรัฐอเมริกา	44
ตลาดเนเธอร์แลนด์	49
ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดเนเธอร์แลนด์	53
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	60
สรุป	60
ข้อเสนอแนะ	62
เอกสารอ้างอิง	64
ภาคผนวก	66

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	3
2	4
3	5
4	13
5	14
6	20
7	28
8	29
9	32
10	33
11	34
12	35
13	36
14	36
15	37
16	37
17	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
18	ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านแรงงานที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประคของไทยในตลาดโลก	39
19	ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านระบบสาธารณูปโภคที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประคของไทยในตลาดโลก	39
20	ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านการตลาดภายในที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประคของไทยในตลาดโลก	40
21	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกน้ำสับประคระหว่างปี พ.ศ. 2536–2544	43
22	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 (ต้น)	47
23	ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคในสหรัฐอเมริกา	48
24	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทย ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซียในตลาดเนเธอร์แลนด์ระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และ ปี พ.ศ. 2542–2544 (ต้น)	51
25	ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคในเนเธอร์แลนด์	52
26	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544	57
27	ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาและเนเธอร์แลนด์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541	58
28	ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544	59

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการผลิตน้ำสับประดธรรมชาติและน้ำสับประดเข้มข้นโดยสังเขป	21
2	ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำสับประดภายในประเทศ	23
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำสับประดในตลาดต่างประเทศ	25



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่

หน้า

1 รายชื่อบริษัทผู้ผลิตน้ำสับปะรด (HS 2004.40) เพื่อการส่งออก

75



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

อุตสาหกรรมน้ำผลไม้เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรอย่างหนึ่งซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าของผลผลิต จึงเป็นทางออกที่สำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาความไม่แน่นอนของผลผลิต และก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาคการเกษตร ไปจนถึงภาคอุตสาหกรรม และยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงานในประเทศอีกด้วย

ในอดีตที่ผ่านมา น้ำผลไม้เป็นเพียงผลพลอยได้จากการผลิตผลไม้กระป๋อง แต่ปัจจุบันเริ่มมีการผลิตน้ำผลไม้โดยตรงอย่างจริงจังมากขึ้น โดยมีโรงงานผลิตน้ำผลไม้ในรูปแบบต่าง ๆ กันอยู่กว่า 108 ราย (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2545) ทั้งนี้ โรงงานส่วนใหญ่มักจะทำการผลิตน้ำผลไม้ควบคู่ไปกับการผลิตผลไม้กระป๋อง และเป็นที่น่าสนใจว่าน้ำผลไม้ไทยเป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศ จากมูลค่าการส่งออกที่สูงถึง 4,884 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2544 ในจำนวนนี้น้ำสับประรดนับได้ว่าเป็นน้ำผลไม้ที่ไทยส่งออกเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 2,965 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ทั้งหมด (ตารางที่ 1) และถูกจัดให้เป็นสินค้าเป้าหมายที่จะมีการพัฒนาส่งเสริมให้เกิดความแข็งแกร่งเพื่อจะนำเงินตราเข้าประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2545) อีกทั้งประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกน้ำสับประรดอันดับ 1 ของโลก โดยในปี พ.ศ. 2544 ไทยมีมูลค่าการส่งออกในตลาดโลก 66.75 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.38 ของการส่งออกน้ำสับประรดทั้งหมดของโลก (ตารางที่ 2) โดยมีประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 3) ทั้งสองประเทศนี้มีสัดส่วนการนำเข้าน้ำสับประรดจากประเทศไทยสูงถึงร้อยละ 67 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด แม้มูลค่าการส่งออกน้ำสับประรดจะมีมูลค่าสูงแต่มูลค่าการส่งออกในแต่ละปีมีการเปลี่ยนแปลงที่ผันผวนขึ้นลงไม่แน่นอน นอกจากนี้การส่งออกน้ำสับประรดในตลาดโลกมีการแข่งขันสูงระหว่างประเทศผู้ส่งออก โดยประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ซึ่งในปี พ.ศ. 2544 ฟิลิปปินส์เป็นประเทศผู้ส่งออกที่มีส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกามากที่สุด รองลงมาคือ ไทย และอินโดนีเซีย โดยมีสัดส่วนการส่งออกน้ำสับประรดไปยังตลาดนี้ร้อยละ 56.28 28.48 และ 5.33 ตามลำดับ ส่วนในตลาดเนเธอร์แลนด์มีการนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2544 โดยในปี พ.ศ. 2544 เนเธอร์แลนด์มีปริมาณการนำเข้าจากไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.89 ของการนำเข้าสับประรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ นำเข้าจากฟิลิปปินส์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.51 และนำเข้าจากอินโดนีเซีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.17 เนื่องจากทั้งสองประเทศนี้มีสภาพภูมิอากาศที่คล้ายกับประเทศไทย และมีการส่งออกน้ำสับประรดเป็นหลักเช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากประเด็นดังกล่าวนี้ ทำให้เป็นที่สนใจว่าความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศของน้ำสับปะรดไทยในตลาดโลกยังมีอยู่หรือไม่ โดยพิจารณาจากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งการตลาดน้ำสับปะรดของไทยในตลาดโลก เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยในตลาดโลก เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทย และเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อใช้ในการแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในตลาดโลก

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึง โครงสร้างทางการผลิต การตลาด และการส่งออกน้ำสับปะรดของไทย ตลอดจนศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับปะรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยในตลาดโลก
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของน้ำสับปะรดไทยในเชิงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ
3. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำสับปะรดของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกน้ำสับปะรดในตลาดโลก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำไปใช้ในการประเมินสถานการณ์การผลิต การส่งออกของอุตสาหกรรมน้ำสับปะรด และเป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม อันจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำสับปะรดไทย เพื่อให้อุตสาหกรรมน้ำสับปะรดไทยสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาดโลกได้

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ของไทยปี พ.ศ. 2536-2544 (ล้านบาท)

ชนิด	มูลค่า								
	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544
น้ำสับปะรด	1,448.72	1,681.16	2,348.63	2,987.96	2,215.30	2,445.28	3,870.90	2,891.10	2,965.69
น้ำเกรปฟรุต	0.73	0.24	0.24	3.62	3.75	0.44	26.67	42.95	93.93
น้ำผลไม้จำพวกส้มอื่น ๆ	2.60	20.95	13.98	16.27	34.57	22.08	20.72	19.80	27.06
น้ำมะเขือเทศ	19.38	3.58	7.00	13.58	3.91	18.41	16.59	11.30	12.88
น้ำแอปเปิ้ล	1.54	0.64	1.90	1.07	3.40	-	4.54	6.33	7.93
น้ำองุ่น	4.17	1.56	15.04	1.80	5.17	4.28	3.66	4.37	5.71
น้ำส้มชนิดออเรนจ์	17.89	25.56	26.02	18.07	66.00	26.28	17.47	9.51	4.67
น้ำผลไม้หรือน้ำพืชอื่น ๆ	1,110.36	815.38	611.49	739.31	840.95	1,005.64	982.60	1,328.95	1,696.77
น้ำผลไม้หรือน้ำผักต่าง ๆ ผสมกัน	61.99	111.70	165.79	82.51	85.59	64.06	91.00	81.09	70.15
มูลค่ารวม	2,667.38	2,660.77	3,190.09	3,864.19	3,258.64	3,586.47	5,034.15	4,395.40	4,884.79

ที่มา: (กรมศุลกากร, 2545 ก)

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกน้ำสับประคของประเทศผู้ส่งออกสำคัญในตลาดโลก 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2536–2544 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.								
	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544
ไทย	57.40	67.10	94.60	118.60	76.60	59.10	103.60	73.20	66.75
ฟิลิปปินส์	51.10	53.74	34.50	38.22	36.57	42.30	32.10	40.45	43.45
เนเธอร์แลนด์	25.41	30.79	44.03	58.39	39.70	45.47	49.14	36.26	31.99
สหรัฐอเมริกา	6.33	7.49	8.33	5.97	5.68	6.76	8.08	6.00	3.60
แอฟริกาใต้	5.67	6.11	6.65	6.70	6.27	7.75	5.64	4.65	4.69
บราซิล	4.38	3.63	1.52	2.24	0.96	2.64	4.59	1.41	2.57
เยอรมัน	3.74	10.11	9.23	14.72	8.70	8.87	6.48	5.75	6.63
อินโดนีเซีย	6.45	8.79	12.75	26.34	21.10	14.30	17.17	11.19	13.10
สเปน	1.10	2.65	2.64	3.22	2.74	4.82	2.20	4.03	4.21
มาเลเซีย	1.06	0.94	0.91	0.83	0.75	0.90	1.06	1.42	1.10
รวม 10 ประเทศ	163.00	191.00	215.00	275.00	199.00	193.00	230.00	184.00	178.00
อื่น ๆ	81.00	52.35	42.43	48.87	28.03	26.89	12.20	40.28	134.14
รวม	243.64	243.70	257.60	324.10	227.10	219.80	242.26	224.64	312.23

ที่มา: (United Nations, Microfiche Import Loc, 1993–2001)

ตารางที่ 3 ประเทศผู้นำเข้าน้ำสับประดจากไทย 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2536-2544 (ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.								
	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544
สหรัฐอเมริกา	743.40	604.37	833.56	909.86	431.22	420.08	964.57	662.79	809.37
เนเธอร์แลนด์	240.40	453.63	739.14	1,043.79	898.12	1,134.31	1,448.62	1,277.34	1,178.84
สเปน	35.08	235.47	135.22	227.97	112.69	364.92	600.67	319.56	286.16
ญี่ปุ่น	42.72	60.62	88.20	146.90	95.46	88.87	167.11	54.90	81.38
อิสราเอล	43.86	27.75	36.08	118.90	64.23	66.77	31.64	76.42	41.20
ไต้หวัน	6.90	9.17	10.76	12.38	13.69	5.49	9.80	8.50	7.62
แคนาดา	41.07	41.18	66.45	92.70	42.73	28.35	105.24	52.63	58.80
ออสเตรเลีย	16.63	22.32	60.11	36.12	59.09	48.96	58.97	58.61	81.49
อังกฤษ	1.80	11.79	13.38	23.39	22.60	26.61	24.60	23.50	17.78
จอร์เจีย	2.07	6.33	27.00	43.41	45.75	57.89	77.66	24.07	32.17
รวม 10 ประเทศ	1,173.93	1,472.63	2,009.90	2,655.42	1,785.58	2,242.25	3,488.88	2,558.32	2,594.81
อื่น ๆ	274.79	208.53	339.10	332.54	429.72	203.02	382.03	332.78	370.88
มูลค่ารวม	1,448.72	1,681.16	2,349.00	2,987.96	2,215.30	2,445.27	3,870.91	2,891.10	2,965.69

ที่มา: (กรมศุลกากร, 2545 ข)

ขอบเขตของการศึกษา

1. ทำการศึกษาเกี่ยวกับการส่งออกน้ำสับประรด ตามรหัสของระบบฮาร์โมนิซ (Harmonize System) ที่ระบุในพิกัดอัตราศุลกากร คือ รหัส HS 2009.40 ซึ่งหมายถึง น้ำสับประรดที่ไม่ได้หมัก และไม่เติมสุรา จะมีน้ำตาลหรือสารเพิ่มความหวานอื่น ๆ หรือไม่ก็ตาม

2. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2536–2544 รวม 9 ปี

3. ในการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการไทยในธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลกโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยทั้งหมดที่ผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออก ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย (ตารางผนวกที่ 1)

4. ในการศึกษาถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดไทย โดยการหาค่าดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกน้ำสับประรดในตลาดโลก โดยพิจารณาประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ซึ่งได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย ซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย โดยจะทำการศึกษาใน 3 ช่วงเวลา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 ระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และระหว่างปี พ.ศ. 2542–2544

5. ในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด (market share analysis model) ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ในตลาดเนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา โดยจะทำการพิจารณาใน 2 ช่วงเวลา คือ ปี พ.ศ. 2536–2538 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2539–2541 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2542–2544

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีแหล่งที่มาดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยในธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกโดยใช้แบบสอบถามประกอบในด้านที่เกี่ยวกับสภาพการผลิต สภาพการตลาด และความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลทางสถิติที่หน่วยงานราชการ ได้เก็บรวบรวมไว้ เช่น กรมศุลกากร กรมเศรษฐกิจการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พาณิชย์ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการส่งออก กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งตามวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. ในการศึกษาโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมน้ำสับประรดของไทยจะพิจารณาถึงจำนวนผู้ผลิต ต้นทุนการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบ ปริมาณการผลิต และกระบวนการผลิต ส่วนโครงสร้างการตลาดจะพิจารณาถึง ตลาดภายในประเทศ ตลาดภายนอกประเทศ ตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ และช่องทางการจัดจำหน่าย ตลอดจนการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการไทยในธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก ซึ่งทั้งสามส่วนนี้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยอาศัยตาราง แผนภาพประกอบ และสถิติอย่างง่าย เช่น ค่าเฉลี่ย และร้อยละ ในการอธิบาย

2. ในการศึกษาความสามารถในการส่งออกน้ำผลไม้จะแบ่งการศึกษาออกเป็นสองประเด็น คือ ประเด็นแรก จะทำการศึกษาถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดไทย โดยทำการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในตลาดโลกและในประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา โดยการหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ตามแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ชื่อ เบล่า บาลาสซา (Balassa, 1997) เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกน้ำสับประรดไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งจะทำการศึกษาเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 เพื่อดูแนวโน้ม และการเปลี่ยนแปลงของความสามารถในการส่งออกน้ำสับประรดไทย

ประเด็นที่สอง วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ซึ่งกำหนดขึ้น โดย จี.แอล. ออชเนอร์ (G.L. Ochsner) และจี.แอล. แครมเมอร์ (G.L. Cramer) การศึกษาดังกล่าวจะวัดผลการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด 3 ลักษณะ คือ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่เกิดจากขนาดของตลาด (size of market effect) การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่เกิดจากการแข่งขันในตลาด (competitive effect) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาด (distributive effect) (Ochsner and Cramer, 1976: 12–20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การตรวจเอกสาร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2535) โดยคณะกรรมการนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร และสหกรณ์ ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ พบว่าอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ยังไม่โตเท่าที่ควร ทั้ง ๆ ที่มีศักยภาพในการผลิตสูงและมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น แต่ผู้ผลิตยังประสบปัญหาที่สำคัญทั้งด้านวัตถุดิบบางชนิดมีไม่เพียงพอ ภาวะภาษียังไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน และประชากรส่วนใหญ่ที่ยังไม่เคยชินกับการดื่มน้ำผลไม้ รัฐอาจสนับสนุนให้อุตสาหกรรมน้ำผลไม้เติบโตได้ในอนาคต โดยส่งเสริมให้มีการแปรรูปน้ำพีช น้ำผัก น้ำผลไม้ โดยใช้เทคนิคอย่างง่าย ๆ ที่เกษตรกรสามารถทำได้เอง ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม และบรรเทาปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในช่วงฤดูการผลิต โดยวัตถุดิบที่ใช้ควรจะถูกปลูกเพื่อการแปรรูปโดยเฉพาะ นอกจากนี้ให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำ เช่น กล่องกระดาษ และขวดแก้ว เป็นต้น ส่วนในด้านการตลาด โดยเฉพาะตลาดภายในประเทศซึ่งการบริโภคน้ำผลไม้ยังไม่ค่อยแพร่หลายมากนัก และมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยมาก รัฐควรมีส่วนช่วยในการรณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนดื่มน้ำผลไม้มากขึ้นรวมทั้งส่งเสริมการจำหน่ายน้ำผลไม้ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้มีโอกาสแนะนำผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคทั่วไป และแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วย ส่วนตลาดน้ำผลไม้ในตลาดต่างประเทศที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ตลาดที่สำคัญจะเป็นประเทศที่เจริญแล้ว เช่น อเมริกา และยุโรป ดังนั้นคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการส่งออก การขยายการส่งออกจำเป็นต้องเน้นการลงทุนและรักษาคุณภาพให้สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตได้

กฤติยา หาญแก้วกล้า (2540) ได้ทำการศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการตลาด การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาด และวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกน้ำสับประรดของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ สเปน และญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2538 โดยเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ ผลการศึกษาพบว่าในปัจจุบันประเทศไทยสามารถผลิตน้ำสับประรดได้มากเป็นอันดับ 1 ของโลก รองลงมาได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ ตลาดน้ำสับประรดในประเทศไทยยังไม่กว้างขวางนัก มีเพียงร้อยละ 5-10 ของปริมาณที่ผลิตได้ทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของไทย คือ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ สเปน และญี่ปุ่น ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยใน 4 ตลาด คือ ประเทศฟิลิปปินส์ ในการศึกษาด้านการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดใช้แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาด ซึ่งทำการวิเคราะห์ 2 ช่วงคือ ระหว่างปี พ.ศ. 2531-2534 และปี พ.ศ. 2535-2538 ผลการศึกษาพบว่า ส่วนครองตลาดของไทยใน 4 ประเทศนี้เพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากร้อยละ 41.31 เป็นร้อยละ 41.88 ปริมาณการส่งออกของไทยไปยังตลาดนี้เพิ่มขึ้น 33,223 ตัน ซึ่งพิจารณาได้ 3 ลักษณะ คือ ผลที่เกิดจากการขยายของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 84.03 ผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.84 และผลที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาดลดลงร้อยละ 5.54 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดระหว่างไทยกับฟิลิปปินส์ปรากฏว่า โดยรวมแล้วฟิลิปปินส์ได้เปรียบมากกว่าไทยในตลาดนี้ สำหรับการวิเคราะห์ห่ออุปสงค์ส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดทั้ง 4 ประเทศนั้น จากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาส่งออกน้ำสับประรด รายได้ต่อหัว และปริมาณการผลิตน้ำสับประรดของตลาดนั้น ๆ พบว่าประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายการส่งออกน้ำสับประรดโดยเน้นในด้านการขยายขนาดตลาดส่งออก โดยเฉพาะรายได้ต่อหัวของประเทศผู้นำเข้าซึ่งเป็นตัวแปรที่ประเทศไทยให้ความสำคัญ โดยเน้นนโยบายการวางแผนการส่งออกให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจผู้นำเข้า แต่ตัวแปรอื่น ๆ เช่น ราคาส่งออกน้ำสับประรดนั้นยังให้ความสำคัญน้อยเกินไป ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญได้ดึ้นัก

