



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย

A Study on Thai Canned Fruits Export

ของ

นางสาวรัชนก ทองอยู่

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2533

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

30 / 11 / 33

(อาจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

30 / 11 / 33

(รศ. ศลิษฐ์ สังข์รัมย์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

30 / 11 / 33

(อาจารย์รังสรรค์ โนนชัย)

หัวหน้าภาควิชา

140.18

พ.พ.

30 / 11 / 33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์โดยอาจารย์ผู้สอน การศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

22 ส.ค. 254๗

๑๑๓๒๗

(อาจารย์รังสรรค์ โนนชัย)

ไม่อาจกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๒๕๓๓

14048



สำนักหอสมุดวิทยุ-มรรตอมสินลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ



T097689

เรื่อง

การศึกษาการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย
A Study on Thai Canned Fruits Export

โดย

นางสาวรัชก ทองอยู่

ร/พ.

ร332ก

2533

เลขหมู่.....97689

เลขทะเบียน.....

วันเดือนปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2533

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย

โดย : นางสาวรัชชก ทองอยู่

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  30/มว/๒3

(อภิสิทธิ์ แก้วจา)

อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และมีลักษณะสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค อีกทั้งยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายประเภทเกิดขึ้น และขยายตัวตามไปด้วย ดังนั้นการศึกษาการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ทราบถึงภาวะการผลิต การส่งออก ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยให้ก้าวหน้าขึ้นได้ วิธีการศึกษากระทำโดยการรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องฝ่ายต่าง ๆ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเป็นหมวดหมู่และใช้สถิติอย่างง่ายในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการศึกษาปรากฏว่าปัจจุบันมีกำลังการผลิตผลไม้กระป๋องทั้งภาคอุตสาหกรรมประมาณ 30 ล้านหีบ มีการใช้กำลังการผลิตทั้งภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 41.5 สาเหตุที่มีการใช้กำลังการผลิตต่ำเนื่องจากการขาดแคลนผลไม้สดที่จะใช้ป้อนโรงงาน ในด้านการส่งออกนั้น ในปี 2532 ประเทศไทยส่งออกผลไม้กระป๋องได้ 375,373 ตัน หรือ มูลค่า 5,210.70 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 534 ตัน หรือมูลค่า 313.30 ล้านบาท โดยส่งออกไปตลาดอเมริกามากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 39.51 รองลงมาคือ ประเทศอื่น ๆ ซึ่งสินค้าเหล่านี้มีแนวโน้มให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาคมเศรษฐกิจยุโรป แคนาดา และญี่ปุ่น โดยมีสัดส่วนการส่งออกเท่ากับ 31.69, 5.85 และ 4.37 ตามลำดับ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในการส่งออกผลไม้กระป๋อง ได้แก่ ฟิลิปปินส์

แม้ว่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยจะมีแนวโน้มที่ดี แต่ก็ต้องประสบกับปัญหาต่าง ๆ อยู่มากมาย คือ ปัญหาทางด้านการผลิต ได้แก่ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ ปัญหาทางด้านต้นทุนการผลิต ปัญหาทางด้านเงินทุนและปัญหาทางด้านแรงงาน การแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้สามารถทำได้โดยการที่โรงงานทำการขยายไร่ของโรงงานให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มปริมาณผลไม้มัด นอกจากนี้ยังจะต้องขอความร่วมมือจากภาครัฐบาลในการปรับปรุงสาธารณูปโภคให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพ และของความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ สำหรับปัญหาด้านการส่งออกนั้น ได้แก่ การทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และอัตราค่าระวางเรือมีราคาแพง ปัญหาการกีดกันทางการค้า และปัญหาเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของผู้ผลิตและผู้ส่งออกซึ่งไม่เห็นด้วยแน่นอนต่อการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ทำได้โดยการแก้ไขกฎระเบียบของทางราชการเพื่อลดปัญหาการล่าช้า การปรับปรุงการพาณิชย์นาวีให้ดีขึ้น และพยายามรวมกลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกให้เห็นด้วยแน่นอน ไม่ให้มีการตัดราคากันเอง เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยาม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยการช่วยเหลือ
ให้คำแนะนำ ปริญญา และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ
โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ รศ. ศิณีย์ สังข์ศรีศรี อาจารย์รังสรรค์ โนนชัย
กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการเรียบเรียง
ปัญหาพิเศษและทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ที่ให้ความกรุณา
ในด้านข้อมูล และขอขอบคุณผู้มีส่วนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ทุกท่าน

รัชเมก ทองอ้อย

พฤศจิกายน 2533

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง

(4)

สารบัญภาพ

(6)

บทที่ 1 บทนำ

1

 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

1

 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

5

 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7

 ขอบเขตของการศึกษา

7

 วิธีการศึกษา

7

 การตรวจเอกสาร

8

บทที่ 2 ภาวะการผลิตผลไม้กระป๋องของประเทศไทย

12

 โครงสร้างผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง

12

 การผลิตผลไม้สดของประเทศไทย

13

 ปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋อง

15

 การใช้กำลังการผลิตและการใช้เทคโนโลยีการผลิต

22

 การใช้กำลังการผลิต

22

 การใช้เทคโนโลยีการผลิต

22

 ต้นทุนการผลิต

30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 1 ภาวะการตลาดและการค้าผลไม้กระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ	33
ภาวะการตลาด	33
ชนิด ปริมาณ และมูลค่าการส่งออก	33
โครงสร้างการตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย	34
กระบวนการส่งออก	40
การจำหน่าย	40
การกำหนดราคา	40
การบรรจุหีบห่อ	41
การขนส่ง	41
พิธีทางศุลกากร	42
วิถีการตลาด	42
นโยบายและมาตรการของรัฐบาล	44
ภาวะการค้าผลไม้กระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ	47
ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	50
ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ	66
ช่องทางในการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย	69
บทที่ 4 ปัญหาและแนวทางการพัฒนา	71
ปัญหาทางด้านการผลิต	71
แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางด้านการผลิต	75

เอกสารนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตผลไม้กระป๋องเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต่ออ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ปัญหาทางด้านการตลาดส่งออก	83
แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางด้านการตลาดส่งออก	86
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	90
สรุป	90
ข้อเสนอแนะ	93
เอกสารอ้างอิง	95
ภาคผนวก	98