สุปราณี โกศลศิริลักษณ์ (2545) ทำการศึกษาความสามารถในการส่งออก รวมถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการส่งออกผลไม้ของไทย โดยใช้การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกน้ำสับประรดและผลไม้หรือน้ำพืชผักอื่น ๆ ชนิดใดชนิดหนึ่งไปยังตลาดโลก รวมถึงเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย และอธิบายสาเหตุของการมีหรือสูญเสียความได้เปรียบในการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2533–2541 พบว่า น้ำผลไม้เป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้เมื่อมีการขาดแคลน และไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกน้ำสับประรด แต่มีค่า RCA ต่ำกว่าฟิลิปปินส์ในทุกตลาดที่ทำการศึกษา ส่วนอินโดนีเซียมีค่า RCA ที่ต่ำกว่าไทย และในการส่งออกน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักอื่น ๆ ไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าคู่แข่งทั้งสอง นอกจากนี้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออก พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกน้ำผลไม้ของไทย คือ การขยายตัวของตลาดโลก และประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ

สมมติฐานของการศึกษา

1. ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 คือ ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดไปยังตลาดโลก เมื่อเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

2. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดน้ำสับประรดของไทยในตลาดเนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกาลดลงเนื่องจากผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด ผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาด และผลที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาด

แนวคิดทางทฤษฎี

แนวคิดทางทฤษฎีในการศึกษาครั้งนี้จะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ในส่วนแรกจะทำการศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประคองของไทย โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และในส่วนที่สองจะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกน้ำสับประคองของไทย โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ตามหลักการของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น เนื่องจากประเทศต่าง ๆ ผลิตสินค้าได้ในจำนวนไม่เท่ากันด้วยปัจจัยการผลิตที่ไม่เท่ากัน หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศต่าง ๆ ผลิตสินค้าอย่างเดียวกันด้วยปัจจัยการผลิตที่แตกต่างกัน หรือต้นทุนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะปัจจัยการผลิตของแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตเชิงสัมพัทธ์ (Relative productivity) ไม่เท่ากัน ประเทศที่สามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ก็จะทำการผลิตสินค้าที่ตนมีต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่น และปล่อยให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตามทฤษฎีนี้ ในทางปฏิบัติกระทำค่อนข้างยาก เนื่องจากประสบปัญหาด้านข้อมูลต้นทุนสินค้าในประเทศต่าง ๆ ซึ่งหาได้ยาก

ดังนั้น การพิจารณาถึงความสามารถในการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง อาจทำได้หลายวิธี และค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏก็เป็นค่าหนึ่งที่สามารถชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกได้ โดยมีนักเศรษฐศาสตร์ชื่อ เบลาลา บาลาสซา (Balassa, 1997) ได้ศึกษาถึงบทบาทของการส่งออกสินค้า โดยพิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งภายในประเทศต่อสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดนั้นของโลก

เครื่องมือที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เรียกกกันว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$RCA = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่

RCA	=	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ
X_{ik}	=	มูลค่าการส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i
X_i	=	มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i
X_{wk}	=	มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก
X_w	=	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของ RCA ได้ดังนี้

ถ้าค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k

ถ้าค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในฐานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k

ถ้าค่า RCA เท่ากับ 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลก ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

ข้อดีของ RCA คือ ทำให้เห็นภาพกว้าง ๆ ของการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i เมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกสินค้า k ของทั่วโลก

ข้อจำกัดของ RCA มีหลายประการ คือ

1. ขนาดของประเทศที่นำมาพิจารณา ถ้าประเทศเล็กมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของประเทศจะมีค่าน้อยกว่าประเทศที่มีขนาดใหญ่กว่า ดังนั้น RCA ของประเทศที่มีขนาดใหญ่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับประเทศที่เล็กแล้วมักจะน้อยกว่า จึงไม่สามารถสรุปลงไปได้แน่ชัดว่าประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกมากกว่ากัน

2. RCA ของการส่งออกสินค้า k ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลักจะมีค่าสูงกว่า RCA ของประเทศที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะว่ามูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมจะสูงกว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม

3. การที่ค่า RCA มากกว่า 1 หรือ RCA น้อยกว่า 1 ไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่าเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด

ถึงแม้ว่าค่า RCA จะมีข้อจำกัดมากกว่าข้อดี แต่ค่า RCA ก็ยังแสดงการเปลี่ยนแปลงทิศทางการส่งออกสินค้า k ของประเทศหนึ่งได้โดยคำนวณหาค่า RCA ของหลายช่วงเวลาแล้วนำมาเปรียบเทียบกัน แต่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของปัจจัยต่าง ๆ ของ RCA

แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประรดของไทยในประเทศเนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา ในที่นี้จะใช้แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด ซึ่งกำหนดขึ้นโดย จี.แอล. ออชเนอร์ (G.L. Ochsner) และ จี. แอล. แครมเมอร์ (G.L. Cramer) การศึกษาดังกล่าวจะวัดผลการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งการตลาด 3 ลักษณะ ดังนี้ (Ochsner and Cramer, 1976:12–20)

1. ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากขนาดของตลาด (Market share analysis model) เป็นการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกอันเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้น หรือลดลงของปริมาณการส่งออกโดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกของผู้ส่งออกรายได้ประชาชาติ และจำนวนประชากรของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวชี้ถึงความเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น

2. ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันในตลาด (Competitive effect) เป็นการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก อันเนื่องมาจากการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกต่างๆ ในสินค้าชนิดเดียวกัน โดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่ในช่วงเวลาฐานกับเวลาที่พิจารณา กล่าวคือ ถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกลดลง ขณะที่ขนาดของตลาดส่งออกคงที่ แสดงว่าผลการแข่งขันนั้นทำให้ประเทศผู้ส่งออกต้องสูญเสียตลาดไปบางส่วน ทำนองเดียวกัน ถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกนั้นเพิ่มขึ้น แสดงว่าผลของการแข่งขันทำให้ประเทศผู้ส่งออกได้เปรียบคือ มีตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวไม่เพียงแต่จะเกิดจากผลของการแข่งขันเท่านั้น ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงในนโยบายทางการค้าและการตลาดของประเทศผู้นำเข้าด้วย

3. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่เกิดขึ้นจากการกระจายตัวของตลาด (Distribution effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศใดประเทศหนึ่งที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาด โดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกของประเทศนั้น เนื่องจากความต้องการภายในของตลาดเปลี่ยนไป อาทิเช่น การบริโภคสินค้าหรือการนำสินค้านั้นไปใช้ประโยชน์ เป็นต้น โดยกำหนดให้ขนาดตลาด และส่วนแบ่งการตลาดคงที่ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสำคัญของประเทศผู้ส่งออก (relative change) โดยจะทำให้ปริมาณการส่งออกที่แท้จริงของแต่ละประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาด และขนาดของตลาดคงที่

วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทั้งสามลักษณะดังกล่าว ในตารางที่ 4 ซึ่งในที่นี้สมมติให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาดคือ ตลาด A และตลาด B และมีประเทศส่งออกที่แข่งขันกับประเทศ X เพียงประเทศเดียว การวิเคราะห์พิจารณาเพียง 2 ปี คือปีที่ 1 และปีที่ 2 สามารถนำมาคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X ออกเป็น 3 ลักษณะ กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด โดยกำหนดให้

ส่วนครองตลาดคงที่ การแข่งขันในตลาดโดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่ และการกระจายตัวของตลาด โดยกำหนดให้ส่วนครองตลาดและขนาดของตลาดคงที่ และการกระจายตัวของตลาด โดยกำหนดให้ส่วนครองตลาด และขนาดของตลาดคงที่ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาด โดยใช้ข้อมูลสมมติระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2

	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ปริมาณการนำเข้าจากประเทศ X	ส่วนครองตลาดของประเทศ X
ปีที่ 1			
ตลาด A	400	160	0.40
ตลาด B	1200	240	0.20
รวมทั้งหมด	1600	400(A ₁)	0.25
ปีที่ 2			
ตลาด A	200	100	0.50
ตลาด B	1800	540	0.30
รวมทั้งหมด	2000	640(A ₂)	0.32

ที่มา: (Ochsner and Cramer, 1976)

จากตัวเลขสมมติ และวิธีการดังกล่าวนี้สามารถนำมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X ได้โดย

1. จำนวนความสามารถในการส่งออก (potential export)

1.1 ส่วนครองตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

$$S_1 = 0.25 * 2000 = 500 \text{ หน่วย}$$

1.2 ส่วนครองตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ในตลาด A ตลาด B ระดับการส่งออกในปีที่ 2

$$S_2 = (0.40 * 200) + (0.20 * 1800) = 440 \text{ หน่วย}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X	หน่วย	ร้อยละ
ผลทั้งหมด ($A_2 - A_1$)	+240	+100
ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด ($S_1 - A_1$)	+100	+42
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด ($A_2 - S_2$)	+200	+83
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของตลาด ($S_2 - S_1$)	-60	-25

ที่มา: (Ochsner and Cramer, 1976)

จากการคำนวณในตัวอย่างข้างต้นสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศ X ในตลาด A และตลาด B ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเพิ่มขึ้น 240 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 42 ของผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 200 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมดและเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาดลดลง 60 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด

แบบจำลอง CMS ที่ประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ จะมีข้อสมมติฐานดังนี้ (ฐะปะณี, 2539)

- กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอก และไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศส่งออก
- ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาอยู่ในตลาดใดตลาดหนึ่งจะกำหนดให้มีค่าคงที่ ทรานเท่าที่ประเทศส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ซึ่งในทางอ้อมความสามารถในการแข่งขันนี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทานผู้ส่งออกดังกล่าว
- ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่านันต์ คือ ประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้า เพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวได้เสมอ
- สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ของผู้บริโภค
- ไม่มีการร่วมมือกันระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การผลิตและการส่งออกน้ำสับปะรดของประเทศไทย

ลักษณะทั่วไปทางการผลิต

การผลิตสับปะรดของประเทศไทย

ประเทศไทยสามารถปลูกสับปะรดได้ทั้งปี เพราะสับปะรดเป็นพืชที่ปลูกง่าย การบำรุงรักษาไม่ยาก ปลูกขึ้นได้ในดินแทบทุกชนิด และสามารถปลูกได้ทุกฤดู แต่ช่วงที่เหมาะสม คือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนพฤษภาคม ในการปลูกแต่ละครั้งสามารถเก็บผลได้สามรุ่น โดยมีปริมาณและคุณภาพขึ้นอยู่กับฤดูกาล ช่วงที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดมาก คือ ช่วงเดือนเมษายนถึงช่วงเดือนพฤษภาคม และช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2542) สับปะรดที่นิยมปลูกในไทยนั้นมีอยู่ 5 พันธุ์ คือ (1) พันธุ์ บัตตาเวียหรือพันธุ์ศรีราชา หรือกัลกัตตา ซึ่งเป็นพันธุ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการแปรรูปสับปะรด และมีการปลูกมากที่สุด (2) พันธุ์อินทรีชิต หรือเทพรส (3) พันธุ์ขาว หรือสิงคโปร์ (4) พันธุ์ภูเก็ต หรือสวี และ (5) พันธุ์นางแล หรือน้ำผึ้ง

ผลผลิตสับปะรดของไทยมีปริมาณ ไม่แน่นอนในแต่ละปี เพราะผลผลิตขึ้นอยู่กับดินฟ้าอากาศ การดูแลบำรุงรักษา และราคาสับปะรดสดที่เกษตรกร ได้รับ ประกอบกับเนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต สับปะรดมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา และการส่งผลผลิตสับปะรดสดไปยังตลาดต่างประเทศนั้น ประสบปัญหาค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เนื่องจากสับปะรดเป็นสินค้าที่ต้องใช้พื้นที่ในการขนส่ง น้ำหนักมาก และเน่าเสียได้ง่าย ต้องมีการรักษาคุณภาพในการขนส่ง ดังนั้นการส่งเสริมการแปรรูปสับปะรดเพื่อการส่งออกในรูปแบบอุตสาหกรรมสับปะรด ซึ่งสามารถแปรรูปวัตถุดิบจากสับปะรดสดที่ผลิตได้ภายในประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์สับปะรด ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด สับปะรดแช่แข็ง สับปะรดอบแห้ง แยม สับปะรด และอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งน้ำสับปะรดเป็นผลพลอยได้จากการผลิตสับปะรดกระป๋อง ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศปีหนึ่ง ๆ คิดเป็นมูลค่านับพันล้านบาท (กรมศุลกากร, 2544)

การจัดหาวัตถุดิบ

สำหรับการจัดหาวัตถุดิบของโรงงานผู้ผลิตน้ำสับปะรดนั้นก็จะเป็นจัดหาในโรงงานผลิต สับปะรดกระป๋อง ซึ่งแบ่งออกได้ 3 วิธี คือ

1. โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องดำเนินการผลิตวัตถุดิบเอง โดยโรงงานจะมีพื้นที่เพาะปลูกสับปะรดของโรงงานเอง เช่น บริษัท โคลแห่งประเทศไทย จำกัด และบริษัท ชะอำไพน์แอปเปิ้ล จำกัด อย่างไรก็ตามวัตถุดิบผลิตได้เองมักจะมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ โรงงานจึงต้องจัดหาวัตถุดิบจากเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่

2. โรงงานรับซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรทั่วไป ซึ่งนำผลผลิตสับปะรดมาขายที่หน้าโรงงาน โดยโรงงานกำหนดราคาซื้อขายรายวัน วิธีนี้ค่อนข้างจะทำให้เกิดการคล่องตัวสำหรับทั้งเกษตรกรและโรงงาน แต่ผลผลิตที่ได้จำเป็นต้องมีการคัดคุณภาพอย่างละเอียดยิ่งขึ้น วิธีดังกล่าว โรงงานจำเป็นต้องกระทำโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ผลผลิตเกิดการขาดแคลน หรือแหล่งผลิตวัตถุดิบอยู่ห่างไกลจากโรงงานจะต้องเข้าไปรับซื้อจากเกษตรกรเองหรือผ่านพ่อค้าคนกลาง

3. โรงงานทำสัญญาจ้างเกษตรกร (contract farming) ผู้ผลิตสับปะรด เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางด้านความเพียงพอของปริมาณผลผลิตของโรงงาน และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเกษตรกรในพื้นที่ โดยโรงงานจะเข้าไปส่งเสริมให้มีการปลูกสับปะรดในวิธีการที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ผลผลิตตรงกับความต้องการใช้แปรรูปของโรงงาน ซึ่งโรงงานจะทำการลงทุนบางส่วน และทำสัญญากับเกษตรกรในการซื้อขายผลผลิตไว้ล่วงหน้า

ในหนังสือสัญญาที่เกษตรกรทำกับโรงงานในแต่ละปีนั้น จะต้องระบุแน่นอนถึงพื้นที่การปลูก และต้องขายผลผลิตสับปะรดที่ได้จากการปลูกนั้นในที่ดินดังกล่าวให้แก่บริษัท โดยประมาณผลผลิตที่จะได้ว่าอยู่ในช่วงไหน บริษัทจะรับซื้อไว้ทั้งหมดภายใต้เงื่อนไขที่ว่าสับปะรดดังกล่าวจะต้องมีขนาด ลักษณะ และคุณภาพถูกต้องตามมาตรฐาน โดยโรงงานจะรับซื้อในราคาประกัน

ราคารับซื้อ โรงงานจะประกาศราคารับซื้อขั้นต่ำไว้ในบริเวณโรงงาน โดยจะกำหนดราคาในแต่ละช่วงแตกต่างกันไป คือ ช่วงที่มีผลผลิตออกมามากจะกำหนดราคาต่ำ และในช่วงที่ผลผลิตน้อยจะกำหนดราคาสูงกว่าปกติ และถ้าในกรณีที่ราคาตลาดสูงกว่าราคาประกัน บริษัทจะยินยอมรับซื้อในราคาตลาด

ในทางปฏิบัติแล้ว โรงงานแปรรูปสับปะรดกระป๋องจะซื้อวัตถุดิบทั้ง 3 วิธีประกอบกัน เพื่อเป็นการป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพตามต้องการ ทางโรงงานจะกำหนดมาตรฐานในการรับซื้อไว้เพื่อให้ได้สับปะรดที่ดีมีคุณภาพ และขนาดตามที่ต้องการไม่สุกมากเกินไปหรือน้ำ คีบหรือบอบช้ำจนเกินไป

การรับซื้อสับปะรดจึงต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของลักษณะผลภายนอก และภายใน เพื่อคุณภาพในการแปรรูปดังนี้

1. ลักษณะผลภายนอก ได้แก่ ผลขนาดกลาง รูปทรงระบอบ ขนาดตาใหญ่ และแบน มีจุดเล็ก ๆ เพียงจุดเดียว
2. ลักษณะภายใน ได้แก่ เนื้อสีเหลือง เหนียงแน่น ไม่มีเมล็ด ใส่แกนของผลเล็ก และอยู่ที่จุดกึ่งกลางของผล ช่องว่างในเนื้อควรมีน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการผลิตน้ำสับประรด

น้ำสับประรดกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์ร่วม (Joint Product) หรือเป็นผลพลอยได้ (By-product) ของการแปรรูปสับประรดกระป๋อง ซึ่งจะได้ทั้งผลิตภัณฑ์สับประรดกระป๋อง และน้ำสับประรด อย่างไรก็ตาม น้ำสับประรดสามารถผลิตจากสับประรดทั้งหัวก็ได้ แต่มีต้นทุนสูง สำหรับน้ำสับประรดผลิตได้นั้นมี 2 ชนิด คือ น้ำสับประรดชนิดธรรมชาติ (Single Strength Pineapple Juice) หรือสับประรดพร้อมดื่ม และน้ำสับประรดชนิดเข้มข้น (Concentrated Pineapple Juice) ซึ่งสามารถนำไปทำเป็นน้ำสับประรดธรรมชาติอีกต่อหนึ่งได้ หรือนำไปผสมเป็นเครื่องดื่มพวักพันซ์ (Punch) และเครื่องดื่มอื่น ๆ ตลอดจนในอุตสาหกรรมอาหารต่าง ๆ เช่น อาหารเด็ก ไอศกรีม เค้ก และ โยเกิร์ต เป็นต้น