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สัดส่วนการส่งออกผลไม้แปรรูปของประเทศไทย ปี 2530	3
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย ปี 2525-2532	6
3	ฤดูกาลผลิตของผลไม้ชนิดต่าง ๆ ของไทย	14
4	พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตสับประครวมทั้งประเทศไทย	16
5	จำนวนต้นที่ปลูกและผลผลิตของผลไม้บางชนิด	17
6	ปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋องไทย	19
7	รายชื่อผู้ผลิต ที่ตั้ง และกำลังการผลิตของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องไทย ปี 2532	20
8	รายชื่อผู้ขออนุญาตเปิดโรงงานผลไม้กระป๋อง ปี 2533	21
9	การผลิต การใช้กำลังการผลิต และสัดส่วนผลผลิตที่ส่งออก สำหรับผลไม้กระป๋องบางชนิด	23
10	ต้นทุนการผลิตผลไม้กระป๋องบางชนิดของไทยเฉลี่ยปี 2530	32
11	มูลค่าและอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องชนิดต่าง ๆ ของไทย	35
12	ปริมาณผลไม้กระป๋องที่บริโภคภายในประเทศ	36
13	ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย แยกตามรายประเทศ	38
14	มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของโลก	48
15	ส่วนแบ่งตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกต่าง ๆ สำหรับผลไม้กระป๋อง	49
16	ปริมาณ อัตราการขยายตัว และส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าสับประครกระป๋องของสหรัฐอเมริกา	52

17 มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของสหรัฐฯ จากประเทศไทยอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18	55
มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจากประเทศไทย ปี 2532	
19	59
ปริมาณการนำเข้าผลไม้กระป๋องของแคนาดาจากประเทศต่าง ๆ ปี 2529	
20	60
มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของแคนาดาจากประเทศไทย	
21	62
ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของญี่ปุ่น	
22	63
ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของญี่ปุ่น	
23	65
มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของญี่ปุ่นจากประเทศไทย	
24	67
มูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของฟิลิปปินส์	
25	68
การกระจายตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องของฟิลิปปินส์	
26	70
สรุปสู่ทางในการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย	

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กระบวนการผลิตผลไม้กระป๋อง	25
2 วิธีการตลาดผลไม้กระป๋อง	43



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ไปด้วยผลไม้หลากหลายชนิดและมีให้บริโภคตลอดปี ผลไม้ที่สำคัญได้แก่ ลำไย ทุเรียน สับปะรด มะม่วง องุ่น ถั่วลิสง เป็นต้น ผลไม้เหล่านี้จะมีระยะเวลาออกสู่ตลาดสลับเปลี่ยนกันตลอดทั้งปี ซึ่งปริมาณการผลิตในแต่ละปีนั้นไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามในแต่ละปีเราสามารถผลิตผลไม้สดได้ปีละไม่ต่ำกว่า 6-7 ล้านตัน ผลผลิตส่วนใหญ่จะถูกนำไปบริโภคสดและใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูป ส่วนที่เหลือก็จะถูกส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ผลไม้ไทยที่ส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศในระยะที่ผ่านมาอยู่ในรูปของผลไม้สด ผลไม้แช่เย็นและแช่แข็ง ซึ่งมีมูลค่าทางการส่งออกแจ่มใสมาก เนื่องจากผลไม้ไทยเริ่มเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในต่างประเทศ และจากสถานการณ์ทางด้านตลาดต่างประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการส่งออกผลไม้สดและผลไม้แช่แข็ง รวมทั้งทางด้านผู้ผลิตหรือเกษตรกรก็พยายามนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตและปรับปรุงคุณภาพผลผลิต ฝ่ายผู้ส่งออกและทางภาครัฐก็ยังให้การสนับสนุนและส่งเสริมเป็นอย่างดี ทำให้การส่งออกผลไม้สดและผลไม้แช่แข็งประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตามแม้ว่าการส่งออกผลไม้สดจะมีมูลค่าที่แจ่มใส แต่ก็ต้องประสบกับปัญหาบางประการที่มีผลกระทบต่อส่งออกที่สำคัญคือ ภาวะบรรยากาศทางอากาศมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะการขนส่งไปทางตลาดยุโรป นอกจากนี้ยังมีปัญหาพื้นฐานซึ่งได้แก่ ต้นทุนการผลิตสูง คุณภาพของผลผลิตไม่สม่ำเสมอ ผลผลิตเน่าเสียง่าย การบรรจุหีบห่อยังไม่ดีพอที่จะป้องกันการกระทบกระเทือนของผลผลิตได้ อีกทั้งวัสดุและภาชนะบรรจุมีราคาไม่ถูกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แพงและไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานของสินค้าที่แน่นอน ทำให้เป็นปัญหาในการกำหนดราคา ระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้ซื้อในประเทศ จากปัญหาและแนวทางในการส่งออก ผลไม้ตามทักล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวหน้า ได้ั้น การส่งออกสินค้าชนิดใหม่ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการขยายผลไม้นิสต์ตามตลาด ต่างประเทศต้องการจะเป็นทางออกที่จะช่วยให้เศรษฐกิจก้าวหน้ายิ่งขึ้น และทางออกที่ดี ที่สุดคือการนำผลไม้เข้าสู่จรรุคสาหกรรมแปรรูป

ในปัจจุบัน ผลไม้แปรรูป เริ่มมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยมากขึ้น ตามลำดับ โดยเฉพาะในการส่งออกปรากฏว่าผลไม้แปรรูปประสบความสำเร็จค่อนข้างสูง ทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากในอัตราที่รวดเร็วเมื่อ เปรียบเทียบกับการส่งออกผลไม้นิสต์ ดังจะเห็นได้จากรายงานการส่งออกในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา (ระหว่างปี 2526-2530) การส่งออกผลไม้นิสต์ขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 13.2 ต่อปี ส่วนการส่งออกผลไม้แปรรูปขยายตัวค่อนข้างสูงคือเฉลี่ยร้อยละ 23.3-28.0 ต่อปี ผลไม้แปรรูปที่ส่งออกโดยส่วนใหญ่ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้ ผลไม้บด ผลไม้ อบแห้ง ผลไม้แช่แข็ง และผลไม้ปรุงแต่งอื่น ๆ ไม่บรรจุกระป๋อง ความสำคัญของการส่งออกผลไม้แปรรูปที่ผ่านมานั้นอยู่ที่การส่งออกผลไม้กระป๋องและผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุ กระป๋อง โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในปี 2530 เท่ากับร้อยละ 78.7 และ 10.5 ตามลำดับ สำหรับการส่งออกผลไม้แปรรูปชนิดอื่น ๆ ที่มีมูลค่ารองลงมาตามลำดับได้แก่ น้ำผลไม้ ร้อยละ 9.3 ผลไม้บด ร้อยละ 1 ผลไม้อบแห้ง ร้อยละ 0.4 และผลไม้ แช่แข็งร้อยละ 0.1 (ตารางที่ 1)

อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่าง มากต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านกาก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้แก่วัตถุดิบ การเป็น ตลาดแหล่งใหญ่สำหรับผลิตเกษตรที่เสื่อมคุณภาพเร็วและเน่าเสียง่าย และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเป็นอุตสาหกรรม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 สัดส่วนการส่งออกผลไม้แปรรูปของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2530

(มูลค่า : ล้านบาท)