กระบวนการแปรรูปของน้ำสับประรดธรรมชาติ และน้ำสับประรดเข้มข้นมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (ภาพที่ 1)

1. ขั้นเตรียมวัตถุดิบ

1.1 การเลือกผลสับประรด (Sizing and Inspection) ในการเลือกผลสับประรดที่จะนำมาผลิต น้ำสับประรดที่มีคุณภาพดีต้องเป็นสับประรดที่สุกเต็มที่ในตอนกลางฤดู แต่จะต้องไม่สุกจนเกินไปจนเกิดการเน่าเสีย และควรแยกผลสับประรดที่มีคุณภาพดีออกจากส่วนที่เสีย อย่าให้ปะปนกันเพื่อป้องกันการเกิดการปนเปื้อนในน้ำสับประรดได้

1.2 การล้างผลไม้ (Washing) ควรล้างสับประรดให้สะอาดด้วยการพ่นฉีด หรือการล้างน้ำหลาย ๆ ครั้ง

2. การสกัดน้ำสับประรด (Extracting) วิธีในการสกัดน้ำสับประรดอาจจำแนกได้เป็น 4 วิธี ดังนี้

2.1 เครื่องตีแหลก (Crushers) เป็นวิธีที่นิยมใช้ในโรงงานขนาดเล็ก โดยผลสับประรดจะถูกตัดเป็นชิ้น ๆ ก่อนตีแหลกและจะนำไปสกัดน้ำในขั้นตอนต่อไป สำหรับผลสับประรดที่มีเนื้อแข็งหลังจากผ่านเครื่องตีป่นแล้วต้องทำให้นุ่ม โดยการต้ม ซึ่งการต้มอย่างรวดเร็วหลังจากปอกเปลือกและตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ แล้วจะช่วยป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสีของน้ำสับประรดอันเนื่องมาจากเอนไซม์ (Enzyme) ได้ ผลสับประรดที่ถูกตีแหลกแล้วจะถูกบีบหรือคั้นเพื่อสกัดน้ำสับประรดต่อไป

2.2 เครื่องสกัดน้ำผลไม้แบบสกรู (Screw Type Juice Extractor) ใช้สำหรับสกัดน้ำผลไม้ต่าง ๆ โดยเฉพาะน้ำสับประรดแต่จะต้องปอกเปลือกออกก่อนเข้าเครื่องนี้

2.3 การบีบอัดในภาชนะ (Basket press) ใช้สำหรับผลไม้ที่มีเนื้อนุ่ม โดยนำผลไม้มาตัดชิ้นเล็ก ๆ แล้วตีแหลกจากนั้นนำมาใส่ถุงผ้าโดยใช้แรงอัดด้วยสกรูให้น้ำผลไม้ออกจากผลไม้

2.4 เครื่องคั้นน้ำผลไม้ มีทั้งขนาดใหญ่ และขนาดเล็กตามความต้องการ โดยจะนำผลไม้มาผ่าออกเป็น 2 ซีก แล้วจึงคั้นน้ำออกโดยใช้เครื่องคั้น

3. การแยกตะกอน (Filtration) พวกรวมของเหลวที่หยาบ ๆ เช่น พวกรวมเนื้อเยื่อ เปลือก ในน้ำสับประรดสามารถแยกออกได้โดยกรองผ่านตะแกรงที่ทำด้วยเหล็กสแตนเลส และมีรูขนาดต่าง ๆ กัน ซึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำจะผ่านได้รวดเร็วภายหลังจากการสกัด พวกสารแขวนลอยหยาบ ๆ จะถูกแยกออกไป และจะได้น้ำสับปะรดซึ่งมีเนื้อผลไม้ที่ละเอียดแขวนลอยอยู่ตามปริมาณที่ต้องการ และอาจปรุงรสให้ดีขึ้น โดยการเติมน้ำตาลและกรดผลไม้ลงไป

4. การไล่อากาศออก (Deairation) น้ำสับปะรดอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เลวลงถ้าใช้วิธีสกัดน้ำที่ต้องสัมผัสอากาศนาน ๆ ปัจจุบันได้มีการปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้สกัดน้ำสับปะรดที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น คือ น้ำสับปะรดที่สกัดได้สด ๆ จะถูกดูดเอาอากาศออกไปโดยทำให้เกิดสุญญากาศสูงเป็นเวลา 15-20 นาที เพื่อแยกเอาออกซิเจนที่ละลายอยู่ออกไปก่อนที่จะบรรจุ ซึ่งจะช่วยลดปฏิกิริยาการเกิดออกซิเดชัน ได้เป็นอย่างมาก บางโรงงานอาจใช้ก๊าซไนโตรเจนในการลดความเป็นสุญญากาศแทนที่จะดูดเอาอากาศออก

5. การระเหยน้ำออก (Concentration) ในกรณีการผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้น กระทำได้โดยนำน้ำสับปะรดที่ผ่านขบวนการผลิตถึงขั้นสุดท้ายก่อนการบรรจุขวด หรือภาชนะบรรจุ มาผ่านขบวนการระเหยน้ำออกเพื่อให้น้ำสับปะรดมีความเข้มข้นขึ้น

6. การพาสเจอร์ไรซ์ (Pasteurization) การฆ่าเชื้อที่อุณหภูมิ 85-92 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 1-2 นาที

7. การตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) ในถังปรับคุณภาพ (Blending Tank) ก่อนบรรจุ

8. การทำให้เย็น (Chilling) การทำให้อุณหภูมิลดลงก่อนการบรรจุ

9. การบรรจุหีบห่อ (Packing) บรรจุในถุงพลาสติก และใช้ลังไม้อีกหนึ่งหรือบรรจุในถังเหล็กหรือ Drums หรือ Bins ซึ่งมีขนาดบรรจุต่างกัน ดังนี้

9.1 บรรจุในถุงพลาสติก และใส่ในลังไม้ หรือ Bins ขนาดการบรรจุ 325 และ 6 แกลลอน

9.2 บรรจุถังเหล็ก หรือ Drums ขนาดการบรรจุ 54 แกลลอน หรือ 200 ลิตร

ภาชนะที่ใช้บรรจุน้ำสับปะรด

น้ำสับปะรดที่วางจำหน่ายในตลาดมีการบรรจุในภาชนะหลากหลายรูปแบบ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันตามแต่ละบริษัทผู้ผลิตจะออกแบบให้ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า ดังนี้

1. ขวดพลาสติก ซึ่งสะดวกแก่การดื่ม และไม่ต้องระวังในเรื่องการบุบแตก ที่จะทำให้ภาชนะเกิดการเสียหายได้ ขนาดการบรรจุในท้องตลาดมีหลายขนาด เช่น 250 ซี.ซี. 1,000 ซี.ซี. (1 ลิตร) เป็นต้น รูปร่างภาชนะมีทั้งแบบทรงกลม ทรงเหลี่ยม มักจะเป็นน้ำผลไม้ที่ราคาไม่สูงนัก เนื่องจากต้นทุนบรรจุภัณฑ์มีราคาต่ำ เช่น น้ำผลไม้บีเบอร์ น้ำผลไม้โกลเด้นแพน เป็นต้น

2. ขวดแก้ว ผู้บริโภคบางคนชอบภาชนะที่เป็นขวดแก้ว เพราะดูสะอาด เห็นสีของน้ำผลไม้ชัดเจน และเมื่อดื่มหมดก็สามารถนำภาชนะนี้ไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ได้ด้วย ซึ่งน้ำผลไม้เข้มข้นมักจะใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ มีขนาด 330 ซี.ซี. 350 ซี.ซี. 1,000 ซี.ซี. เป็นต้น

3. กระป๋องโลหะ ลักษณะภายนอกกระป๋องอาจจะแตกต่างกันไปเพื่อดึงดูดความสนใจ มี 2 ชนิด คือ แบบมีสลักเปิด และไม่มีสลักเปิด โดยน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่วางจำหน่ายเกือบทุกยี่ห้อจะใช้บรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กัณฑ์กระป๋องโลหะมีสลักเปิด ซึ่งเป็นกระป๋องทรงสูง เพราะสามารถรักษาคุณภาพ และรสชาติของน้ำผลไม้ได้ดี มีระยะเวลาเก็บรักษานานถึง 2 ปี โดยทั่วไปแล้วจะเป็นขนาด 240 – 250 ซี.ซี.

4. ถุงพลาสติก การบรรจุถุงพลาสติกจะต้องมีขนาดไม่ใหญ่นัก และมีน้ำหนักที่พอเหมาะในการถือบริโภคในแต่ละครั้ง

5. กล่องกระดาษเตตราแพค ข้อดี คือ ขนส่งได้ง่าย และสะดวก สามารถบรรจุน้ำผลไม้ได้ในปริมาณที่มาก แต่ผู้บริโภคอาจสับสนเพราะบรรจุภัณฑ์เป็นชนิดเดียวกับที่ใช้บรรจุนมพร้อมดื่มยูเอชที

6. กล่องกระดาษไฮปาแพค เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนสูง เนื่องจากทำจากวัสดุต่าง ๆ ผืนึกซ้อนกัน 5 ชั้น สามารถป้องกันแสงแดด และกันความร้อนจากภายนอกได้ดี ย่อยสลายได้ง่าย มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษรูปเหลี่ยมทรงสูง มีสลักเปิด แต่อาจบุบหรือสูญเสียรูปทรงได้ง่ายเมื่อถูกแรงกระแทก ซึ่งตราที่ใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้คือ น้ำผลไม้ตราทิปโก้

7. อะลูมิเนียมฟอยล์ เป็นบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ เรียกว่า Flexible Pack มีลักษณะรูปทรงคล้ายถุงแต่ตั้งได้ มีหลอดพร้อมดื่มภายในซอง น้ำหนักเบา

ผู้ผลิตและกำลังการผลิต

ปัจจุบัน โรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตน้ำสับปะรดมีทั้งหมด 24 โรงงาน มีกำลังการผลิตประมาณ 180,000 ตันต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็น โรงงานที่ผลิตสับปะรดกระป๋อง และได้ผลพลอยได้ คือ น้ำสับปะรดมาผลิตในรูปของน้ำสับปะรดเข้มข้นแบบแช่แข็ง (Frozen concentrate) แบบปลอดเชื้อ (Aseptic concentrate) เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2545)

ต้นทุนการผลิต

อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ก็เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ต้นทุนจะประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ดังนี้

1. ต้นทุนคงที่ ประกอบด้วย ค่าก่อสร้างโรงงาน ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิตต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายในการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าโฆษณา ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตสินค้า

2. ต้นทุนผันแปร ต้นทุนในการผลิตน้ำผลไม้ส่วนนี้จะเปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต ซึ่งส่วนประกอบที่สำคัญของต้นทุนผันแปร ได้แก่

2.1 ค่าวัตถุดิบ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับชนิดของผลไม้ที่นำมาผลิตเป็นน้ำผลไม้

2.2 ค่าบรรจุภัณฑ์ เช่น กระป๋อง กล่องเตตราแพค ฉลาก

2.3 ค่าแรงงาน เนื่องจากในปัจจุบันค่าแรงงานขั้นต่ำมีราคาสูงขึ้นทุกที และอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไม่มีลักษณะของการใช้แรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) จึงส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานมีค่าสูงขึ้นมาก

จากการศึกษาพบว่าสัดส่วนต้นทุนที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ หรือผลไม้ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40-70 ของต้นทุนทั้งหมด (ตารางที่ 6) โดยสับปะรดเป็นผลไม้ที่มีราคาถูกที่สุด สัดส่วนต้นทุนที่สำคัญรองลงมาได้แก่ ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าแรงงาน ตามลำดับ ซึ่งในส่วนของต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และเสียหายในอัตราที่สูง คือ ฝากระป๋องชนิดสลักเปิด และกล่องเตตราแพค (กล่องยูเอชที) ต้องเสียหายนำเข้าถึงร้อยละ 5 และร้อยละ 35 ตามที่กรมศุลกากรกำหนด รวมถึงค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของไทยที่สูงขึ้น นอกจากนี้การลงทุนยังต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูง เพราะผู้ผลิตเริ่มหันมาใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปรับปรุงกระบวนการผลิต ตั้งแต่รสชาติ รูปแบบ และคุณภาพของน้ำผลไม้ ตลอดจนการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กล่องเตตราแพค และกล่องที่มีสลักเปิด เพื่อให้บริโภคสามารถเลือกดื่มได้มากขึ้น

ตารางที่ 6 สัดส่วนต้นทุนการผลิตน้ำสับปะรด

รายการ	สัดส่วน (ร้อยละ)
ค่าบรรจุภัณฑ์	42.55
ค่าวัตถุดิบ	28.37
ค่าจ้างแรงงาน	11.35
ค่าพลังงาน	7.09
อื่น ๆ	10.64
รวม	100.00

ที่มา: (กรมเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2544)



ภาพที่ 1 กระบวนการผลิตน้ำสับประดธรรมชาติ และน้ำสับประดเข้มข้น โดยสังเขป

ที่มา: (บริษัท สับประดไทย จำกัด (มหาชน), 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะทั่วไปทางการตลาด

ตลาดภายในประเทศ

โดยรวมแล้วตลาดน้ำสับปะรดภายในประเทศยังไม่กว้างขวางนัก (นิรนาม, 2543: 18) ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคภายในประเทศยังไม่ค่อยนิยมบริโภคน้ำสับปะรดในบรรจุภัณฑ์แต่นิยมบริโภคผลไม้สด เพราะหาซื้อได้ทั่วไป นอกจากนี้ยังได้รสชาติและความสดมากกว่าน้ำสับปะรดในบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยสำคัญอีกอันหนึ่งก็คือ รายได้ของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศค่อนข้างต่ำ และราคาน้ำสับปะรดยังอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างสูง ในช่วงที่ผลไม้ออกสู่ตลาดในปริมาณมาก ราคาจำหน่ายผลไม้สดจะต่ำกว่าราคาที่จะบริโภคน้ำสับปะรดในบรรจุภัณฑ์

ในระยะปัจจุบันผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพขึ้น ทำให้น้ำผลไม้ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นที่สนใจของผู้บริโภคมากขึ้น ประกอบกับชีวิตที่ต้องเร่งรีบของคนในสังคมเมือง ทำให้ผู้บริโภคไม่มีเวลาพอที่จะมาคั้นน้ำผลไม้คั้นเอง จึงมีการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณค่าทางโภชนาการของน้ำสับปะรด เพื่อให้มีการขยายตลาดน้ำสับปะรดในประเทศให้กว้างขึ้น

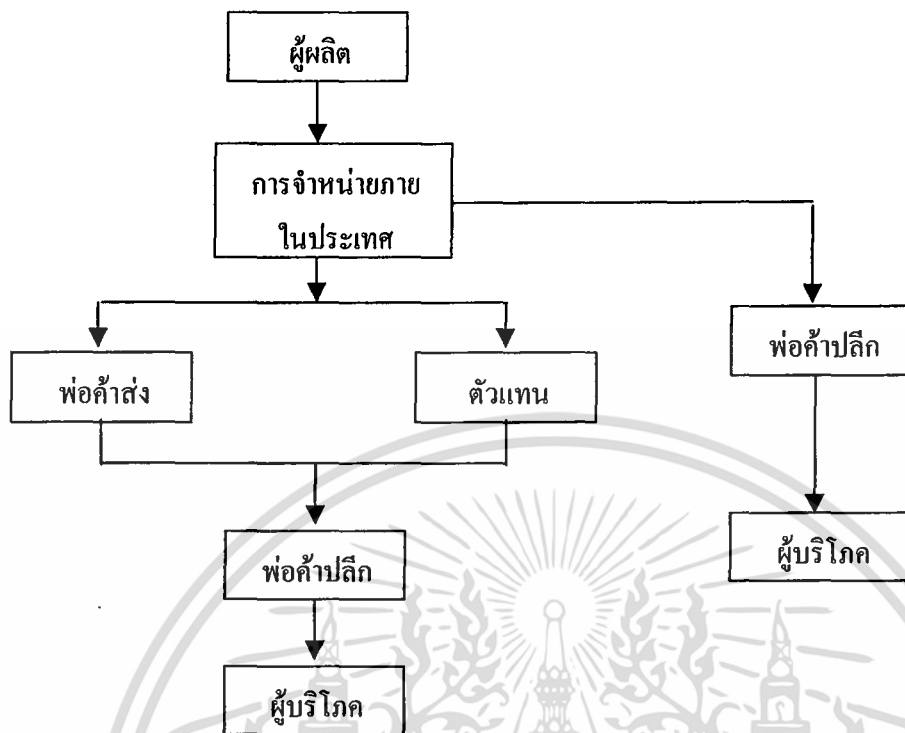
ช่องทางในการจัดจำหน่าย

ในการวางจำหน่ายปลีกน้ำสับปะรด ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายมักจะอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน คือ ช่องทางโมเดิร์นเทรด เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ และร้านสะดวกซื้อ ที่กลุ่มเป้าหมายมักนิยมซื้อสินค้าจากทางร้านค้าเหล่านี้ ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายใดที่สามารถครองช่องทางการจัดจำหน่ายเหล่านี้ได้ ก็จะมีรายได้เปรียบทางการแข่งขันค่อนข้างมาก ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ ได้แก่ การวางจำหน่ายตามตู้แช่ในร้านค้าทั่วไป ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) ที่ตั้งอยู่ตามสถานีน้ำมัน สถานศึกษา สนามกอล์ฟ โรงแรม โรงพยาบาล และสำนักงานต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้การขยายสินค้าครอบคลุมพื้นที่บริการได้อย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อสินค้าได้ง่าย สำหรับน้ำสับปะรดที่ผลิตโดยผู้ผลิตขนาดกลาง และขนาดเล็ก มักจะใช้ช่องทางจัดจำหน่าย คือ ร้านอาหารต่าง ๆ เป็นสำคัญ และการขนส่งในประเทศส่วนใหญ่จะขนส่งโดยรถบรรทุก

ช่องทางในการจัดจำหน่ายน้ำสับปะรดภายในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ(ภาพที่ 2) ดังนี้ คือ