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ชนิดของผลไม้แปรรูป	มูลค่า	สัดส่วน
1. ผลไม้กระป๋อง	4,169	78.7
2. ผลไม้ปรุงแต่งไม่บรรจุกระป๋อง	557	10.5
3. น้ำผลไม้	491	9.3
4. ผลไม้แปรรูปอื่น ๆ		
- ผลไม้บด	52	1.0
- ผลไม้อบแห้ง	24	0.4
- ผลไม้แช่แข็ง	7	0.1
รวม	5,300	100.0

ที่มา : (กรมศุลกากร, กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มีลักษณะสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องตั้งโรงงานใกล้แหล่งวัตถุดิบ เพื่อความสะดวกและประหยัดในการขนส่งวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทวีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้นำเงินตราเข้ามาในประเทศ เนื่องจากผลผลิตส่วนใหญ่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ รวมทั้งเป็นการประหยัดเงินตราต่างประเทศเพราะมีการนำเข้าการนำเข้าวัตถุดิบน้อย นอกจากนี้ผลประโยชน์สืบเนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจผลไม้กระป๋องยังมีอีกหลายประการ อาทิเช่น ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายประเภทเกิดขึ้นและขยายตัวตามไปด้วย ได้แก่ โรงงานผลิตเครื่องมือเก็บเกี่ยวผลไม้และอุปกรณ์การทำสวน โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เช่น ลังพลาสติก การผลิตแผ่นเหล็ก (tin plate) เพื่อทำกระป๋องบรรจุผลไม้ กิจการอุตสาหกรรมห้องเย็น ตลอดจนอุตสาหกรรมเคมีและผลิตภัณฑ์เคมี เช่น ปิ๊ช และยาปราบศัตรูพืช เป็นต้น

อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาไปอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสับปะรดกระป๋อง ซึ่งขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงสิบปีที่ผ่านมาเนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการสูงมาก อีกทั้งรัฐบาลได้ให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง อนาคตของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของไทยจึงมีแนวโน้มที่ดี ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวกระจายไปสู่การผลิตผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ๆ มากขึ้น เช่น ลำไยกระป๋อง เงาะกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง เงาะสอคล้ายสับปะรดกระป๋อง มะม่วงกระป๋อง กลิ้วชกระป๋อง และฝรั่งกระป๋อง เป็นต้น ในด้านกำลังการผลิตผลไม้กระป๋องโดยส่วนรวมของประเทศ ในปัจจุบันมีกำลังการผลิตรวมกันประมาณ 30 ล้านหีบ (ประมาณ 480,000 ตัน) มีโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องรวมกันทั้งสิ้น 28 โรงงาน มีกำลังการผลิตทั้งภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยร้อยละ 41.5 หรือประมาณ 12.86 ล้านหีบ ซึ่งสามารถรองรับการผลิตผลไม้สดที่เกษตรกรผลิตได้อย่างเพียงพอ

ในระยะ 8 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผลไม้กระป๋องกล่าวได้ว่าอยู่ในภาวะที่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นสมควรขอใช้หรือคัดลอกเอกสารนี้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แจ่มใส ปริมาณและมูลค่าการส่งออกขยายตัวในอัตราสูงมาตลอด คือในปี 2525 มี ปริมาณส่งออก 154,428 ตัน มูลค่า 2,106.6 ล้านบาท ในปี 2532 การส่งออกเพิ่ม สูงขึ้นเป็น 375,373 ตัน และมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 5,210.7 ล้านบาท หรือ ปริมาณเพิ่มขึ้น 2.4 เท่าตัว มูลค่าเพิ่มขึ้น 2.5 เท่าตัว (ตารางที่ 2) ตลาดของผลไม้ กระทบของไทยเกือบทั้งหมดเป็นตลาดส่งออก ประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป แคนาดา และญี่ปุ่น ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ ฟิลิปปินส์

เมื่อได้พิจารณาถึงภาวะการผลิตและการตลาดผลไม้กระป๋องของไทยแล้วจะ เห็นได้ว่าการผลิตและการตลาดผลไม้กระป๋องของไทยควรมีข้อมูลที่เหมาะสมในการที่จะนำ ไปใช้ เป็นแนวทางที่จะพัฒนาสถานการณ์การตลาดและการผลิตที่เป็นอยู่ให้มีแนวโน้มที่ดียิ่งขึ้น ประกอบกับประเทศที่กำลังพัฒนา เช่นประเทศไทยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยข่าว สาร การคาดคะเนเกี่ยวกับสินค้าเกษตร เพื่อเป็นหลักสำหรับการวางแผนการผลิตและ การตลาด รวมทั้งการพยากรณ์ถึงสิ่งที่จะเป็นในอนาคต จึงเป็นการสมควรที่จะทำการ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการส่งออกผลไม้กระป๋องให้แพร่หลายยิ่งขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการปรับ-ปรุงโครงสร้างการผลิตและการส่งออกให้ก้าวหน้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการผลิตผลไม้กระป๋อง เพื่อการส่งออกของ ประเทศไทย รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น
2. เพื่อศึกษาภาวะตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ในการ ผลิตการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย ปี 2525-2532

(ปริมาณ : ตัน)
(มูลค่า : ล้านบาท)

รายการ	2525		2526		2527		2528		2529		2530		2531		2532	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สับปะรดกระป๋อง	150,242	1,993.3	135,795	1,871.3	186,276	2,846.2	192,764	3,291.0	225,986	3,183.1	259,806	3,728.0	341,414	4,675.4	345,248	4,399.9
เงาะกระป๋อง	656	18.3	985	28.8	1,178	26.9	768	21.6	1,268	34.2	1,630	42.0	2,313	60.6	1,698	45.2
ลิ้นจี่กระป๋อง	12	0.4	เล็กน้อย	-	6	0.2	3	0.2	38	1.0	474	15.7	1,546	51.1	5,879	186.8
ลำไยกระป๋อง	906	30.4	1,712	59.4	1,225	42.2	1,062	38.3	2,944	93.6	1,954	73.1	8,199	256.5	3,226	112.8
เงาะสดคั้น	1,279	30.5	1,276	35.0	748	21.0	963	28.8	1,410	40.5	1,944	55.1	2,741	72.5	3,345	90.9
มะม่วงกระป๋อง	220	4.3	237	5.3	334	7.1	368	8.6	949	21.6	1,332	32.7	2,256	51.2	2,939	68.0
มะละกอกกระป๋อง	102	2.0	133	2.5	282	5.8	114	2.4	289	5.0	416	8.0	722	13.8	715	13.9
ฝรั่งกระป๋อง	3	0.1	-	-	9	0.1	16	0.4	11	0.3	16	0.4	27	0.6	52	1.2
กล้วยกระป๋อง	18	0.3	42	1.0	31	0.8	134	3.2	425	9.3	379	7.9	298	5.4	244	4.7
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	992	26.5	1,482	44.9	1,915	48.8	3,212	85.4	5,907	150.6	9,014	205.0	16,389	337.0	12,027	287.3
รวม	154,428	2,106.6	141,658	2,048.2	192,004	2,999.1	199,404	3,479.9	239,207	3,541.9	276,365	4,168.6	375,907	5,524.0	375,373	5,210.7