1. โรงงานผู้ผลิต ขายให้กับพ่อค้าส่ง พ่อค้าส่งขายให้กับพ่อค้าปลีก หรือขายให้กับผู้บริโภค
2. โรงงานผู้ผลิต ส่งให้ตัวแทนจำหน่าย ขายให้พ่อค้าส่งหรือขายให้พ่อค้าปลีก หรือขายให้กับผู้บริโภค
3. โรงงานผู้ผลิต ขายให้พ่อค้าปลีก หรือซูเปอร์มาร์เก็ต หรือขายให้กับผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำสับประรดภายในประเทศ

ที่มา: (ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย, 2536)

ตลาดต่างประเทศ

น้ำผลไม้ได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศมากกว่าตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี ซึ่งประเภทของน้ำสับประรดที่มีการค้าขายกันมากในตลาดโลก คือ น้ำสับประรดเข้มข้น และน้ำสับประรดแช่แข็ง คิดเป็นร้อยละ 65 ของปริมาณทั้งหมด (UNCTAD/GATT, 1996)

วิธีการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการ จะมีลักษณะต่าง ๆ กัน คือ

1. โรงงานผู้ผลิต และผู้ส่งออกมีหน่วยงาน หรือบริษัทเป็นของตนเอง ทำหน้าที่ด้านการขายทั่วไป โดยมีพนักงานทำหน้าที่ติดต่อลูกค้า ทำงานด้านเอกสาร การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนหาลูกค้าให้กับโรงงาน
2. โรงงานผู้ผลิตซึ่งมีชาวต่างชาติร่วมลงทุน โดยจะมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ บริษัทแม่จะทำหน้าที่หาลูกค้าให้กับบริษัทที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และส่งสินค้าไปให้บริษัทแม่เพื่อจำหน่ายต่อตามคำสั่งซื้อ
3. โรงงานผู้ผลิตมีบริษัทสาขาตั้งอยู่ในต่างประเทศ บริษัทจะทำหน้าที่ติดต่อลูกค้า หาลูกค้ารายใหม่ และหาทางขยายตลาดเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. โรงงานผู้ผลิต หรือผู้ส่งออกรายใหญ่ จะจ้างพนักงานขายเพื่อทำหน้าที่หาตลาด ส่วนการติดต่อด้านศุลกากรและท่าเรือ จะจ้างบริษัทขนส่งสินค้าเป็นผู้ดำเนินการให้

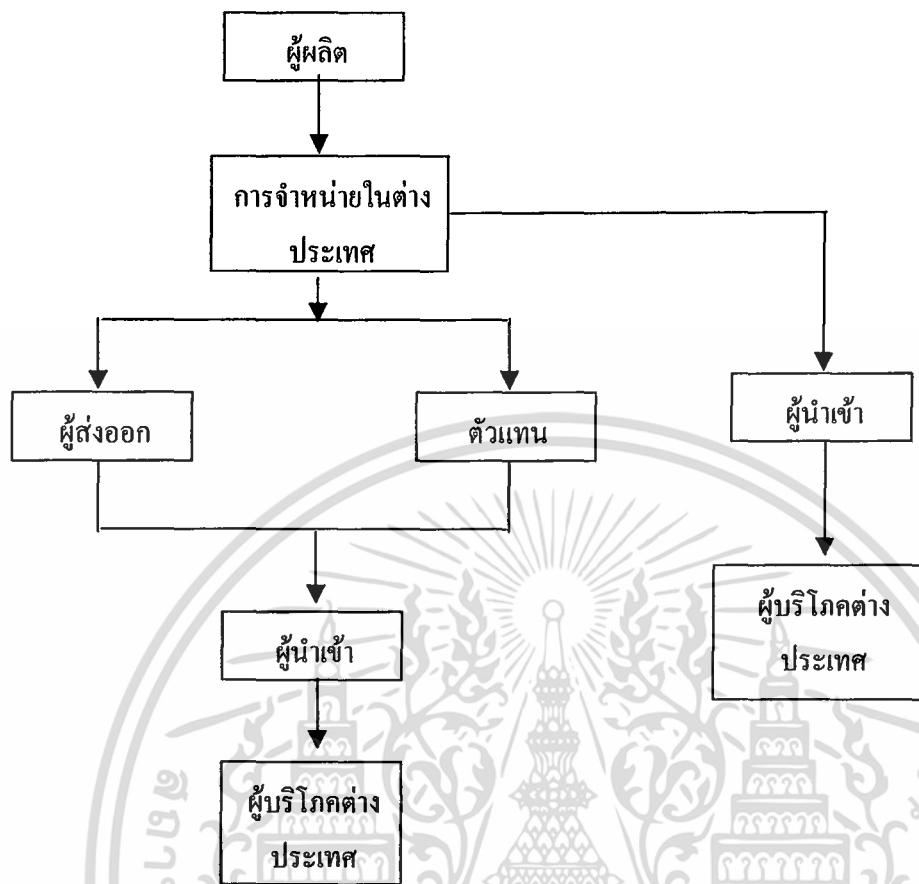
5. โรงงานผู้ผลิต หรือผู้ส่งออกได้เข้าร่วมกับคณะผู้แทนการค้า เพื่อเจาะตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นการหาลูกค้าใหม่ ๆ อีกทางหนึ่งด้วย

ช่องทางการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ในการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ลักษณะของลูกค้านำเข้าแบ่งเป็น 3 ประเภท (ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย, 2536: น 104-105) นายหน้าผู้นำเข้า (Broker) ผู้จัดจำหน่าย และลูกค้าผู้เป็นเจ้าของตราสินค้า (Brand Owner) โดยตรง ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำสับประคส่งออกในตลาดต่างประเทศของไทยนั้น โรงงานผู้ผลิตจะส่งสินค้าให้ผู้ส่งออกภายในประเทศ หรือให้บริษัทตัวแทนในประเทศก่อน เพื่อส่งให้ผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศอีกต่อหนึ่ง หรืออาจส่งให้ผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศเลยก็ได้ จากนั้นก็จะขายให้ผู้บริโภค น้ำสับประคเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักและปริมาณมาก ดังนั้นในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศจะนิยมใช้การขนส่งทางเรือ โดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ (Container) ซึ่งสามารถแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายออกได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้ คือ (ภาพที่ 3)

1. โรงงานผู้ผลิต ส่งสินค้าให้ผู้ส่งออก ส่งให้ผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ซูเปอร์มาร์เก็ต และขายให้กับผู้บริโภค
2. โรงงานผู้ผลิต ส่งสินค้าให้บริษัทตัวแทนในต่างประเทศเพื่อส่งสินค้าไปยังผู้นำเข้า และขายให้กับผู้บริโภค
3. โรงงานผู้ผลิต ส่งสินค้าให้ผู้นำเข้า และขายให้กับผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาโครงสร้างการผลิตน้ำสับประคของโลก จะพบว่า น้ำสับประคที่มีการผลิตในปัจจุบันมี 2 ประเภท คือ น้ำสับประคชนิดธรรมชาติ (Single Strength Pineapple Juice) และน้ำสับประคเข้มข้น (Concentrated Pineapple Juice) ซึ่งเมื่อจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์แล้วจะพบว่า ประเทศผู้ผลิตน้ำสับประคชนิดธรรมชาติรายสำคัญของโลก ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เม็กซิโก ไต้หวัน ซาอุดีอาระเบีย เคนยา มาเลเซีย และอินโดนีเซีย แต่เมื่อพิจารณาในด้านการส่งออก พบว่า ประเทศผู้ส่งออกน้ำสับประคธรรมชาติ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน ซาอุดีอาระเบีย เคนยา และอินโดนีเซียเท่านั้น เนื่องจากเม็กซิโก ไต้หวัน และมาเลเซีย มุ่งผลิตเพื่อบริโภคในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่วนในกรณีของน้ำสับประคชนิดเข้มข้นมีผู้ผลิต และส่งออกรายสำคัญคือ ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เคนยา แอฟริกา และเม็กซิโก



ภาพที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำสับประรดในตลาดต่างประเทศ

ที่มา: (ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย, 2536)

ตลาดผู้นำเข้าน้ำสับประรดที่สำคัญของไทย

ตลาดสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าน้ำสับประรดรายใหญ่ที่สุดของโลก (International Trade Center, 1996) และเป็นประเทศที่ไทยส่งออกน้ำสับประรดมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2539 การส่งออกน้ำสับประรดของไทยได้เปลี่ยนเป็นส่งออกไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์มูลค่าสูงเป็นอันดับ 1 และสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 2 ซึ่งการส่งออกน้ำสับประรดของไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีมูลค่าที่ลดลงโดยเฉลี่ย คือ มีมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ย 32.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 39.47 ในปี พ.ศ. 2539–2541 และลดลงเหลือมูลค่าเฉลี่ย 24.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 32.52 ในปี พ.ศ. 2542–

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2544 (ตารางที่ 7) ซึ่งมูลค่าการส่งออกที่ลดลงเนื่องจากผู้ส่งออกน้ำสับประคของไทยเริ่มมีการกระจายการส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะเนเธอร์แลนด์ สเปน ตลอดจนตลาดในเอเชีย และแถบอินโดจีน เช่น ญี่ปุ่น ชองกง ลาว เป็นต้น อีกทั้งสหรัฐอเมริกาที่มีการเปลี่ยนมานำเข้าน้ำสับประคจากฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เม็กซิโก และประเทศอื่น ๆ มากขึ้น โดยฟิลิปปินส์เป็นประเทศผู้ส่งออกที่มีส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกามากที่สุด รองลงมาคือ ไทย ซึ่งการที่ฟิลิปปินส์มีบริษัทเครือข่ายของสหรัฐอเมริกามากกว่าไทย ทำให้ฟิลิปปินส์มีช่องทางจำหน่ายที่ดีกว่าไทยซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบไทยในตลาดนี้

ราคาน้ำสับประคที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย ในปี พ.ศ. 2536 (ตารางที่ 8) อยู่ที่ระดับราคา 198.31 เหรียญสหรัฐต่อตัน ซึ่งต่ำกว่าราคานำเข้าจากฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ที่ระดับราคา 239.65 เหรียญสหรัฐต่อตัน และที่ระดับราคา 245.80 เหรียญสหรัฐต่อตัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2536 นี้ สหรัฐอเมริกามีปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคจากไทยจำนวน 158,341.00 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.46 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา มากกว่าปริมาณนำเข้าจากฟิลิปปินส์ซึ่งมีปริมาณนำเข้าจำนวน 142,669.00 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.66 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา และอินโดนีเซีย ซึ่งมีปริมาณนำเข้าจำนวน 3,295.00 ตัน คิดเป็นร้อยละ 1.01 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา ต่อจากนั้น ในปี พ.ศ. 2537-2541 ราคานำเข้าจากไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งสูงกว่าราคานำเข้าจากฟิลิปปินส์ รวมถึงสัดส่วนของปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคของสหรัฐอเมริกาในช่วงนี้ก็มีการนำเข้าจากไทยน้อยกว่าฟิลิปปินส์ โดยในปี พ.ศ. 2541 ราคานำเข้าจากไทยอยู่ที่ระดับราคา 379.00 เหรียญสหรัฐต่อตัน มีปริมาณนำเข้า 65,120.00 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.10 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา และราคานำเข้าจากฟิลิปปินส์อยู่ที่ระดับราคา 260.00 เหรียญสหรัฐต่อตัน มีปริมาณนำเข้า 128,559.00 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.47 และในปี พ.ศ. 2542-2544 จะเห็นได้ว่า ประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มการนำเข้าน้ำสับประคจากประเทศฟิลิปปินส์มากขึ้น เพราะว่ราคานำเข้าน้ำสับประคจากฟิลิปปินส์ต่ำกว่าราคานำเข้าจากประเทศไทย ซึ่งจะพบว่าราคาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญในการซื้อน้ำสับประค รวมถึงการพิจารณาในเรื่องของคุณภาพน้ำสับประค เนื่องจากถึงแม้ว่าราคาโดยเปรียบเทียบของไทยจะสูงกว่าอินโดนีเซีย แต่ปริมาณการนำเข้าของสหรัฐอเมริกาจากไทยยังคงสูงกว่าอินโดนีเซีย ซึ่งผลิตน้ำสับประคได้คุณภาพที่ดีกว่า

การนำเข้าน้ำสับประคของสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่ เป็นการนำเข้าในรูปแบบของน้ำสับประคชนิดเข้มข้นเพื่อนำไปผสมเป็นน้ำสับประคกระป๋องอีกทีหนึ่ง และมักจะนำไปแปรรูปต่อในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ ไอศกรีม โยเกิร์ต นมเปรี้ยว และเบเกอรี่ เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานในเขตรัฐฟลอริดา และแคลิฟอร์เนีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตน้ำผลไม้อยู่แล้ว ส่วนการนำเข้าน้ำสับประคชนิดธรรมดาที่ผู้นำเข้า ได้แก่ ผู้ที่นำเข้าสินค้าอาหารกระป๋อง และส่งต่อไปจำหน่ายยังซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และร้านขายเครื่องดื่มต่าง ๆ เป็นสำคัญ โดยสหรัฐอเมริกามีนโยบายนำเข้าจากเครือข่ายของบริษัทที่ทางสหรัฐอเมริกาได้ลงทุนทำการผลิตในต่างประเทศ เช่น ฟิลิปปินส์ ไทย เป็นต้น ซึ่งทำให้การส่งออกน้ำสับประคของไทยไป

ยังสหรัฐอเมริกาต้องทำการแข่งขันอย่างมากกับฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นประเทศที่สหรัฐอเมริกามีบริษัทเครือข่ายมากกว่าไทย

สหรัฐอเมริกาคือตลาดที่มีการบริโภคผลไม้มากที่สุดในโลก รวมถึงเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญในเรื่องสุขอนามัย และคุณค่าของอาหารที่บริโภคอย่างมาก จึงเข้มงวดด้านมาตรฐานสินค้า โดยการนำเข้าน้ำสับปะรดของสหรัฐอเมริกาได้มีการกำหนดมาตรฐานสินค้าตามมาตรฐานของ United States Food and Drug Administration (USFDA) ซึ่งจะทำการตรวจสอบน้ำผลไม้โดยการสุ่มตัวอย่างตรวจหาสิ่งที่เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าน้ำสับปะรดนั้น ๆ สกปรก บูด เสียน้ำ หรือแม้แต่การติดฉลากผิดกฎหมาย หากพบว่ามีข้อบกพร่องก็จะถูกกัก และมีการนำตัวอย่างไปพิสูจน์ในห้องทดลอง ในกรณีที่พบว่ามีข้อบกพร่อง เช่น การบรรจุหีบห่อ ไม่ถูกสุขลักษณะ สินค้าเน่าเสีย มีสิ่งเจือปน สินค้าดังกล่าวจะถูกส่งกลับ หรือถูกทำลายทันที พร้อมกับทำการบันทึกรายชื่อผู้ผลิตนั้น ๆ เพื่อเป็นหลักฐานข้อมูลในกรณีที่มีการนำเข้าสินค้าครั้งต่อไป แต่วิธีการนี้เป็นการแก้ที่ปลายเหตุ และไม่ได้ประกันว่าสินค้าที่ผ่านการตรวจจะสะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยอย่างเพียงพอ จึงได้มีการประกาศใช้กฎข้อบังคับว่าด้วยระบบการป้องกัน และควบคุมความสะอาดของสินค้าอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) ซึ่งจะเริ่มบังคับใช้กับโรงงานขนาดใหญ่ที่มีคนงานมากกว่า 500 คน ในวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2545 โรงงานขนาดกลางมีคนงาน 100-500 คน ในวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2546 และ โรงงานขนาดเล็กมีคนงานน้อยกว่า 100 คน ในวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2547 (ประธาน และรวีวรรณ, 2543: 31-42) ซึ่งการผลิตน้ำสับปะรดให้ได้มาตรฐานจะทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น แต่การผลิตตามกระบวนการ HACCP จะทำให้น้ำสับปะรดของไทยสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น และยังทำให้เป็นที่ยอมรับของตลาดสหรัฐอเมริกามากขึ้น นอกจากนี้ น้ำสับปะรดและน้ำผลไม้ทุกชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทั้งไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียไม่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) จึงต้องเสียภาษีขาเข้า คือ น้ำสับปะรดชนิดธรรมชาติในอัตราภาษี 5.3 เซนต์ต่อลิตร และน้ำสับปะรดชนิดเข้มข้นในอัตราภาษี 1.00 เซนต์ต่อลิตร (กรมการค้าต่างประเทศ, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 มูลค่าการนำเข้าน้ำสับประคของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2536-2544

ปี พ.ศ.	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				รวม
	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	อื่น ๆ	
2536	31.40	34.19	0.81	7.13	73.53
2537	22.61	27.44	2.05	3.98	56.08
2538	28.47	32.15	3.40	3.84	67.86
เฉลี่ย 2536-2538	27.49	31.26	2.09	4.98	65.82
2539	41.96	29.21	7.48	9.45	88.10
2540	31.38	35.21	10.20	10.92	87.71
2541	24.68	33.52	5.70	6.60	70.50
เฉลี่ย 2539-2541	32.67	32.65	7.79	8.99	82.10
2542	35.98	33.32	10.08	6.47	85.85
2543	16.45	36.38	3.86	3.86	60.55
2544	21.39	42.27	4.00	7.45	75.11
เฉลี่ย 2542-2544	24.61	37.32	5.98	5.93	73.84

ที่มา: (United Nations, Microfich Import Loc, 1993-2001)

ตารางที่ 8 ปริมาณ และราคานำเข้า (unit value) น้ำสับปะรดของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ปี พ.ศ. 2536–2544