ที่มา : (สหกรณ์ผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป, 2533)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อได้ศึกษาสภาพทั่ว ๆ ไปของการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทยจะทำให้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลไม้กระป๋อง ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาดเพื่อการส่งออก นอกจากนี้ยังจะได้รับทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย และเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น ทั้งในระดับผู้ผลิตและผู้ส่งออก

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาระบบการผลิตและการตลาดผลไม้กระป๋องของไทยในระดับส่งออก โดยเริ่มตั้งแต่ผลผลิตจากผู้ผลิตจนถึงระดับการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย โดยประชากรที่จะใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้เกี่ยวข้องในการส่งออกตามหน่วยงานราชการ ข้อมูลสถิติที่นำมาประกอบการศึกษาจะเป็นข้อมูลในช่วงระหว่างปี 2525 ถึงปี 2532

วิธีการศึกษา

ได้แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ประกอบด้วย ข้อเท็จจริง ความ

คิดเห็น และทัศนคติ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในการผลิต การตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งออกผลไม้กระป๋อง เช่น ผู้ผลิต ผู้ส่งออก ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องในการส่งออกตาม
หน่วยงานราชการ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ กรมพาณิชย์สัมพันธ์ เป็นต้น

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้รวบรวมข้อมูลจากห้องสมุด
ของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น ๆ เช่น ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย และจากฝ่ายเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมเศรษฐกิจ-
การพาณิชย์ กรมการค้าต่างประเทศ และสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ซึ่งข้อมูลที่ได้
รับอยู่ในรูปรายงานประจำปี เอกสารเผยแพร่ วารสาร และบทความ

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive
analysis) เพื่อศึกษาถึงภาวะการผลิตและการตลาดเพื่อการส่งออกผลไม้กระป๋องของ
ประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยอาศัยตาราง และแผนภาพประกอบเพื่อความ
เข้าใจ

การตรวจเอกสาร

สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป (2517) ทำการศึกษาเรื่องปัญหาของสินค้า
ผลไม้กระป๋อง พบว่าปัญหาสำคัญของการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยมี 3 ประการ
ปัญหาแรกคือปัญหาทางด้านวัตถุดิบ เนื่องจากผลไม้มีปริมาณไม่เพียงพอและคุณภาพไม่ได้
มาตรฐาน ปัญหาที่สองคือ ปัญหาทางด้านโรงงานผลิต ซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถหาที่ดินที่
เหมาะสมเพื่อเป็นที่ตั้งโรงงานได้ และยังขาดช่างเทคนิคที่จะควบคุมการผลิต ส่วนปัญหา
สุดท้ายคือ ปัญหาและอุปสรรคทางการส่งออก ซึ่งได้แก่ ค่าขนส่งทางเรือยังมีอัตรา
สูง ไม่ได้ได้รับความสะดวกจากกรมศุลกากรในการส่งสินค้าออกหรือเข้า มีการกำหนด

โควตาหรือตั้งกำแพงภาษีต่อสินค้าของไทย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยังมีน้อย ทำให้สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก

กองโครงการเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2520) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย พ.ศ. 2520-2524 เรื่องอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ได้ความว่า ผลไม้กระป๋องเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปที่มีผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศหลายประการคือ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้มีการใช้วัตถุดิบทางการเกษตรมาก ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคนิคการผลิตผลไม้ ทำให้เกิดการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นและก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น ส่วนปัญหาที่สำคัญที่สุดในส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยการผลิตก็คือ การไม่มีวัตถุดิบตลอดทั้งปี ส่วนปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ เรื่องแรงงานและทุน ซึ่งนับว่าเป็นปัญหาที่ไม่สำคัญนักเพราะเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้ ส่วนในเรื่องราคาวัตถุดิบอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ น้ำตาลและวัตถุดิบทำกระป๋อง มีแนวโน้มสูงขึ้นนั้นก็คงจะไม่เป็นปัญหาทางการส่งออกมากนัก เนื่องจากเกือบทุกประเทศก็ต้องประสบกับปัญหานี้เช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาถึงภาวะการค้าด้านตลาดส่งออกของไทยแล้ว ตลาดสำหรับผลไม้กระป๋องยังมีช่องทางที่กว้างขวางพอที่จะรับกับอุปทานทั้งหมดที่จะเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากปัจจุบันประเทศผู้ผลิตต่าง ๆ ทั่วโลกยังไม่สามารถจะผลิตเพื่อสนองความต้องการของประเทศผู้นำเข้าทั้งหมดที่มีอยู่ได้ ดังนั้นปัญหาด้านการตลาดของสินค้าจึงไม่ใช่ปัญหาเกี่ยวกับอุปสงค์ของตลาด ถึงแม้จะมีปัญหาอยู่บ้างก็คือ อุปสรรคด้านภาษีศุลกากร การกำหนดโควต้า รวมทั้งค่าระวางขนส่งและการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการส่งออก ซึ่งทำให้ต้องเสียเปรียบประเทศอื่น ๆ อยู่บ้าง แต่รัฐบาลมีนโยบายที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องให้เป็นอุตสาหกรรมส่งออกและให้ลำดับความสำคัญไว้สูง โดยสนับสนุนให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ และสนับสนุนในด้านการขยายการตลาดต่างประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยจะเจรจาแก้ไขข้อเสียเปรียบในด้านการค้า พิกัดอัตราภาษี และสนับสนุนการวิจัยและเผยแพร่ข่าวสารการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงอุตสาหกรรม (2528) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเฉพาะประเภท ผักและผลไม้กระป๋อง จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมผักและผลไม้กระป๋องนับว่าเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตรที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ทำรายได้ให้ประเทศปีละหลายล้านบาท แต่ก็ยังประสบกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ อยู่บ้าง เช่น ปัญหาการผลิต อันได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบเคลื่อนไหวขึ้นลงในอัตราสูง และค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น เป็นต้น ส่วนปัญหาทางด้านการตลาด มักจะเป็นปัญหาในตลาดต่างประเทศ เช่น ปัญหาราคาจำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ยังไม่แพร่หลาย และปัญหาภาษีอากร แต่ถึงแม้จะประสบกับปัญหาเหล่านี้ แต่การส่งออกผักและผลไม้กระป๋องก็ยังมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ทั้งนี้ด้วยความร่วมมือและการประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานเอกชน ตลอดจนโรงงานผู้ผลิต ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีและแสวงหาตลาดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น รวมทั้งการขยายตลาดที่มีอยู่เดิมให้มีการนำเข้ามากขึ้น

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ สมศักดิ์ ตัมมบุญ และ จีรศักดิ์ พงษ์นิพนธ์จิตร (2530) ทำการศึกษาเรื่อง แนวโน้มและลู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้กระป๋องในตลาดโลก พบว่ารัฐบาลได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมผักและผลไม้กระป๋องมาตั้งแต่ ปี 2510 อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมากอุตสาหกรรมหนึ่ง ผลิตภัณฑ์หลักของอุตสาหกรรมนี้คือ สับปะรดกระป๋อง แต่ผู้ผลิตในประเทศส่วนใหญ่จะผลิตผักและผลไม้กระป๋องหลายชนิดควบคู่กันไป เพื่อให้การผลิตดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดปีและใช้กำลังการผลิตให้สูงที่สุด ปัญหาการผลิตที่อุตสาหกรรมนี้ประสบก็คือ วัตถุดิบมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ปริมาณไม่สม่ำเสมอและไม่เพียงพอ ราคาผันผวนมาก ทำให้มีการใช้กำลังการผลิตไม่สม่ำเสมอและต้นทุนผันแปรมาก ภาชนะบรรจุมีราคาแพง มีการขาดแคลนแรงงานในบางฤดู ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น นอกจากนี้ก็มีปัญหาในฟาร์มในบางโรงงาน ทำให้วัตถุดิบที่เตรียมไว้เสื่อมคุณภาพ ส่งผลให้สินค้าที่ผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ ทางด้านการตลาดของผักและผลไม้กระป๋อง
เกือบทั้งหมดของไทยเป็นตลาดส่งออก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น-อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะการผลิตผลไม้กระป๋องของประเทศไทย

โครงสร้างผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง

ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามลักษณะการผลิตและการจำหน่าย ได้แก่ ประเภทแรกเป็นโรงงานที่ตั้งขึ้นเป็นเวลานาน โดยครั้งแรกผลิตอาหารทะเลกระป๋องก่อนแล้วจึงเริ่มผลิตผลไม้กระป๋องในภายหลังควบคู่กันไป ประเภทที่สอง เป็นโรงงานขนาดเล็กที่ผลิตตามคำสั่งซื้อของบริษัทส่งออกทั่วไปที่มาจากจ้างให้ผลิต ประเภทที่สาม เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่ผลิตสับปะรดกระป๋องเป็นหลัก อาจเป็นโรงงานที่เป็นเครือข่ายของบริษัทต่างประเทศ การจัดหาวัตถุดิบมีลักษณะการพึ่งพาการเพาะปลูกขนาดใหญ่ (plantation) ประเภทสุดท้ายเป็นโรงงานขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ที่เริ่มทดลองปลูกผลไม้หลายประเภท เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนผลไม้สดในบางฤดูกาล เพื่อให้การผลิตสามารถดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องและมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง โรงงานประเภทนี้มักจะดำเนินการเพาะปลูกในลักษณะที่ว่าจ้างให้เกษตรกรเพาะปลูก (contract farming) หรือประกันราคาซื้อผลผลิตขั้นต่ำ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเริ่มเปลี่ยนมา เป็นในลักษณะประเภทหลังมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องรายใหญ่

ปัจจุบันมีโรงงานที่ผลิตผลไม้กระป๋องประเภทต่าง ๆ อยู่ 28 โรงงาน ซึ่งกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบูรณ์ นครปฐม จังหวัดที่ใกล้กรุงเทพฯ จะเป็นที่ตั้งของโรงงานขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตตั้งแต่ 1 ล้าน ถึง 6 ล้านหีบต่อปี ซึ่งเมื่อรวมทั้งภาคอุตสาหกรรมแล้วจะมีกำลังการผลิตทั้งสิ้นประมาณ 30 ล้านหีบ หรือประมาณ 480,000 ตันต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์หลักของอุตสาหกรรมนี้คือสับปะรดกระป๋อง อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเพื่อให้การผลิตดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดปี และใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่ จึงผลิตผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องชนิดต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับฤดูกาลของผลไม้ในแต่ละช่วง และในอนาคตบทบาทของผลไม้กระป๋องหลายประเภทที่พัฒนาขึ้นมาใหม่นี้จะทวีความสำคัญมากขึ้นทั้งในด้านการผลิตและการส่งออกของไทย

โดยทั่วไปโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้กระป๋องของไทยจะมีลักษณะ ดังนี้ คือ

1. เป็นโรงงานเดียวกับโรงงานผลิตน้ำผลไม้กระป๋องและผักกระป๋อง
2. มีหุ้นส่วนชาวต่างประเทศ(อเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น)ร่วมลงทุน โดยมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ
3. ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
4. เป็นโรงงานที่ผลิตเพื่อการส่งออกด้วยตนเอง หรือส่งออกในนามบริษัท
5. เป็นโรงงานที่ผลิตเพื่อจำหน่ายให้ผู้ส่งออกรายอื่น ๆ

ในกรณี

การผลิตผลไม้สดของประเทศไทย

ในการผลิตผลไม้กระป๋อง นอกจากจะมีการใช้น้ำตาลและเกลือเพื่อช่วยปรุงรสแล้ว วัตถุดิบที่สำคัญที่สุดได้แก่ ผลไม้สด สำหรับการผลิตผลไม้สดของประเทศไทย โดยทั่วไปแม้ว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ก็มีปริมาณไม่แน่นอนในแต่ละปี ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศและราคาของผลไม้สดที่เกษตรกรได้รับ นอกจากนี้ปริมาณการผลิตในแต่ละช่วงเวลาของปีขึ้นอยู่กับฤดูกาลของผลไม้แต่ละชนิดด้วย (ตาราง 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใช้เห็นหน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ฤดูกาลผลิตของผลไม้ชนิดต่าง ๆ ของไทย

ชนิดผลไม้ เดือน ม.ค. ก.พ. มี.ค. เม.ย. พ.ค. มิ.ย. ก.ค. ส.ค. ก.ย. ต.ค. พ.ย. ธ.ค.