ปี พ.ศ.	ไทย			ฟิลิปปินส์			อินโดนีเซีย			ปริมาณนำเข้า ทั้งหมด (ตัน)
	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ราคานำเข้า (เหรียญสหรัฐ/ ตัน)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ราคานำเข้า (เหรียญสหรัฐ/ ตัน)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ราคานำเข้า (เหรียญสหรัฐ/ ตัน)	
2536	158,341.00	48.46	198.31	142,669.00	43.66	239.65	3,295.00	1.01	245.80	326,745.00
2537	102,748.00	38.60	220.05	138,037.00	51.86	198.79	12,958.00	4.87	158.20	266,180.00
2538	115,260.00	37.34	247.01	165,484.00	53.61	194.28	14,958.00	4.85	227.31	308,673.00
2539	117,840.00	38.18	356.08	139,321.00	45.13	209.66	25,632.00	8.30	291.83	308,678.00
2540	87,233.00	30.44	359.72	142,603.00	49.76	246.91	33,644.00	11.74	303.17	286,556.00
2541	65,120.00	28.10	379.00	128,559.00	55.48	260.74	19,851.00	8.57	287.14	231,737.00
2542	111,984.00	37.64	321.30	126,653.00	42.57	263.08	36,985.00	12.43	272.55	297,493.00
2543	52,850.00	20.51	311.26	138,258.00	53.65	263.13	14,588.00	5.66	264.59	257,710.00
2544	69,870.00	26.41	306.14	159,678.00	60.36	264.72	15,656.00	5.92	255.50	264,523.00

ที่มา: (World Trade Atlas, 1993–2001)

ตลาดเนเธอร์แลนด์

เนเธอร์แลนด์เป็นประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปที่ไทยส่งออกน้ำสับประคามีมูลค่ามากเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 โดยเนเธอร์แลนด์ไม่เพียงแต่เป็นตลาดนำเข้าน้ำสับประคที่สำคัญเท่านั้น แต่ยังมีการ Re-export และเป็นผู้จัดจำหน่ายน้ำสับประคไปยังประเทศต่าง ๆ ในยุโรปอีกด้วย โดยส่งออกไปยังประเทศ อังกฤษ สเปน และอิตาลี เป็นตลาดที่สำคัญ (International Trade Center, 1996) ซึ่งไทยมีมูลค่าส่งออกน้ำสับประคไปเนเธอร์แลนด์โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นทุกปี กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2536-2538 ไทยส่งออกน้ำสับประคไปเนเธอร์แลนด์เป็นมูลค่าเฉลี่ย 13.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็นมูลค่าเฉลี่ย 28.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539-2541 และลดลงเป็นมูลค่าเฉลี่ย 21.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542 - 2544 ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดน้ำสับประคในเนเธอร์แลนด์นั้นไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2544 รองลงมาคือ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ตามลำดับ (ตารางที่ 9) เมื่อพิจารณาราคานำเข้าน้ำสับประคของเนเธอร์แลนด์ที่นำเข้าจากไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย พบว่า ในปี พ.ศ. 2536-2540 ราคานำเข้าน้ำสับประคจากไทยมีราคาโดยเฉลี่ยสูงกว่าราคานำเข้าจากฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย โดยในปี พ.ศ. 2540 ราคานำเข้าน้ำสับประคจากไทยอยู่ที่ระดับราคา 1,764 เหรียญสหรัฐต่อตัน ราคานำเข้าจากฟิลิปปินส์อยู่ที่ระดับราคา 1,382 เหรียญสหรัฐต่อตัน และราคานำเข้าจากอินโดนีเซียอยู่ที่ระดับราคา 1,906 เหรียญสหรัฐต่อตัน แต่ในปี พ.ศ. 2544 ราคานำเข้าจากไทยต่ำกว่าฟิลิปปินส์แต่สูงกว่าอินโดนีเซีย โดยราคานำเข้าจากไทยอยู่ที่ระดับราคา 1,289.94 เหรียญสหรัฐต่อตัน ราคานำเข้าจากฟิลิปปินส์อยู่ที่ระดับราคา 1,330.59 เหรียญสหรัฐต่อตัน และราคานำเข้าจากอินโดนีเซียอยู่ที่ระดับราคา 77,541 เหรียญสหรัฐต่อตัน แต่เมื่อพิจารณาปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคของเนเธอร์แลนด์จะพบว่า เนเธอร์แลนด์มีปริมาณการนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2544 โดยในปี พ.ศ. 2544 เนเธอร์แลนด์มีปริมาณการนำเข้าจากไทยเป็นจำนวน 16,195 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.89 ของการนำเข้าสับประคทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ นำเข้าจากฟิลิปปินส์เป็นจำนวน 4,269 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.51 และนำเข้าจากอินโดนีเซียเป็นจำนวน 4,013 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.17 (ตารางที่ 10) ซึ่งการพิจารณาราคาน้ำสับประคควรจะต้องทราบว่าเป็นราคานำเข้าสับประคชนิดเข้มข้นหรือชนิดธรรมชาติ ซึ่งราคาจะแตกต่างกัน

ชนิดของน้ำสับประคที่เนเธอร์แลนด์นำเข้า จะเป็นน้ำสับประคชนิดเข้มข้น ซึ่งนอกจากนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารต่าง ๆ แล้ว บริโภคยังนิยมซื้อเพราะสามารถนำไปผสมน้ำเพื่อให้ได้น้ำสับประคในปริมาณมาก และราคาต่ำอีกด้วย (บจก. ปฤษฎรรกิจ, 2536: 20) ซึ่งเนเธอร์แลนด์ได้มีการกำหนดมาตรฐานการนำเข้าผลไม้ โดยใช้มาตรฐานของ Deutsches Institute Fur Nurmung (DIN) โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นไป ไทยจะต้องเสียภาษีนำเข้าสับประครวมถึงน้ำผลไม้ทุกชนิดในอัตราภาษีร้อยละ 18.40 (กรมการค้าต่างประเทศ, 2543) เนื่องจากไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP)

เนเธอร์แลนด์เป็น 1 ใน 4 ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป อันจะประกอบด้วย เยอรมนี ฝรั่งเศส เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ ที่ประกาศบังคับใช้มาตรฐานฉลากเขียว (Green Dot) ซึ่งเป็นมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้

ในการควบคุมของเหลือใช้ประเภทบรรจุภัณฑ์ ภาชนะบรรจุหีบห่อสินค้า โดยผู้ผลิตและผู้ส่งออกต้องรับผิดชอบในการกำจัดของเหลือใช้ (ประธาน และรวิวรรณ, 2543: 31-42) โดยการกำหนดสัดส่วนของเหลือใช้ที่จะนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse) หรือการนำมาผ่านกระบวนการการผลิตใหม่ (Recycle) ให้มากขึ้น รวมถึงการกำจัดบรรจุภัณฑ์หีบห่อที่ปนเปื้อนสารอันตราย ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกสินค้าภายใต้ระบบนี้ไปยังสหภาพยุโรป จะต้องผ่านการตรวจสอบรับรองจากองค์การที่ทางสหภาพยุโรปจัดตั้งขึ้นก่อนที่จะออกฉลากเขียวให้กับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกนั้น ๆ ซึ่งจะทำให้สินค้าที่มีมาตรฐานต่ำกว่าที่กำหนดไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้

มาตรฐานฉลากเขียว จึงเป็นมาตรการที่กำหนดให้ผู้ส่งออกสินค้าเป็นผู้รับภาระในการกำจัดกากขยะบรรจุภัณฑ์ ซึ่งกระทำได้ 2 วิธี คือ ผู้ส่งออกเป็นผู้ขนากขยะบรรจุภัณฑ์กลับประเทศของตนเอง หรือกำหนดให้ผู้ส่งออกจ่ายเงินค่ากำจัดกากขยะบรรจุภัณฑ์แก่ประเทศผู้นำเข้า สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นภายหลังจากการใช้ข้อบังคับนี้อย่างเป็นทางการภายใน ปี พ.ศ. 2542 คือ ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ ซึ่งไทยส่งออกไปยังตลาดนี้จะต้องได้รับการปรับปรุงให้ได้ตามมาตรฐานของกลุ่มสหภาพยุโรป ทั้งนี้ในปัจจุบันน้ำสับประรดไทยนอกจากจะเสียเปรียบเชิงการแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น เช่น ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในเรื่องของมีต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าทำให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแล้ว ปัญหาการสูญเสียสิทธิ GSP อย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2542 ก็เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้น้ำสับประรดของไทยเสียเปรียบในเชิงการแข่งขันซึ่งการปรับตัวตามมาตรการนี้ทำให้ราคาส่งออกน้ำสับประรดไทยสูงขึ้น และเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรป

ตารางที่ 9 มูลค่าการนำเข้าน้ำสับประคของเนเธอร์แลนด์ปี พ.ศ. 2536-2544

ปี พ.ศ.	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				รวม
	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	อื่น ๆ	
2536	8.58	1.50	0.92	11.24	22.24
2537	12.02	3.04	0.91	17.36	33.33
2538	21.06	5.30	5.23	16.82	48.41
เฉลี่ย 2536-2538	13.89	3.28	2.35	15.14	34.66
2539	34.91	3.96	9.78	21.73	70.38
2540	28.43	4.51	15.39	16.98	65.31
2541	21.00	8.36	9.61	28.72	67.69
เฉลี่ย 2539-2541	28.11	5.61	11.59	22.48	67.79
2542	27.32	8.85	9.96	24.40	70.53
2543	17.30	4.65	5.64	13.37	40.96
2544	20.89	5.68	6.49	14.73	47.79
เฉลี่ย 2542-2544	21.84	6.39	7.36	17.50	53.09

ที่มา: (United Nation, Microfiche Import Loc, 1993-2001)

ตารางที่ 10 ปริมาณและราคานำเข้า (unit value) น้ำสับปะรดของประเทศเนเธอร์แลนด์จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ปี พ.ศ. 2536–2544

ปี พ.ศ.	ไทย			ฟิลิปปินส์			อินโดนีเซีย			ปริมาณนำเข้า ทั้งหมด (ตัน)
	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ราคานำเข้า (เหรียญสหรัฐต่อตัน)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ราคานำเข้า (เหรียญสหรัฐต่อตัน)	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ราคานำเข้า (เหรียญสหรัฐต่อตัน)	
2536	11,128.00	38.17	771.00	1,926.00	6.60	778.97	1,210.00	4.15	760.21	29,158.00
2537	14,945.00	37.55	804.27	4,572.00	11.49	664.91	1,251.00	3.14	727.49	39,803.00
2538	20,452.00	42.02	1,029.75	6,404.00	13.16	827.67	5,843.00	12.00	895.12	48,674.00
2539	23,035.00	47.76	1,515.49	4,310.00	8.94	918.71	7,733.00	16.03	1,264.71	48,227.00
2540	16,109.00	45.24	1,764.85	3,263.00	9.16	1,382.16	8,072.00	22.67	1,906.59	35,607.00
2541	11,696.00	30.74	1,795.42	4,777.00	12.56	1,749.88	5,299.00	13.93	1,813.69	38,044.00
2542	21,179.00	42.89	1,289.94	6,689.00	13.55	1,323.11	6,158.00	12.47	1,617.51	49,379.00
2543	13,709.00	20.72	1,261.98	3,292.00	4.98	1,412.61	3,487.00	5.27	1,617.51	66,158.00
2544	16,195.00	20.89	1,289.94	4,269.00	5.51	1,330.59	4,013.00	5.17	1,617.43	77,541.00

ที่มา: (United Nation, Microfiche Import Loc, 1993–2001)

การศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการไทยในธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออก

ผู้ผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกของไทย

สำหรับผู้ผลิตของประเทศไทยที่มีเป้าหมายในการผลิตเพื่อการส่งออก มีจำนวน 20 ราย โดยส่งออกทั้งในรูปแบบของน้ำสับประรดชนิดธรรมชาติ และน้ำสับประรดชนิดเข้มข้น มีกำลังการผลิตรวมประมาณ 106,000 ตัน โดยมีผู้ผลิตน้ำสับประรดส่งออกรายใหญ่ที่สำคัญ ได้แก่ บจก. โคล ไทยแลนด์ บจก. ไวต้าฟูด บมจ. สับประรดไทย บจก. อุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องไทย บมจ. มาลีสามพราน บจก. สยามอุตสาหกรรมกรรมการเกษตร สับประรดและอื่น ๆ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 60 ของผู้ผลิตทั้งหมด (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 รายชื่อ และสัดส่วนการส่งออกของบริษัทผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกที่สำคัญ

บริษัท	สัดส่วนการส่งออก(ร้อยละ)
บริษัท โคล ไทยแลนด์ จำกัด	14.00
บริษัท ไวต้าฟูดส์ แฟลททอรี (1989) จำกัด	13.60
บริษัท สับประรดไทย จำกัด (มหาชน)	9.50
บริษัท อุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องไทย จำกัด	8.90
บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน)	7.40
บริษัท สยามอุตสาหกรรมกรรมการเกษตร สับประรดและอื่น ๆ จำกัด	7.20
บริษัทอื่น ๆ	40.00
รวม	100.00

ปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตน้ำสับประรดของไทย มีการส่งออกไปยังหลายประเทศทั่วโลก โดยที่บริษัทบางแห่งมีการลงทุนจากต่างประเทศ โดยการเข้ามาถือหุ้นในบริษัท ซึ่งประเทศที่เข้ามาลงทุนที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮองกง เป็นต้น โดยบริษัทเหล่านี้ได้มีการส่งออกน้ำสับประรดกลับไปยังประเทศของผู้มาลงทุน เช่น บริษัท เจริญฟูคส์อุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งมีผู้ถือหุ้นเป็นสัญชาติญี่ปุ่นรวมอยู่ด้วยได้มีการส่งออกน้ำสับประรดไปยังญี่ปุ่น ทำให้พบว่า การลงทุนจากต่างประเทศเป็นการมาใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิต เนื่องจากประเทศไทยยังมีความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำสับประรด รวมถึงค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศที่เข้ามาลงทุน และบริษัทที่มีการลงทุนจากต่างประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบในเรื่องของการส่งออกไปยังประเทศของผู้มาลงทุนมากกว่าบริษัทที่เป็นของคนไทย เนื่องจากทราบถึงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับตลาดภายในของประเทศผู้นำเข้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ในการผลิตน้ำสับประรดให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน

ในการส่งออก จำเป็นจะต้องใช้เครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัย ส่งผลให้ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้ต้องมีการพึ่งพาทุนจากต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทผลิตน้ำสับปะรดที่เป็นการลงทุนของคนไทยทั้งหมดก็ยังสามารถทำการส่งออกน้ำสับปะรดไปยังประเทศที่มีการเข้ามาลงทุนได้รวมถึงประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ด้วย เช่น บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการส่งออกน้ำสับปะรดไปยังประเทศสเปน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และไต้หวัน ทำให้ทราบว่าตลาดส่งออกน้ำสับปะรดในตลาดโลกยังมีอีกมาก ผู้ผลิตของไทยควรมีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับปะรดไทยในตลาดโลก

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจไทยทั้งหมดที่ผลิตน้ำสับปะรดเพื่อการส่งออก ซึ่งมีจำนวน 20 ราย ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ เหตุสุดวิสัย ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต กฎระเบียบของหน่วยงานราชการ ปัจจัยการตลาดภายนอก ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านระบบสาธารณสุขโลก ปัจจัยการตลาดภายใน และปัจจัยอื่น ๆ โดยกำหนดให้ระดับคะแนนความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกเป็น 0-5 ซึ่งระดับคะแนน 0 หมายถึง ไม่มีความสำคัญ ไปจนถึงระดับคะแนน 5 ซึ่งหมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

เหตุสุดวิสัย

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับปะรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยเหตุสุดวิสัย ได้แก่ การผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และ 4.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านเหตุสุดวิสัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
การผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	4.80	50.53
มาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า	4.70	49.47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต ได้แก่ เทคโนโลยีในการผลิตที่เท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง และมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และ 4.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิตที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
เทคโนโลยีในการผลิตที่เท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง	4.80	50.53
มาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.70	49.47

กฎระเบียบของหน่วยราชการในประเทศผู้ส่งออก

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านกฎระเบียบของหน่วยราชการในประเทศผู้ส่งออก ได้แก่ ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี และระบบการบริหารงานศุลกากร มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 4.20 และ 3.20 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านกฎระเบียบของหน่วยราชการที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก	4.60	38.33
ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี	4.20	35.00
ระบบการบริหารงานศุลกากร	3.20	26.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านการตลาดภายนอกประเทศ

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดภายนอกประเทศ ได้แก่ ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของบริษัท และภาวะการแข่งขันระหว่างประเทศ มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 และ 2.44 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านการตลาดภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์บริษัท	2.56	51.25
ภาวะการแข่งขันระหว่างประเทศ	2.44	48.75

ปัจจัยด้านวัตถุดิบ

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ได้แก่ วัตถุดิบในการผลิตน้ำสับประรดมีคุณภาพดี วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียง และหาได้ง่าย และวัตถุดิบในการผลิตน้ำสับประรดมีราคาต่ำ มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 3.60 และ 3.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
วัตถุดิบมีคุณภาพดี	4.10	37.96
ปริมาณวัตถุดิบเพียงพอ และหาได้ง่าย	3.60	33.33
วัตถุดิบมีราคาต่ำ	3.10	28.70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมต่อเนื่องหรือสนับสนุน

อุตสาหกรรมต่อเนื่องหรือสนับสนุนอุตสาหกรรมน้ำสับประรด ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตน้ำสับประรด อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย ซึ่งมีส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำสับประรด และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมทางด้านวิทยาศาสตร์ภายในประเทศต่าง ๆ อุตสาหกรรมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตน้ำสับประรด และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 3.50 และ 2.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
อุตสาหกรรมทางด้านวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย	3.80	40.86
อุตสาหกรรมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตน้ำสับประรด	3.50	37.63
อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ	2.00	21.51

ปัจจัยด้านแรงงาน

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านแรงงาน ได้แก่ ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง แรงงานมีทักษะความรู้ และมีฝีมือดี อัตราค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก และแรงงานมีปริมาณเพียงพอ และหาได้ง่าย มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 4.00 2.70 และ 1.60 ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านแรงงานที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	4.50	35.16
แรงงานมีทักษะความรู้ และฝีมือดี	4.00	31.25
ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก	2.70	21.09
ปริมาณแรงงานมีเพียงพอ และหาได้ง่าย	1.60	12.50

ปัจจัยด้านระบบสาธารณสุขโลก

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านระบบสาธารณสุขโลก ได้แก่ ระบบการเงินการธนาคาร ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 3.40 2.50 และ 2.20 ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านระบบสาธารณสุขโลกที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ระบบการเงินการธนาคาร	4.00	33.06
ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ	3.40	28.10
ระบบการขนส่งระหว่างประเทศ	2.50	20.66
ระบบการขนส่งภายในประเทศ	2.20	18.18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านการตลาดภายในประเทศ