สับปะรด

เงาะ

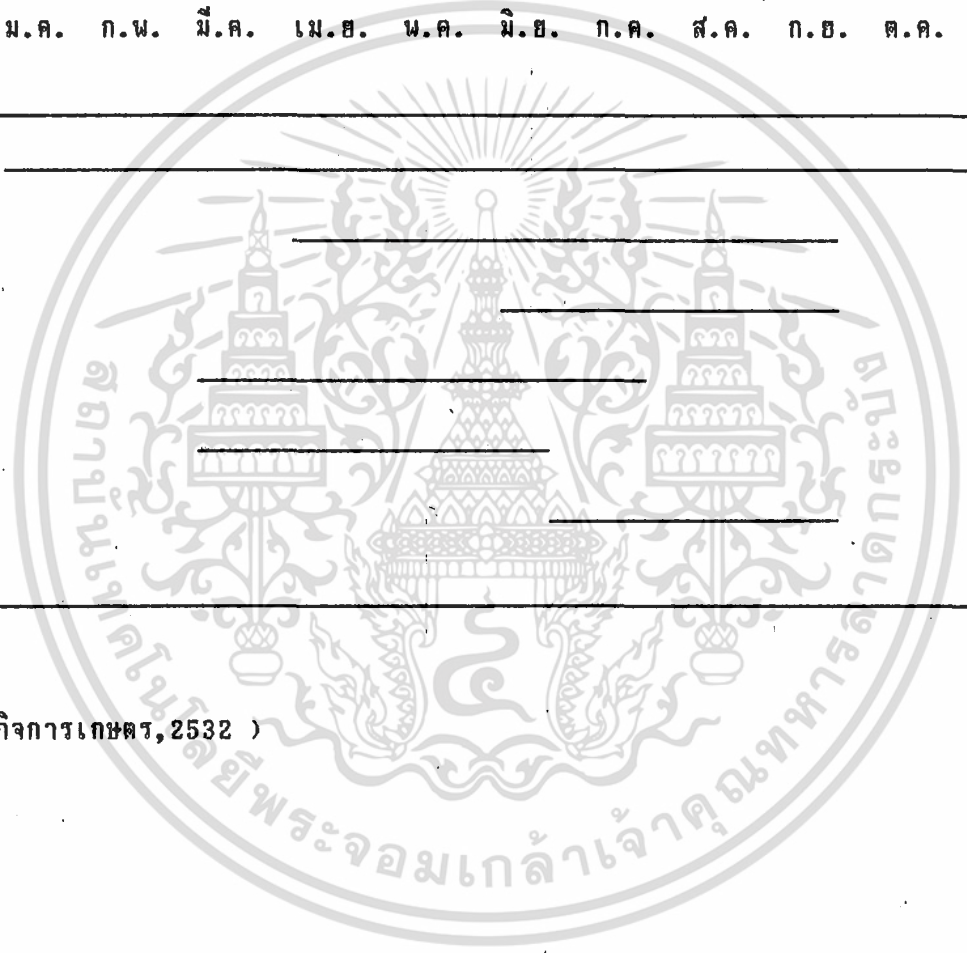
ลำไย

ลิ้นจี่

มะม่วง

ฝรั่ง

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2532)



ดินฟ้าอากาศและราคาสับปะรดกระป๋องในตลาดโลก กล่าวคือถ้าปีใดฝนตกในปริมาณพอดี และสม่ำเสมอผลผลิตจะออกมามาก โรงงานสับปะรดกระป๋องก็จะรับซื้อสับปะรดในราคาต่ำ เมื่อเกษตรกรขายสับปะรดสดได้ราคาต่ำ ประสบกับการขาดทุนก็จะลดพื้นที่เพาะปลูก ผลผลิตก็จะลดลงในปีต่อไป ต่อเมื่อราคาสับปะรดสูงขึ้น เกษตรกรจึงจะขยายพื้นที่เพาะปลูกอีกครั้ง ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตจะเป็นวัฏจักรเช่นนี้ทุก ๆ 5-6 ปี ในช่วงปี 2529 และ 2530 ปริมาณการผลิตสับปะรดสดมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากอากาศแห้งแล้ง และในช่วงปี 2528 และต้นปี 2529 ชาวไร่สับปะรดประสบกับปัญหาาราคาสับปะรดตกต่ำ จึงไม่สนใจบำรุงรักษาไร่ของตนให้เพียงพอ ทำให้พื้นที่เก็บเกี่ยวในปี 2530 ลดลงร้อยละ 10.4 และผลผลิตลดลงจาก 1,636 ล้านตัน ในปี 2529 เหลือเพียง 1,510 ล้านตัน ในปี 2530 นอกจากนี้ การขาดการเอาใจใส่ดูแลไร่สับปะรดดังกล่าวยังทำให้ผลสับปะรดไม่ได้มาตรฐานตามความต้องการของโรงงาน ก่อให้เกิดการขาดแคลนสับปะรดสำหรับโรงงานสับปะรดกระป๋อง จึงเกิดการแย่งกันซื้อ เป็นผลทำให้ราคาสับปะรดสดสูงเกินกว่า 2 บาทต่อกิโลกรัม ในช่วงหลังของปี 2530 และราคาเฉลี่ยทั้งปีเท่ากับ 1.98 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวจาก 1.23 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2529 (ตาราง 4)

สำหรับผลไม้ชนิดอื่นที่มีการบรรจุกระป๋องส่งออกนั้น ปริมาณผลผลิตก็มีลักษณะเปลี่ยนแปลงไม่แน่นอนเช่นเดียวกับสับปะรด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นไม่มากนักในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ยกเว้นกรณีลิ้นจี่ ส่วนผลไม้ที่มีปริมาณผลผลิตผันผวนมาก คือ ลำไย (ตาราง 5)

ปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋อง

การผลิตผลไม้กระป๋องในประเทศไทยได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2510

โดยมีผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องเป็นหลัก โดยมีปริมาณการผลิตประมาณร้อยละ 90 ของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตสับปะรดรวมทั้งประเทศของไทย

ปี	พื้นที่ เก็บเกี่ยว (พันไร่)	ผลผลิต (พันตัน)	ผลผลิต เฉลี่ยต่อไร่ (ก.ก./ไร่)	ราคาที่เกษตรกร ขายได้ (บาท/ก.ก.)
2521	511.5	2,154.3	4,212	1.63
2522	629.0	2,889.2	4,593	1.60
2523	799.8	3,688.4	4,611	1.92
2524	519.4	1,993.0	3,837	0.91
2525	434.3	1,439.0	3,314	1.15
2526	423.4	1,341.4	3,168	1.64
2527	382.0	1,463.1	3,835	1.89
2528	465.7	1,768.9	3,798	1.36
2529	440.8	1,635.7	3,711	1.23
2530	395.0	1,510.0	3,820	1.98
2531	440.0	1,770.9	3,988	1.36

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2532)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 จำนวนต้นที่ปลูกและผลผลิตของผลไม้บางชนิด

ชนิดผลไม้	ปี	จำนวนต้นที่ปลูก (ต้น)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อต้น (ก.ก./ต้น)
เงาะ	2527	4,210,228	377,036	113
	2528	4,225,057	381,104	107
	2529	n.a.	478,398	n.a.
	2530	n.a.	n.a.	n.a.
ลิ้นจี่	2527	582,121	7,824	39
	2528	595,927	1,115	6
	2529	599,987	12,342	42
	2530	730,609	13,020	38
ลำไย	2527	1,937,077	49,373	42
	2528	1,981,141	9,890	8
	2529	1,972,693	68,445	51
	2530	1,351,140	8,588	6
มะม่วง	2527	14,991,982	1,006,704	พื้ผล 123 ผล/ต้น
	2528	16,306,529	703,284	73
	2529	16,688,146	1,093,115	110
	2530	n.a.	n.a.	n.a.