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดภายในประเทศ ได้แก่ ภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการภายในประเทศ และขนาดของตลาดภายในประเทศ มีระดับคะแนนความสำคัญเท่ากับ 2.40 และ 2.20 ตามลำดับ (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ย และร้อยละของปัจจัยด้านการตลาดภายในที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
ภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการภายในประเทศ	2.40	52.17
ขนาดตลาดภายในประเทศ	2.20	47.83

ปัจจัยอื่นๆ

นอกจากปัจจัยที่ได้กล่าวในข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการเห็นว่ามีความสำคัญต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก ได้แก่ การส่งมอบสินค้าตามคุณภาพ และปริมาณที่กำหนด การใช้ชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นจุดขาย รสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละประเทศผู้นำเข้า และกำไรจากการส่งออกที่สูงกว่ากำไรจากการจำหน่ายในประเทศ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทนี้จะเป็นการพิจารณาถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ในส่วนแรก จะทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประดของไทย และประเทศคู่แข่ง คือ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิต และส่งออกน้ำสับประดในตลาดโลกเช่นเดียวกับไทย โดยใช้การวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

ในส่วนที่สอง จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของไทย โดยการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) ซึ่งในการวิเคราะห์จะใช้ข้อมูลในการส่งออกน้ำสับประด โดยพิจารณาจากประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าน้ำสับประดจากไทยมากที่สุด และรองลงไป ซึ่งได้แก่ เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา มาทำการพิจารณาโดยใช้ข้อมูลการส่งออกเฉลี่ย 3 ปี คือ ในปี พ.ศ. 2536–2538 ในปี พ.ศ. 2539–2541 และในปี พ.ศ. 2542–2544 เหตุที่ใช้ข้อมูลการส่งออกเฉลี่ย 3 ปี เนื่องจากต้องการกำจัดความผันผวนของมูลค่าการส่งออกรายปี รวมถึงอุตสาหกรรมน้ำสับประดมีลักษณะเป็นวัฏจักร (Cycle) โดยมีระยะเวลาประมาณ 3 ปี ซึ่งจะขึ้นอยู่กับภาวะปริมาณ และราคาของสับประดสด

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประด

การศึกษาในส่วนนี้ได้พิจารณาถึง ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศผู้ส่งออกน้ำสับประด โดยแยกประเภทสินค้าตามรหัสในระบบ Harmonize ไปยังตลาดโลก และกลุ่มประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

สำหรับหลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าดัชนี RCA ที่ได้จากการคำนวณ สรุปได้ว่า ค่า RCA ของสินค้าใดมากกว่า 1 หมายความว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้น และถ้าค่า RCA ของสินค้าใดน้อยกว่า 1 หมายความว่า ประเทศนั้นมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้น

เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประดไปยังตลาดโลก ค่า RCA ของทั้งประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 3 ประเทศอยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประด โดยประเทศฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือไทย และอินโดนีเซีย ตามลำดับ โดยในปี พ.ศ. 2536–2538 ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มีค่า RCA เท่ากับ 27.73 58.25 และ 4.00 ปี พ.ศ. 2539–2541 ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มีค่า RCA เท่ากับ 31.95 32.99 และ 8.57 และในปี พ.ศ. 2542–2544 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียมีค่า RCA ที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2539-2541 โดยมีค่า RCA เท่ากับ 29.69 24.71 และ 5.73 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

และเมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับปะรดไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่า ค่า RCA ของทั้งประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้งสามประเทศอยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับปะรด โดยฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือไทย และอินโดนีเซีย ตามลำดับ โดยฟิลิปปินส์มีค่า RCA เท่ากับ 61.93 40.62 และ 57.23 ในปี พ.ศ. 2536-2538 ปี พ.ศ. 2539-2541 และในปี พ.ศ. 2542-2544 ตามลำดับ ไทยมีค่า RCA เท่ากับ 31.21 31.47 และ 28.68 ในปี พ.ศ. 2536-2538 ปี พ.ศ. 2539-2541 และในปี พ.ศ. 2542-2544 ตามลำดับ และอินโดนีเซียมีค่า RCA เท่ากับ 3.76 12.03 และ 12.23 ในปี พ.ศ. 2536-2538 ปี พ.ศ. 2539-2541 และในปี พ.ศ. 2542-2544 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

และเมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับปะรดไปยังตลาดเนเธอร์แลนด์ พบว่า ค่า RCA ของทั้งประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้งสามประเทศอยู่ในฐานะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับปะรด โดยไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด รองลงมาคือ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ตามลำดับ โดยไทยมีค่า RCA เท่ากับ 38.37 34.08 และ 32.26 ใน ปีพ.ศ. 2536-2538 ปี พ.ศ. 2539-2541 และในปี พ.ศ. 2542-2544 ตามลำดับ ฟิลิปปินส์มีค่า RCA เท่ากับ 22.63 7.80 และ 6.93 ในปี พ.ศ. 2536-2538 ปี พ.ศ. 2539-2541 และในปี พ.ศ. 2542-2544 ตามลำดับ และอินโดนีเซียมีค่า RCA เท่ากับ 7.11 16.35 และ 14.40 ในปี พ.ศ. 2536-2538 ปี พ.ศ. 2539-2541 และในปี พ.ศ. 2542-2544 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

จากผลการศึกษาที่ได้แสดงให้เห็นว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับปะรดเมื่อเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

ตารางที่ 21 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกน้ำสับประรด ระหว่างปี พ.ศ. 2536-2544

ประเทศผู้นำเข้า	ประเทศผู้ส่งออก								
	ไทย			ฟิลิปปินส์			อินโดนีเซีย		
	2536-2538	2539-2541	2542-2544	2536-2538	2539-2541	2542-2544	2536-2538	2539-2541	2542-2544
โลก	27.73	31.95	29.69	58.25	32.99	24.71	4.00	8.57	5.73
สหรัฐอเมริกา	31.21	31.47	28.68	61.93	40.62	57.23	3.76	12.03	12.23
เนเธอร์แลนด์	38.37	34.08	32.26	22.63	7.80	6.93	7.11	16.35	14.40

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประดของไทย

ตลาดสหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดคู่ค้าที่สำคัญของไทยในการส่งออกน้ำสับประด และเป็นฐานรองรับผลผลิตการเกษตรที่สำคัญของโลก ทำให้มีประเทศคู่แข่งกันให้ความสนใจมาก และพยายามแข่งขันกันสูงมาก การศึกษานี้ใช้แบบจำลองการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประดของไทยว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยเปรียบเทียบข้อมูลปริมาณการนำเข้าน้ำสับประดของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย เฉลี่ย 3 ปี ใน 2 ช่วงเวลา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2539–2541 และระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2542–2544

จากผลการวิเคราะห์ พบว่าปริมาณการนำเข้าน้ำสับประดทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประดของไทยลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 41.74 32.67 และ 28.63 ตามลำดับ (ตารางที่ 22) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมลดลง 35,385.00 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 25,002.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 70.66 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดลดลง 10,383.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.34 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของไทยในสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมลดลง 11,829.31 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 11,935.17 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 100.89 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 105.86 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.89 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 23)

ในส่วนของปริมาณการนำเข้าน้ำสับประดทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประดของฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 49.49 49.64 และ 51.80 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับประดทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 ตามลำดับ (ตารางที่ 22) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมลดลง 11,902.00 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 409.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.43 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดลดลง 12,311.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 103.43 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดของฟิลิปปินส์ในสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมเพิ่มขึ้น 4,702.00 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 4,909.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 104.40 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดลดลง 207.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.40 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 23)

และในส่วนของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 3.46 และ 9.57 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541 และลดลงโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 8.20 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาใน ปี พ.ศ. 2542–2544 (ตารางที่ 22) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของอินโดนีเซียในสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมเพิ่มขึ้น 15,972.00 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 16,834.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 105.39 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดลดลง 862.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.39 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของอินโดนีเซียในสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมลดลง 3,966.00 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 4,915.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 123.91 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 948.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.91 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 23)

ความสามารถในการส่งออก (potential export)

เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_t)

$$S_t = 0.42 \times 275,657 = 115,065.66$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_p)

$$S_p = 0.49 \times 275,657 = 136,419.25$$

ส่วนแบ่งการตลาดของอินโดนีเซียในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_i)

$$S_i = 0.03 \times 275,657 = 9,542.50$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_i)

$$S_i = 0.33 \times 273,242 = 90,169.86$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_p)

$$S_p = 0.50 \times 273,242 = 136,621.00$$

ส่วนแบ่งการตลาดของอินโดนีเซียในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_i)

$$S_i = 0.10 \times 273,242 = 27,324.20$$

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกา ระหว่างประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 ปรากฏว่า ทั้งประเทศไทย และอินโดนีเซียมีปริมาณการส่งออกที่ลดลง อันเนื่องมาจากเสียประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด ถึงแม้ว่าจะได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดก็ตาม ในขณะที่ฟิลิปปินส์มีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังสามารถในการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541 จะเห็นได้ว่าผลจากการแข่งขันเป็นสาเหตุที่ทำให้ปริมาณการส่งออกของไทยเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ซึ่งจะเป็นการแข่งขันในด้านราคา และคุณภาพ อีกทั้งไทยถูกเก็บภาษีสูงขึ้นด้วยเหตุที่ไทยถูกตัดสินว่าทุบตลาดในสินค้าสับปะรดกระป๋อง ส่งผลให้มีผลกระทบต่อน้ำสับปะรดด้วย

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประรดของไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 (ตัน)

ตลาดส่งออก	ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2536–2538				ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2539–2541				ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2542–2544			
	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม
สหรัฐ												
อเมริกา	125,449.00	148,730.00	10,404.00	300,533.00	90,064.00	136,828.00	26,376.00	275,657.00	78,235.00	141,530.00	22,410.00	273,242.00
ร้อยละ ของส่วน แบ่ง												
ตลาด	41.74	49.49	3.46	100.00	32.67	49.64	9.57	100.00	28.63	51.80	8.20	100.00

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 23 ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประรดในสหรัฐอเมริกา

การเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งการตลาด	เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541						เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539-2541 และปี พ.ศ. 2542-2544					
	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากอินโดนีเซีย		จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากอินโดนีเซีย	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงรวม	-35,385.00	100.00	-11,902.00	100.00	15,972.00	100.00	-11,829.31	100.00	4,701.62	100.00	-3,966.45	100.00
ผลจากการเปลี่ยนแปลง ขนาดของตลาด	-10,383.00	29.34	-12,311.00	103.43	-862.00	-5.39	105.86	-0.89	-207.00	-4.40	948.20	-23.91
ผลจากการเปลี่ยนแปลง การแข่งขันในตลาด	-25,002.00	70.66	409.00	-3.43	16,834.00	105.39	-11,935.17	100.89	4,908.62	104.40	-4,914.65	123.91

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตลาดเนเธอร์แลนด์

จากผลการวิเคราะห์ พบว่าปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 39.55-41.71 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541 ส่วนปี พ.ศ. 2542-2544 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดลดลงโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 26.46 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ (ตารางที่ 24) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยในเนเธอร์แลนด์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมเพิ่มขึ้น 1,439 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 697 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 48.42 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 742 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.58 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของไทยในเนเธอร์แลนด์ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2541 กับปี พ.ศ. 2542-2544 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมเพิ่มขึ้น 81.00 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 10,003 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 12,422.03 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 10,084 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 12,522.03 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 25)

ในส่วนของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของฟิลิปปินส์ลดลงโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 10.97-10.13 และ 7.38 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2536-2538 ปี พ.ศ. 2539-2541 และปี พ.ศ. 2542-2544 ตามลำดับ (ตารางที่ 24) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในเนเธอร์แลนด์ เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมลดลง 183 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 352 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 191.83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 168 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 91.83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในเนเธอร์แลนด์ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2541 และปี พ.ศ. 2542-2544 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมเพิ่มขึ้น 633 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 1,053 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 166.45 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 1,686 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 266.45 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 25)

ในส่วนของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.06 และ 17.32 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541 และลดลงโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.07 ของปริมาณการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542-2544 (ตารางที่ 24) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของอินโดนีเซียในเนเธอร์แลนด์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ.

2539–2541 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมเพิ่มขึ้น 4,267 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 4,191 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 98.22 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 76.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.78 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งตลาดของอิน โคนีเซียในเนเธอร์แลนด์ระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 มีผลการเปลี่ยนแปลงรวมลดลง 2,482.00 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 8,871 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 357.38 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 6,389 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 257.38 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 25)

ความสามารถในการส่งออก (potential export)

เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_t)

$$S_t = 0.40 \times 40,626 = 16,250.40$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_p)

$$S_p = 0.11 \times 40,626 = 4,468.86$$

ส่วนแบ่งการตลาดของอิน โคนีเซียในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_i)

$$S_i = 0.07 \times 40,626 = 2,843.82$$

เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_t)

$$S_t = 0.42 \times 64,359 = 27,030.78$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_p)

$$S_p = 0.10 \times 64,359 = 6,435.90$$

ส่วนแบ่งการตลาดของอิน โคนีเซียในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_i)

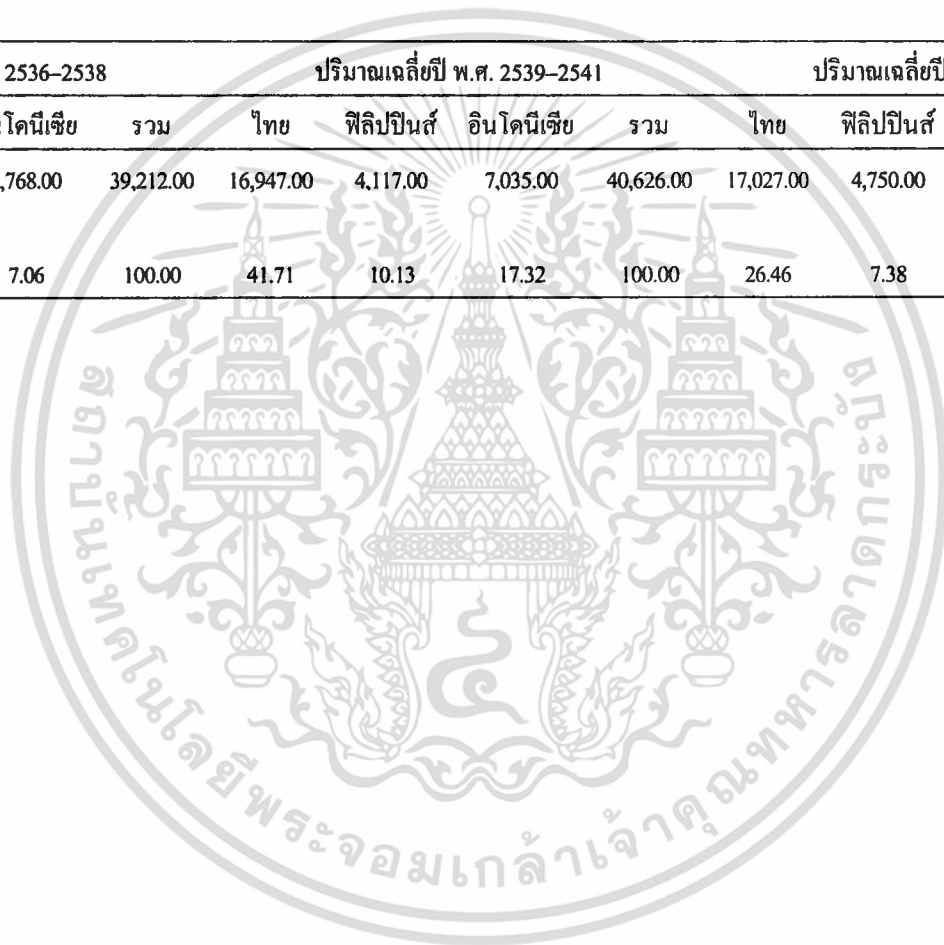
$$S_i = 0.17 \times 64,359 = 10,941.03$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประดของไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดเนเธอร์แลนด์ระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538
ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 (ตัน)

ตลาดส่งออก	ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2536–2538				ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2539–2541				ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2542–2544			
	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม
เนเธอร์แลนด์	15,508.00	4,300.00	2,768.00	39,212.00	16,947.00	4,117.00	7,035.00	40,626.00	17,027.00	4,750.00	4,552.00	64,359.00
ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด	39.55	10.97	7.06	100.00	41.71	10.13	17.32	100.00	26.46	7.38	7.07	100.00

ที่มา: (จากการคำนวณ)



ตารางที่ 25 ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประดในเนเธอร์แลนด์

การเปลี่ยนแปลง	เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541						เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544					
	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากอินโดนีเซีย		จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากอินโดนีเซีย	
การตลาด	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงรวม	1,438.56	100.00	-183.45	100.00	4,266.59	100.00	80.53	100.00	632.81	100.00	-2,482.20	100.00
ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด	742.00	51.58	168.45	-91.83	75.88	1.78	10,083.82	12,522.03	1,686.13	266.45	6,388.70	-257.38
ผลจากการแข่งขันในตลาด	696.56	48.42	-351.90	191.83	4,190.71	98.22	-10,003.29	-12,422.03	-1,053.32	-166.45	-8,870.89	357.38

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในเนเธอร์แลนด์ ระหว่างประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 ปรากฏว่า ทั้งประเทศไทย และฟิลิปปินส์มีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากได้ประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด ถึงแม้ว่าจะเสียประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดก็ตาม ในขณะที่อินโดนีเซียมีความปริมาณการส่งออกที่ลดลง เนื่องจากเสียประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดเป็นสำคัญ จะเห็นได้ว่าเมื่อเทียบกับระหว่างปี พ.ศ. 2536–2539 และปี พ.ศ. 2539–2541 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกที่ลดลง เนื่องจากเสียประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดเป็นอย่างมาก ซึ่งสาเหตุหนึ่งก็คือ ไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร หรือ GSP ในขณะที่ประเทศคู่แข่งของไทยทั้งฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ยังคงได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากร

ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดเนเธอร์แลนด์

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดในตลาดรวมทั้งสองประเทศนั้น พบว่า ฟิลิปปินส์มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดในตลาดรวมทั้งสองประเทศมากกว่าไทยและอินโดนีเซีย คือ มีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดในตลาดรวมทั้งสองประเทศโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 45.04 44.56 และ 43.33 ของมูลค่าการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของตลาดรวมทั้งสองประเทศในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และในปี พ.ศ. 2542–2544 ตามลำดับ โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดในตลาดรวมทั้งสองประเทศลดลงโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 41.49 33.83 และ 22.82 ของมูลค่าการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของตลาดรวมทั้งสองประเทศในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และในปี พ.ศ. 2542–2544 ตามลำดับ และอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดในตลาดรวมทั้งสองประเทศโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 3.88 10.56 และ 7.99 ของมูลค่าการนำเข้าน้ำสับปะรดทั้งหมดของตลาดรวมทั้งสองประเทศในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และในปี พ.ศ. 2542–2544 ตามลำดับ (ตารางที่ 26)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์จากการเปรียบเทียบ 2 ช่วงเวลาดังกล่าว พบว่า ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541 ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยไปยังตลาดทั้งสองประเทศนั้นลดลงจำนวน 33,947.00 ตัน เป็นผลมาจากขนาดของตลาดลดลง 11,282.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 33.23 ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันนั้นทำให้ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยลดลง 25,015.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 73.69 และผลจากการกระจายตัวของตลาดที่เป็นบวก 2,350.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.92 (ตารางที่ 27) และ ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยไปยังตลาดทั้งสองประเทศนั้นลดลงจำนวน 11,749.00 ตัน เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของขนาดของตลาด 7,773.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 66.16 ส่วนผลที่เกิดจาก

การแข่งขันนั้นทำให้ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของไทรลดลง 21,939.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 186.73 และผลจากการกระจายตัวของตลาดที่เพิ่มขึ้น 2,416.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.57 (ตารางที่ 28)

สำหรับผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของฟิลิปปินส์ในตลาดสหรัฐอเมริกาและเนเธอร์แลนด์จากการเปรียบเทียบ 2 ช่วงเวลาดังกล่าว พบว่า ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541 ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของฟิลิปปินส์ไปยังตลาดทั้งสองประเทศนั้นลดลงจำนวน 12,085.00 ตัน เป็นผลมาจากขนาดของตลาดลดลง 10,703.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 88.56 ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันนั้นทำให้ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของฟิลิปปินส์ลดลง 1,352.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.19 และผลจากการกระจายตัวของตลาดที่ลดลง 30.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.25 (ตารางที่ 27) และ ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539-2541 และปี พ.ศ. 2542-2544 ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของฟิลิปปินส์ไปยังตลาดทั้งสองประเทศนั้นเพิ่มขึ้นจำนวน 5,334.00 ตัน เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของขนาดของตลาด 10,975.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 205.76 ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันนั้นทำให้ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น 3,222.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 60.41 และผลจากการกระจายตัวของตลาดที่ลดลง 8,864 .00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 166.17 (ตารางที่ 28)

สำหรับผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาและเนเธอร์แลนด์จากการเปรียบเทียบ 2 ช่วงเวลาดังกล่าว พบว่า ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541 ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของอินโดนีเซียไปยังตลาดทั้งสองประเทศนั้นเพิ่มขึ้นจำนวน 20,238.00 ตัน เป็นผลมาจากขนาดของตลาดลดลง 521.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.57 ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันนั้นทำให้ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น 22,296.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 110.17 และผลจากการกระจายตัวของตลาดที่ลดลง 1,538.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.60 (ตารางที่ 27) และ ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539-2541 และปี พ.ศ. 2542-2544 ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของอินโดนีเซียไปยังตลาดทั้งสองประเทศนั้นลดลงจำนวน 6,448.00 ตัน เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของขนาดของตลาด 3,726.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 57.79 ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันนั้นทำให้ปริมาณการส่งออกน้ำสับประคของอินโดนีเซียลดลง 11,303.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 175.30 และผลจากการกระจายตัวของตลาดที่เพิ่มขึ้น 1,129.00 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.51 (ตารางที่ 28)

ความสามารถในการส่งออก (potential export)

เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2536-2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539-2541 (S_{it})

$$S_{it} = 0.41 \times 316,283 = 129,676.03$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_{2i})

$$S_{2i} = (0.42 \times 275,657) + (0.40 \times 40,626) = 132,026.34$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_{1p})

$$S_{1p} = 0.45 \times 316,283 = 142,327.35$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_{2p})

$$S_{2p} = (0.50 \times 275,657) + (0.11 \times 40,626) = 142,297.36$$

ส่วนแบ่งการตลาดของอินโดนีเซียในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_{1i})

$$S_{1i} = 0.04 \times 316,283 = 12,651.32$$

ส่วนแบ่งการตลาดของอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2536–2538 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 (S_{2i})

$$S_{2i} = (0.03 \times 275,657) + (0.07 \times 40,626) = 11,113.53$$

เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_{1i})

$$S_{1i} = 0.34 \times 337,601 = 114,784.34$$

ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_{2i})

$$S_{2i} = (0.33 \times 273,242) + (0.42 \times 64,359) = 117,200.64$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_{1p})

$$S_{1p} = 0.45 \times 337,601 = 151,920.45$$

ส่วนแบ่งการตลาดของฟิลิปปินส์ในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_{2p})

$$S_{2p} = (0.50 \times 273,242) + (0.10 \times 64,359) = 143,056.90$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนแบ่งการตลาดของอินโดนีเซียในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_{1i})

$$S_{1i} = 0.11 \times 337,601 = 37,136.11$$

ส่วนแบ่งการตลาดของอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2539–2541 ณ ระดับการส่งออกรวมทุกประเทศในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2542–2544 (S_{2i})

$$S_{2i} = (0.10 \times 273,242) + (0.17 \times 64,359) = 38,265.23$$

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกาและเนเธอร์แลนด์ ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 ปรากฏว่า ทั้งไทย และอินโดนีเซียมีปริมาณการส่งออกที่ลดลง เนื่องจากเสียประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าจะได้ประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด และผลของการกระจายตัวของตลาดก็ตาม ในขณะที่ฟิลิปปินส์มีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากได้ประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด และผลของการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด ถึงแม้ว่าจะเสียประโยชน์จากผลของการกระจายตัวของตลาดก็ตาม อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังสามารถในการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541

จากการศึกษาความสามารถในการส่งออกใน 2 ช่วงเวลา คือ เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 กับปี พ.ศ. 2539–2541 และเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 กับปี พ.ศ. 2542–2544 ที่ได้ แสดงให้เห็นว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน คือ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประรดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาและเนเธอร์แลนด์มีค่าลดลง เป็นผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด ผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด และผลจากการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของตลาด

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดเนเธอร์แลนด์
ในปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544

ตลาดส่งออก	ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2536–2538				ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2539–2541				ปริมาณเฉลี่ยปี พ.ศ. 2542–2544			
	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวม
ตลาดสหรัฐอเมริกา	125,449.00	148,730.00	10,404.00	300,533.00	90,064.00	136,828.00	26,376.00	275,657.00	78,235.00	141,530.00	22,410.00	273,242.00
ตลาดเนเธอร์แลนด์	15,508.00	4,300.00	2,768.00	39,212.00	16,947.00	4,117.00	7,035.00	40,626.00	17,027.00	4,750.00	4,552.00	64,359.00
รวมทั้ง 2 ตลาด	140,958.00	153,030.00	13,172.00	339,745.00	107,011.00	140,945.00	33,410.00	316,283.00	95,262.00	146,279.00	26,962.00	337,601.00
ร้อยละของ ส่วนแบ่งการตลาด												
ตลาดสหรัฐอเมริกา	41.74	49.49	3.46	100.00	32.67	49.64	9.57	100.00	28.63	51.80	8.20	100.00
ตลาดเนเธอร์แลนด์	39.55	10.97	7.06	100.00	41.71	10.13	17.32	100.00	26.46	7.38	7.07	100.00
รวมทั้ง 2 ตลาด	41.49	45.04	3.88	100.00	33.83	44.56	10.56	100.00	28.22	43.33	7.99	100.00

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 27 ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด	เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 และปี พ.ศ. 2539–2541					
	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากอินโดนีเซีย	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงรวม	-33,947.00	-100.00	-12,085.00	-100.00	20,238.00	100.00
ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด	-11,282.00	-33.23	-10,703.00	-88.56	-521.00	-2.57
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด	-25,015.00	-73.69	-1,352.00	-11.19	22,296.00	110.17
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของตลาด	2,350.00	6.92	-30.00	-0.25	-1,538.00	-7.60

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 28 ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด	เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544					
	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากอินโดนีเซีย	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงรวม	-11,749.00	-100.00	5,334.00	100.00	-6,448.00	-100.00
ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด	7,773.00	66.16	10,975.00	205.76	3,726.00	57.79
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด	-21,939.00	-186.73	3,222.00	60.41	-11,303.00	-175.30
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของตลาด	2,416.00	20.57	-8,864.00	-166.17	1,129.00	17.51

ที่มา: (จากการคำนวณ)

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในการส่งออกน้ำผลไม้ของประเทศไทย น้ำสับประรดถือว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบคือ สับประรด ที่สำคัญสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศมากที่สุดปีหนึ่ง ๆ นับเป็นจำนวน 2,000–3,000 ล้านบาท และถูกจัดให้เป็นสินค้าเป้าหมายที่จะมีการพัฒนาส่งเสริมให้เกิดความแข็งแกร่งเพื่อจะนำเงินตราเข้าประเทศซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญ ๆ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ โดยมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญหลายประการ กล่าวคือ เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างทางด้านการผลิต การตลาด และการส่งออกน้ำสับประรดของไทยตลอดจนการศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำสับประรดเพื่อการส่งออกต่อปัจจัยที่มีอิทธิพล หรือส่งผลกระทบต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดของไทยในตลาดโลก นอกจากนี้ยังทำการศึกษาในด้านการส่งออกเพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกน้ำสับประรดไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในตลาดสหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ โดยการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และใช้ข้อมูลในการส่งออกเฉลี่ย 3 ปี เพื่อกำจัดความผันผวนของการส่งออกรายปี คือระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 ปี พ.ศ. 2539–2541 และปี พ.ศ. 2542–2544 รวมถึงการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยทำการเปรียบเทียบในสองช่วงเวลา คือระหว่างปี พ.ศ. 2536–2538 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2539–2541 และระหว่างปี พ.ศ. 2539–2541 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2542–2544 เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำสับประรดไทย และเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมน้ำสับประรดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อใช้ในการแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในตลาดโลก

ปัจจุบันผู้ผลิตของประเทศไทยที่มีเป้าหมายในการผลิตเพื่อการส่งออก มีจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย โดยส่งออกทั้งในรูปของน้ำสับประรดชนิดธรรมชาติ และน้ำสับประรดชนิดเข้มข้น มีกำลังการผลิตรวมประมาณ 106,000 ตันต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานที่ผลิตสับประรดกระป๋องและได้ผลพลอยได้ คือน้ำสับประรด มาผลิตในรูปของน้ำสับประรดชนิดธรรมชาติและน้ำสับประรดชนิดเข้มข้น โดยโรงงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งผู้ผลิตจะทำการจัดหาวัตถุดิบได้จากการเพาะปลูกเองหรือรับซื้อจากเกษตรกร รวมถึงการรับซื้อในรูปแบบของการทำข้อตกลง (Contract Farming)

ปริมาณการผลิตน้ำสับประรดมีความไม่แน่นอนในแต่ละปีขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตสับประรดในแต่ละปี ที่ออกสู่ตลาด ต้นทุนที่สำคัญในการผลิตน้ำสับประรด คือ ค่าวัตถุดิบ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

40-70 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมาคือ ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งยังต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศและเสียภาษีนำเข้าในอัตราสูง รวมถึงต้นทุนค่าแรงงานซึ่งเป็นปัญหาสำคัญเนื่องจาก มีการเรียกร้องให้เพิ่มค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำอยู่เสมอ ๆ และอุตสาหกรรมมีลักษณะการใช้แรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) จึงเป็นภาระสำคัญสำหรับผู้ประกอบการอีกด้านหนึ่ง

สำหรับการตลาดภายในประเทศโดยรวมแล้ว ตลาดน้ำสับปะรดภายในประเทศยังไม่กว้างขวางนัก เนื่องจากผู้บริโภคนิยมบริโภคผลไม้สด เพราะหาซื้อได้ทั่วไป ได้รสชาติ และความสดมากกว่าน้ำสับปะรดในบรรจุภัณฑ์ ในการวางจำหน่ายปลีกน้ำสับปะรด ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายมักจะอาศัยช่องทางการจำหน่ายไม่แตกต่างกันคือ ช่องทางโมเดิร์นเทรด และวางจำหน่ายตามตู้แช่ในร้านค้าทั่วไป ผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เพื่อให้การขายสินค้าครอบคลุมพื้นที่ให้บริการได้อย่างกว้างขวาง สำหรับตลาดต่างประเทศ น้ำสับปะรดได้รับความนิยมมากกว่าตลาดภายในประเทศโดยน้ำสับปะรดที่มีการค้าขายกันมากในตลาดโลก คิดเป็นร้อยละ 65 ของปริมาณทั้งหมด คือ น้ำสับปะรดเข้มข้น และน้ำสับปะรดแช่แข็ง สำหรับการส่งออกของไทยพบว่า ไทยมีแนวโน้มของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น จากความได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ทำให้ไทยสามารถส่งออกน้ำสับปะรดได้มากที่สุดในโลก ซึ่งประเทศผู้นำเข้าน้ำสับปะรดที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ และมีคู่แข่งที่สำคัญคือ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

สหรัฐอเมริกา เป็นประเทศผู้นำเข้าน้ำสับปะรดรายใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นประเทศที่ไทยเคยส่งออกน้ำสับปะรดมีมูลค่าสูงที่สุดเป็นอันดับ 1 ก่อนที่จะกลายเป็นอันดับ 2 ในปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา การส่งออกน้ำสับปะรดของไทยไปสหรัฐอเมริกามีมูลค่าลดลงโดยเฉลี่ย คือ ลดลงเหลือมูลค่าเฉลี่ย 24.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542-2544 เนื่องจากผู้ส่งออกน้ำสับปะรดของไทย เริ่มมีการกระจายการส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะ เนเธอร์แลนด์ สเปน ตลอดจนตลาดในเอเชีย และแถบอินโดจีน อีกทั้งสหรัฐอเมริกา ก็มีการเปลี่ยนนำเข้าน้ำสับปะรด จากฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เม็กซิโก และประเทศอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น โดยฟิลิปปินส์มีส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกามากที่สุด สำหรับตลาดเนเธอร์แลนด์ ไทยส่งออกน้ำสับปะรดไปตลาดนี้เป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 และเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยทุกปี คือ เพิ่มขึ้นเป็นมูลค่าเฉลี่ย 21.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542-2544 และไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยในตลาดโลกตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า มีปัจจัยดังนี้ ได้แก่ เหตุสุดวิสัย ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต กฎระเบียบของหน่วยงานราชการ ปัจจัยการตลาดภายนอก ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านระบบสาธารณูปโภค ปัจจัยการตลาดภายใน รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การส่งมอบสินค้าตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด การใช้ชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นจุดขาย และกำไรจากการส่งออกที่สูงกว่ากำไรจากการจำหน่ายในประเทศ

ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญในระหว่างปี พ.ศ. 2536-2544 พบว่า ไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดไปยังตลาดโลก และตลาดนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ และฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีค่า RCA มากที่สุดในการส่งออกน้ำสับประรดไปยังตลาดโลก รวมถึงในตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ยกเว้น ในการส่งออกน้ำสับประรดไปยังเนเธอร์แลนด์ที่ไทยมีค่า RCA มากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าฟิลิปปินส์ เนื่องจากไทยมีต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่าทั้งด้านค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่า และผลผลิตสับประรดต่อไร่ที่ต่ำกว่าฟิลิปปินส์ รวมถึงการที่ไทยถูกสหภาพยุโรปตัดสิทธิพิเศษทางภาษี

จากผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด พบว่า ในช่วงเวลาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2539-2541 และปี พ.ศ. 2542-2544 ทั้งไทย และอินโดนีเซียมีปริมาณการส่งออกที่ลดลง เนื่องจากเสียประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าจะได้ประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด และผลของการกระจายตัวของตลาดก็ตาม ในขณะที่ฟิลิปปินส์มีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากได้ประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด และผลของการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด ถึงแม้ว่าจะเสียประโยชน์จากผลของการกระจายตัวของตลาดก็ตาม อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยก็ยังสามารถส่งออกที่เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างปี พ.ศ. 2536-2538 และปี พ.ศ. 2539-2541

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษา สามารถให้ข้อเสนอแนะที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกน้ำสับประรดของประเทศไทยดังนี้

1. จากการศึกษาสภาพทั่วไป ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิต และส่งออกน้ำสับประรดที่สำคัญของโลก แต่ก็มีคู่แข่งที่สำคัญคือ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากปริมาณการผลิต และราคาสับประรดของไทยมีความไม่แน่นอน ส่งผลให้การวางแผนในการผลิตทำได้ยาก ทำให้เสียเปรียบคู่แข่ง ดังนั้น ข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานของรัฐควรร่วมมือกับผู้ผลิตเพื่อการส่งออกในการพัฒนาพันธุ์ของสับประรดให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการ ในการนำไปแปรรูปรวมถึงการทำกรapeปลูกเพื่อแปรรูปโดยเฉพาะ ซึ่งจะช่วยในการแก้ไขในเรื่องของคุณภาพ ปริมาณ และราคาของวัตถุดิบได้ อีกทั้งภาครัฐควรให้การสนับสนุน โดยการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น การให้ความช่วยเหลือด้านการกีดกันทางการค้า และส่งเสริมอุตสาหกรรมน้ำสับประรดให้มากขึ้น

2. จากการศึกษาความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกน้ำสับประรดของไทย และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประรดของไทย พบว่าผลจากการแข่งขันเป็นสาเหตุที่ทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ซึ่งจะเป็นการแข่งขันในด้านราคา และคุณภาพ ในตลาดสหรัฐอเมริกา ไทยถูกเก็บภาษีสูงขึ้นด้วยเหตุที่ไทยถูกตัดสินว่าทุ้มตลาดในสินค้าสับประรดระบอง ส่งผลให้มีผลกระทบน้ำสับประรดด้วย ส่วนการส่งออกไปเนเธอร์แลนด์ ไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร หรือ GSP เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขณะที่ประเทศคู่แข่งของไทยทั้งฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียยังคงได้รับสิทธิ GSP ทำให้สินค้าไทยเสียเปรียบประเทศเหล่านั้น ดังนั้น รัฐบาลควรมีการแก้ไขเรื่องทุ้มตลาดในสหรัฐอเมริกา และเร่งเจรจาในการขอผ่อนปรนการลดสิทธิพิเศษทางศุลกากรในสหภาพยุโรป ส่วนผลจากการขยายขนาดของตลาดโลกเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกของไทย ดังนั้นรัฐควรที่จะช่วยโดยการประชาสัมพันธ์ในตลาดส่งออกต่าง ๆ เพื่อช่วยกระตุ้นการนำเข้าของตลาดส่งออกที่สำคัญและตลาดที่มีแนวโน้มการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น

3. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3.1 ในการศึกษานี้มีข้อจำกัดในเรื่องของข้อมูลมูลค่า และปริมาณการส่งออกน้ำสับประรดของโลก เนื่องจากข้อมูลการค้าระหว่างประเทศมีความล่าช้าในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการแบ่งช่วงปีในการศึกษาจะคำนึงถึงความเหมาะสม และความพร้อมของข้อมูลเป็นสำคัญ

3.2 ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะทำการวิเคราะห์ในตลาดอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากตลาดที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการขยายตลาด และหาตลาดที่จะมารองรับไม่ให้เกิดการส่งออกน้ำสับประรดต้องลดลง เมื่อสูญเสียตลาดส่งออกที่สำคัญ

เอกสารอ้างอิง

กฤติยา หาญแก้วกล้า. 2540. การวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสงค์ส่งออกน้ำตาลทรายของประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กรมศุลกากร. 2534. พิกัดอัตราศุลกากร. กรุงเทพมหานคร: (อัคราเนนา)

กรมศุลกากร. 2545 ก. รายงานประจำปี 2535-2544. กรุงเทพมหานคร: (อัคราเนนา)

กรมศุลกากร. 2545 ข. สถิติการค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: (อัคราเนนา)

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2539. ฤดูกาลของผลไม้ที่สำคัญ. กรุงเทพมหานคร: (อัคราเนนา)

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2546. ประเภทโรงงานลำดับที่ 8 กิจกรรมเกี่ยวกับพืชผักผลไม้. กรุงเทพมหานคร:
(อัคราเนนา)

คณะกรรมการนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์. 2535. แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้.

กรุงเทพมหานคร: (อัคราเนนา)

นิตินาม. 2536. “ตลาดน้ำผลไม้ ธุรกิจนับพันล้านที่เริ่มขยายตัว”. อรุณสวัสดิ์. 4 (พฤศจิกายน 2536): น 104-105.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นรินาม. 2543. “อุตสาหกรรมน้ำสับประคต”. *ฐานเศรษฐกิจ*. (3-6 มิถุนายน 2543): น. 18.

วรรณิ์ เศษศุทธยงค้ฎร. 2535. “แนวทงพัฒนผลิถภณัถ์น้ำผลไม้”. *ข่าวเศรษฐกิจการเกษตร*. 424 (มีนาคม 2535): น 6-8.

สุปรานิ์ โกลศศิริลัถษณัถ์. 2545. *การวิเคราะห้การส่งออกน้ำผลไม้ไทย*. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนัถ์
ปริณูญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสัถร์.

สำนัถงานคณัถกรรมการส่งเสริมการล่งทุน. 2545. *สรุปลัถถิการส่งเสริมการล่งทุน 2536-2545*.
กรุงเทพมหานคร: (อ้ดสำเนา)

Balassa, B. 1997. *Trade Libralization and Revealed Comparative Advantage*. Manchester: The
Manchester school of Economic and Social Studies.

International Trad Center. 1996. *Fruit Juices (A study of selected markets in Central and Eastern
Europe)*. Geneva: UNCTAD/GATT.

Ochsner, G.L. and Gramer, G.L. 1976. *An Economic Analysis of the Export Market for Montana
Weat*. Montana Agricultural Experiment Station Bulletin.

United Nations. 2003. “Microfich Import Loc 1993-2001”. www.unstats.un.org/unsd/default.htm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำรับการใช้งานเพื่การศึกษาเท่านั้น ไม้ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อี้กทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม โครงการปัญหาพิเศษ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง การวิเคราะห์การแข่งขันการส่งออกน้ำสับประรดไทยในตลาดโลก

โปรดเติมข้อความ หรือใส่เครื่องหมายกากบาทลงใน ()

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

1. ชื่อสถานประกอบการ _____ สถานที่ตั้ง _____
ปีทีก่อตั้ง _____
ทุนจดทะเบียน _____ ล้านบาท
จำนวนแรงงาน _____ คน
2. บริษัทของท่านได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) หรือไม่
() ไม่ได้รับการส่งเสริม () ได้รับการส่งเสริมเมื่อปี พ.ศ. _____ ถึงปี พ.ศ. _____
3. บริษัทของท่านมีการร่วมการลงทุนจากต่างประเทศหรือไม่
() ไม่มี
() มี สัญชาติผู้ถือหุ้นคือ _____

ตอนที่ 2 ด้านการผลิต

1. ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทของท่านทำการผลิต (เรียงลำดับตามสัดส่วนการผลิตมากที่สุด และรองลงมา)

ชนิด	สัดส่วนการผลิต(%)
1.	
2.	
3.	
4.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิด	สัดส่วนการผลิต(%)
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	

2. บริษัทของท่านมีกำลังการผลิตน้ำสับประรด _____ ตัน / ปี

3. บริษัทของท่านจัดหาวัตถุดิบ โดยวิธีการใด

- 3.1 วัตถุดิบ (สับประรด) () ปลูกเองทั้งหมด
 () ปลูกเองบางชนิด และซื้อจากสวนของเกษตรกร
 () ปลูกเองบางชนิด และซื้อจากสวนของเกษตรกร โดยมีการทำสัญญาว่าจ้างให้เกษตรกรทำการเพาะปลูกตามที่ตกลงกันไว้ (Contract Farming)
 () ซื้อจากพ่อค้าคนกลาง
 () อื่น ๆ ระบุ _____
- 3.2 น้ำตาลทรายและ/หรือเกลือ () ซื้อจากร้านค้าส่งในจังหวัด
 () ซื้อจากโรงงานที่อยู่ในจังหวัด
 () ซื้อจากโรงงานในภูมิภาคของตน
 () อื่น ๆ (ระบุ) _____
- 3.3 ภาชนะบรรจุ () ผลิตเอง
 () ซื้อจากภายในประเทศ
 () นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ _____
 จากประเทศ _____
- 3.4 เครื่องจักร () ผลิตเอง
 () ซื้อจากภายในประเทศ
 () นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ _____
 จากประเทศ _____
- 3.5 วัตถุดิบอื่น ๆ (ระบุ) _____ จัดหามาโดยวิธี _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สัดส่วนต้นทุนการผลิตน้ำสับปะรดของบริษัท (%)

รายการ	ต้นทุนการผลิต(%)
1. วัสดุคิบ	
2. แรงงาน	
3. บรรจุกัมภ์	
4. อื่น ๆ	

5. บริษัทของท่านมีการนำเทคโนโลยีมาใช้หรือไม่

() มี () ไม่มี

6. เทคโนโลยีที่ใช้ปัจจุบันได้จาก (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () พัฒนาเองโดยบริษัท () ซื้อเทคโนโลยีจากต่างประเทศ
 () ซื้อเทคโนโลยีจากในประเทศ () ความช่วยเหลือจากบริษัทร่วมทุน
 () อื่น ๆ (ระบุ) _____

ตอนที่ 3 ด้านการตลาด

1. ตลาดของบริษัทท่าน (โปรดระบุเป็นจำนวนร้อยละ)

- () ตลาดภายในประเทศ _____ %
 () ตลาดต่างประเทศ _____ %

2. บริษัทของท่านมีการกระจายการจำหน่ายไปยัง (โปรดระบุเป็นจำนวนร้อยละ)

ตลาดภายในประเทศ	ตลาดต่างประเทศ
() ดำเนินการตลาดเอง _____ %	() ดำเนินการตลาดเอง _____ %
() ผู้ค้าส่ง _____ %	() ผู้ค้าส่ง _____ %
() ผู้ค้าปลีก _____ %	() ผู้ค้าปลีก _____ %
() ตัวแทนจำหน่าย _____ %	() ตัวแทนจำหน่าย _____ %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ภาวะการแข่งขันของตลาดภายในประเทศสำหรับน้ำสับประรดที่บริษัทของท่านจำหน่ายมีมากน้อยเพียงใด

- () ไม่มี () มีน้อย
() มีพอประมาณ () มีมาก

4. ภาวะการแข่งขันของตลาดต่างประเทศสำหรับน้ำสับประรดที่บริษัทของท่านจำหน่ายมีมากน้อยเพียงใด

- () ไม่มี () มีน้อย
() มีพอประมาณ () มีมาก

5. บริษัทของท่านกำหนดราคาขายน้ำสับประรดภายในประเทศเป็นเท่าใด _____

6. บริษัทของท่านกำหนดราคาขายน้ำสับประรดในตลาดต่างประเทศเป็นเท่าใด _____

7. บริษัทของท่านประสบปัญหาด้านการแข่งขันในตลาดต่างประเทศหรือไม่

- () ไม่มี
() มี บริษัทที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญคือ
- | | |
|-----------------|------------------------|
| 1. บริษัท _____ | ประเทศ _____ |
| | สัดส่วนการส่งออก _____ |
| 2. บริษัท _____ | ประเทศ _____ |
| | สัดส่วนการส่งออก _____ |
| 3. บริษัท _____ | ประเทศ _____ |
| | สัดส่วนการส่งออก _____ |

มีปัญหาการแข่งขันในด้าน () ราคา () คุณภาพ () เทคโนโลยี

() การบรรจุหีบห่อ

() สิทธิพิเศษที่ได้รับจากตลาดนำเข้า

() อื่น ๆ (ระบุ) _____

8. ท่านคิดว่าโอกาสการขยายตัวของความต้องการของตลาดภายในประเทศเป็นอย่างไร

- () ไม่มี () มีน้อย
() มีพอประมาณ () มีมาก

9. ท่านคิดว่าโอกาสการขยายตัวของความต้องการของตลาดต่างประเทศเป็นอย่างไร

- () ไม่มี () มีน้อย
() มีพอประมาณ () มีมาก

10. มูลค่ายอดขายรวมของบริษัท ในปี 2545 _____ ล้านบาท

มูลค่ายอดขายน้ำสับประรดของบริษัท ในปี 2545 _____ ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ประเทศผู้ซื้อ สัดส่วนมูลค่าการส่งออกที่บริษัทส่งน้ำสับประรดไปจำหน่าย (รวม 100 %) และคู่แข่งสำคัญในตลาดนั้น ๆ

ประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ (โปรดระบุประเทศ)	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก (โปรดระบุ %)	คู่แข่งสำคัญ (เรียงตามลำดับความสำคัญ)

12. ในการส่งออกบริษัทหาลูกค้าโดยวิธีการใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ติดต่อลูกค้าในต่างประเทศด้วยตัวเอง
- () ลูกค้าในต่างประเทศเป็นผู้เริ่มทำการสั่งซื้อก่อน
- () ผู้ทำการค้าส่งออกในประเทศมาติดต่อเพื่อรับซื้อสินค้าไปขายอีกที่หนึ่ง
- () ติดต่อบริษัทส่งออกภายในประเทศให้ช่วยหาลูกค้าในต่างประเทศ
- () ผู้ร่วมลงทุนต่างชาติเป็นผู้หาตลาดให้
- () ร่วมงานแสดงสินค้าทั้งใน และต่างประเทศ
- () อื่น ๆ (ระบุ) _____

13. สาเหตุของใจที่สำคัญที่ท่านตัดสินใจส่งออก ได้แก่ (โปรดระบุความสำคัญตามลำดับ 1, 2, 3 เท่านั้น)

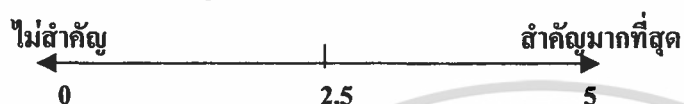
- () ตลาดภายในแคบ
- () ตลาดภายในประเทศอิ่มตัว และมีการแข่งขันสูง
- () ตลาดต่างประเทศมีช่องทางจำหน่ายได้มากกว่า
- () ตลาดต่างประเทศให้ผลกำไรสูงกว่า
- () เพื่อลดต้นทุนการผลิตจากการขยายกำลังการผลิต
- () ขอดขยาย และกำไรภายในประเทศลดลง
- () อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกน้ำสับประรด

โปรดใส่คะแนน (0 – 5) ลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ ต่อความเห็นระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของท่าน

โดยให้ระดับความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกเป็นดังนี้



ปัจจัย	ความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก
1. วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย	-----
2. วัตถุดิบในการผลิตน้ำสับประรดมีราคาต่ำ	-----
3. วัตถุดิบในการผลิตน้ำสับประรดมีคุณภาพดี	-----
4. แรงงานมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย	-----
5. แรงงานมีราคาถูก	-----
6. แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือดี	-----
7. บริษัทท่านมีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	-----
8. บริษัทท่านมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง	-----
9. บริษัทท่านมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า	-----
10. บริษัทท่านใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ (BRAND NAME) ของบริษัทเป็นจุดขาย	-----
11. ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่	-----
12. ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง	-----
13. ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทย	-----
14. ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	-----
15. ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ	-----
16. ระบบสาธารณูปโภค	-----
17. ระบบการเงินการธนาคาร	-----

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัย	ความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก
18.อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ	-----
19.อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตน้ำสับปรดภายในประเทศไทย	-----
20.อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย	-----
21.ระบบการบริหารงานบุคลากร	-----
22.ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี	-----
23.ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก	-----
24. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ	-----
25. มาตรการกีดกันทางการค้า	-----

26.นโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบการส่งออกน้ำสับปรด.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

27.ปัจจัยอื่น ๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกน้ำสับปรด.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

28 . ปัจจัยที่ท่านใช้วัดความสำเร็จในการส่งออกน้ำสับประคของบริษัของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () มูลค่าการส่งออก
- () กำไรจากการส่งออก
- () การขยายตัวของมูลค่าการส่งออก
- () การเพิ่มจำนวนลูกค้า/ประเทศ ที่บริษัททำการส่งออก
- () ความพอใจของผู้บริหาร
- () ปัจจัยอื่น ๆ โปรดระบุ.....

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านที่ได้ให้รายละเอียดข้อมูล ตลอดจนคำแนะนำ และเสนอแนวความคิดที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการประกอบการจัดทำปริญญาานิพนธ์

ขอแสดงความนับถือ
นางสาววิไลลักษณ์ วงศ์สัมพันธ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 รายชื่อบริษัทผู้ผลิตน้ำสับประรด (HS 2004.40) เพื่อการส่งออก

บริษัท	เงินลง	จำนวน	ผลิตภัณฑ์
	ทุน	คนงาน	
1. บริษัท สยามอุตสาหกรรมการเกษตร สับประรด และอื่น ๆ จำกัด	620	3,215	น้ำสับประรด 13,520 ตัน
2. บริษัท อุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องไทย จำกัด	120 50	1,040 440	น้ำสับประรดเข้มข้น น้ำสับประรดเข้มข้น 1,000 ตัน
3. บริษัท ผลไม้กระป๋องประจวบ จำกัด	18	230	น้ำสับประรด 1,500 ตัน
4. บริษัท ปราณบุรีสับประรดกระป๋อง จำกัด	51	126	น้ำสับประรดเข้มข้น 2,900 ตัน
5. บริษัท ทropicofruits อินดัสทรี จำกัด	-	-	น้ำสับประรดกระป๋อง
6. บริษัท เจริญฟู๊ดส์ อุตสาหกรรม จำกัด	250	-	น้ำสับประรดเข้มข้น 2,900 ตัน
7. โรงงานมาลีสามพราน จำกัด (มหาชน)	-	-	น้ำสับประรดเข้มข้น 1,500 ตัน
8. บริษัท เนเชอรัลฟรุต จำกัด	-	-	น้ำสับประรดเข้มข้น 2,300 ตัน
9. บริษัท ปราณบุรีไฮเดอ จำกัด	60	895	น้ำสับประรดกระป๋อง
10. บริษัท ไทยชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด	197	800	น้ำสับประรดเข้มข้น 1,000 ตัน
11. บริษัท ชันเทคกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	15	3,100	น้ำสับประรดกระป๋อง 11,500 ตัน
12. บริษัท โคล (ไทยแลนด์) จำกัด	-	-	น้ำสับประรดกระป๋อง
13. บริษัท เถกิงอุตสาหกรรมสับประรด กระป๋อง จำกัด	20 11	350 140	น้ำสับประรดเข้มข้น น้ำสับประรด 4,080 ตัน
14. บริษัท สามร้อยยอด จำกัด	-	-	น้ำสับประรด
15. บริษัท ผลไม้กระป๋องสยาม (1998) จำกัด	231	2,645	น้ำสับประรดเข้มข้น
16. บริษัท อาหารสยาม จำกัด (มหาชน)	-	-	น้ำสับประรดเข้มข้น 6,000 ตัน
17. บริษัท ไวตาฟู๊ดส์ แพคทอรี (1989) จำกัด	-	-	น้ำสับประรดกระป๋อง
18. บริษัท สับประรดไทย จำกัด (มหาชน)	80	650	น้ำสับประรดเข้มข้น 60,000 กล่อง
19. บริษัท พีทีฟู๊ดส์ สเตนคาร์ด อินดัสทรี จำกัด			
20. บริษัท กุญบุรีผลไม้กระป๋อง จำกัด			

ที่มา: (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2545)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้