หมายเหตุ : n.a. ไม่มีข้อมูล

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเอกสารนี้ไปเผยแพร่ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

97689

ปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋องทั้งหมดของไทย ในช่วงระยะตั้งแต่ปี 2525 จนถึงปี 2532 ปรากฏว่าปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋องได้เพิ่มขึ้นประมาณ 2.3 เท่าตัว จาก 169,470 ตัน ในปี 2525 เป็น 395,130 ตัน ในปี 2532 โดยมีการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในช่วงปี 2525-2530 เท่ากับร้อยละ 12.0 และสูงขึ้นเป็นร้อยละ 35.80 ในปี 2531 และลดลงร้อยละ 0.14 ในปี 2532 ตามลำดับ (ตาราง 6) จะเห็นว่านอกจากสับปะรดแล้ว การผลิตผลไม้กระป๋องบางชนิดมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เช่น ลำไยกระป๋อง เงาะกระป๋อง และเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง โดยมีอัตราการขยายตัวในปี 2525-2532 เป็นร้อยละ 67.04, 24.32 และ 20.75 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋องอื่น ๆ ที่เริ่มมีการผลิตมากขึ้น ได้แก่ ลิ้นจี่ กระป๋อง มะม่วงกระป๋อง ฝรั่งกระป๋อง เป็นต้น

โรงงานที่ผลิตผลไม้กระป๋องมีทั้งโรงงานขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยบริษัทที่ทำการผลิตมากที่สุดคือบริษัทชะอำไพน์แอปเปิ้ลแคนเนอรัจกั๊ด และยังมีผู้ต้องการขอรับใบอนุญาตเปิดโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องเพิ่มขึ้น (ตาราง 7,8) จะเห็นได้ว่าการขยายตัวในด้านการผลิตมากในปี 2531 (ตาราง 6) เนื่องจากความต้องการผลไม้กระป๋องในต่างประเทศมีเพิ่มขึ้น และมีนักลงทุนชาวต่างประเทศเข้ามาร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น อีกทั้งผลจากการส่งเสริมการลงทุนและการร่วมมือกับภาครัฐบาล ในด้านการลดหย่อนภาษี การหาตลาดใหม่ ๆ นโยบายต่าง ๆ ที่สนับสนุนการส่งออก รวมถึงการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น

ตารางที่ 6 ปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋องของไทย

(ปริมาณ : ตัน)

ผลิตภัณฑ์	2525	2526	2527	2528	2529	2530	2531	2532	อัตราการขยายตัวต่อปี (%)	
									2525-2532	2531-2532
สับปะรดกระป๋อง	164,800	153,600	198,000	208,600	240,500	274,200	359,383	362,510	12.67	0.90
ลำไยกระป๋อง	964	1,822	1,303	1,100	3,000	2,000	8,912	3,506	67.04	-60.60
เงาะกระป๋อง	698	1,047	1,253	800	1,300	1,700	2,891	2,122	24.32	-26.60
เงาะสอดไส้สับปะรด กระป๋อง	1,361	1,357	796	975	1,450	2,000	3,115	3,800	20.75	22.00
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	1,647	2,048	2,821	3,950	7,800	11,500	21,390	16,781	44.49	-21.50
รวม	169,470	159,874	204,173	215,425	254,050	291,400	395,691	395,130	13.69	-0.14

ที่มา : (สรุปภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรมและจากการประมาณการจากปริมาณการส่งออก, 2533)

ตารางที่ 7 รายชื่อผู้ผลิต ที่ตั้ง และกำลังการผลิตของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องของประเทศไทย ปี 2533
(กำลังการผลิต : ทัพ/ปี)

รายชื่อ	กำลังการผลิต	ที่ตั้ง
1. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส ปรารจันเนิมผลอุตสาหกรรม	18,000	ปราจีนบุรี
2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประจวบเจริญห่อเง็น	115,200	ประจวบคีรีขันธ์
3. บริษัท ผลไม้กระป๋องประจวบ จำกัด	1,152,000	ประจวบคีรีขันธ์
4. บริษัท อุตสาหกรรมสีบประรดกระป๋อง จำกัด	160,000	ประจวบคีรีขันธ์
5. บริษัท โดล (ประเทศไทย) จำกัด	4,800,000	ประจวบคีรีขันธ์
6. บริษัท อุตสาหกรรมสีบประรดกระป๋องไทย จำกัด	3,500,000	ประจวบคีรีขันธ์
7. บริษัท สีบประรดไทย จำกัด	1,600,000	ประจวบคีรีขันธ์
8. บริษัท ผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	1,228,964	ประจวบคีรีขันธ์
9. บริษัท ฑะอำไพน้อปเปิ้ลแคนเนอรี จำกัด	6,000,000	เพชรบุรี
10. บริษัท อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	1,800,000	เพชรบุรี
11. บริษัท ไทยแลนด์แคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด	1,045,400	ราชบุรี
12. บริษัท สยามอุตสาหกรรมเกษตร จำกัด	900,000	ระยอง
13. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ได้ตั้ง	800	สมุทรปราการ
14. บริษัท สันติภาพ (ฮิวเพ็ง 1959) จำกัด	145,000	สมุทรปราการ
15. บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องเอเซีย จำกัด	4,000	สมุทรสาคร
16. บริษัท โรงงานที่ ๓ อาหารกระป๋อง จำกัด	4,880	เชียงใหม่
17. บริษัท อาหารสากล จำกัด	5,000,000	ลำปาง
18. บริษัท หลุยส์นิตส์ จำกัด	2,800	ลำปาง
19. บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารกว้างไพศาล จำกัด	185,700	ตรัง
20. บริษัท อาหารสยาม จำกัด	2,000,000	ชลบุรี
21. บริษัท ทรอปีคอลฟรุคแอนด์เวเจเทเบิล จำกัด	300,000	ชลบุรี
22. บริษัท อุตสาหกรรมอาหารแม่สอด จำกัด	2,812	ตาก
23. บริษัท อุตสาหกรรมเต็งไคเล็ง จำกัด	2,300	อุดรธานี
24. บริษัท เฮ้งเลียง จำกัด	4,800	กรุงเทพฯ
25. บริษัท ดอกก๊กเฮียตี้ จำกัด	1,200	กรุงเทพฯ
26. ห้างหุ้นส่วนจำกัด กระป๋องไทย	40,000	กรุงเทพฯ
27. บริษัท ไทยอกรีนเนค จำกัด	5,760	กรุงเทพฯ
28. บริษัท โรงงานมาลีสามพราน จำกัด	150,000	นครปฐม

รวม

30,169,616

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่รวบรวมไว้สำหรับงานวิชาการเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2533)
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 รายชื่อผู้ขออนุญาตเปิดโรงงานผลไม้กระป๋อง ปี 2533 ๑

รายชื่อ	จังหวัด
บริษัท สระบุรีอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง จำกัด	สระบุรี
บริษัท เค ซี นอร์ทเทอนโปรดักส์ จำกัด	เชียงใหม่
บริษัท ไวต้าฟู้ดแปคคอรี่ (1989) จำกัด	กาญจนบุรี
บริษัท ไทวีชวัน จำกัด	ราชบุรี
บริษัท โภชณาเกษตร จำกัด	พะเยา
บริษัท มิติฟู้ดโปรดักส์ จำกัด	เชียงราย
นายบรรจบ กุณชรินทร์	ประจวบคีรีขันธ์

หมายเหตุ : ๑/ จนถึงเดือนกรกฎาคม
ที่มา : (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2533)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้ง **ต้องสมกคณะเทคโนโลยีการเกษตร** เจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตารางที่ ๑ การผลิต การใช้กำลังการผลิต และสัดส่วนผลผลิตที่ส่งออก สำหรับ
ผลไม้กระป๋องบางชนิด ปี 2530

ผลิตภัณฑ์	กำลังการผลิต (ล้านหีบ/ปี)	การผลิตจริง (ล้านหีบ/ปี)	อัตราการใช้กำลัง การผลิต (%)	สัดส่วนผลผลิต ที่ส่งออก (%)
สับประรดกระป๋อง	23.43	17.14	73	95
เงาะกระป๋อง	0.50	0.10	20	80
เงาะสอดไส้สับประรด	0.25	0.10	40	88
ลำไยกระป๋อง	0.60	0.20	33	92
เฉลี่ย	24.78	17.54	41.50	88.75

ที่มา : (กรมโรงงานอุตสาหกรรมและกองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วยเหลือทางด้านเทคนิคจากต่างประเทศ เครื่องจักรพื้นฐานที่จำเป็นในอุตสาหกรรม
ผลไม้กระป๋อง ได้แก่ เครื่องปอกเปลือก(โดยเฉพาะสับปะรด) เครื่องตัด เครื่องบรรจุ
กระป๋อง และหม้ออบไอน้ำ

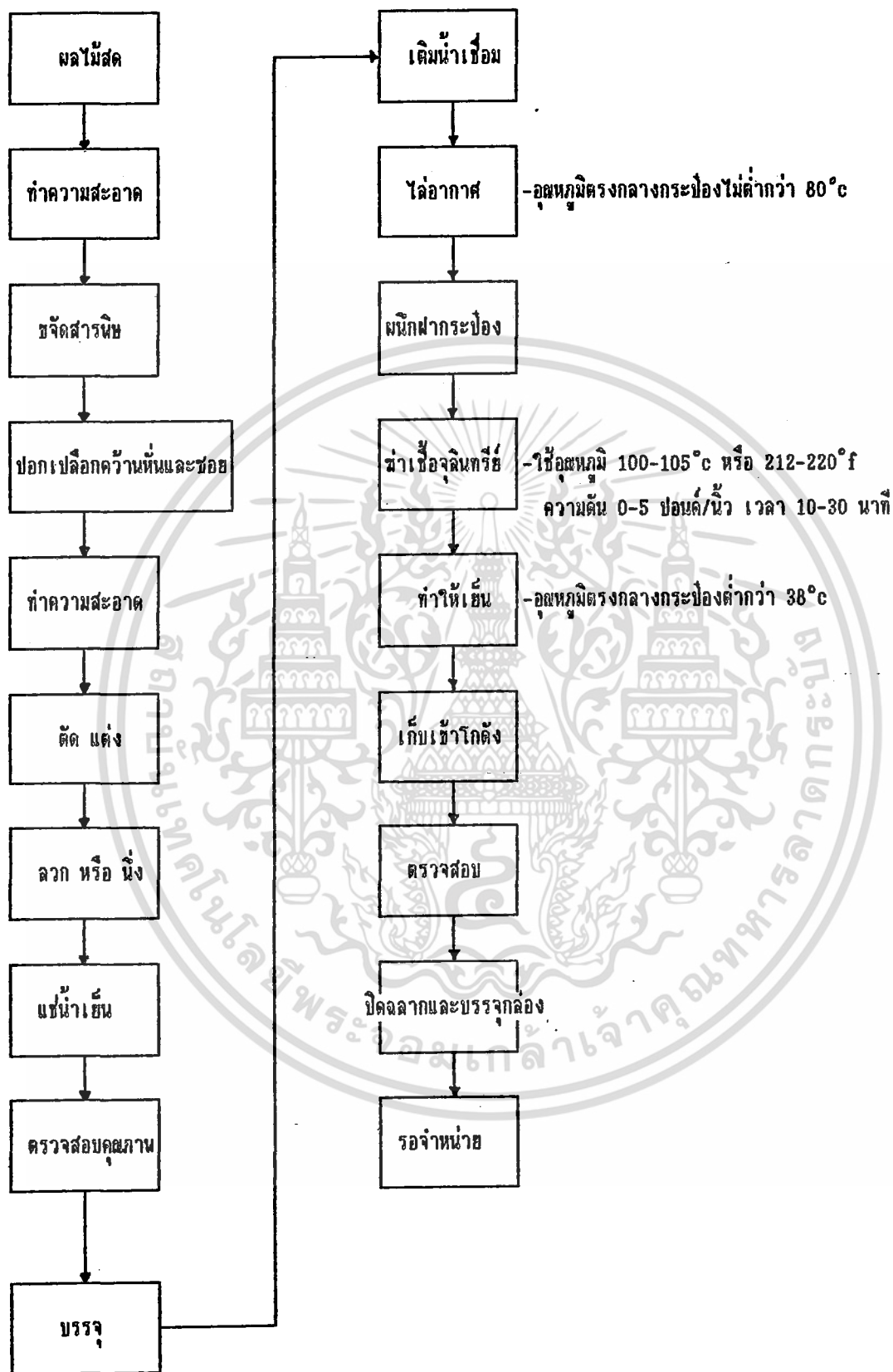
ชบวนการผลิตผลไม้กระป๋อง

การทำหน้าที่ในการควบคุมการผลิตผลไม้กระป๋องให้มีประสิทธิภาพและได้ผลดี
การยกระดับมาตรฐานการผลิตผลไม้กระป๋องให้สูงขึ้นกว่าเดิมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลไม้
กระป๋องนั้น ผู้ประกอบการที่ดี ผู้ปฏิบัติภารกิจดี จำเป็นต้องเข้าใจขั้นตอนการผลิต
อย่างลึกซึ้ง จึงจะสามารถยกระดับมาตรฐานการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปอีกระดับ
หนึ่ง ดังนั้นจึงขอกล่าวถึงรายละเอียดขั้นตอนการผลิตผลไม้กระป๋องพอเป็นสังเขปดังนี้

1. วัตถุดิบ หมายถึงส่วนผสมทุกชนิดที่ใช้ในการผลิตผลไม้กระป๋อง นับแต่
ผลไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก เช่น สับปะรด เงาะ ลำไย มะม่วง เป็นต้น จนถึง
วัตถุดิบรอง เช่น น้ำตาล และอื่น ๆ วัตถุดิบเหล่านี้จะต้องมีความเหมาะสมที่จะนำมา
ใช้ในการแปรรูปเป็นผลไม้กระป๋องต่อไป

2. การทำความสะอาดวัตถุดิบ วัตถุดิบทุกชนิดจะมีสิ่งสกปรกปนเปื้อนตาม
ผิวและตามส่วนต่าง ๆ เช่น การปนเปื้อนด้วยดิน โคลน ทราย ฟันละออง สิ่งเหล่านี้จะ
ปรากฏให้เห็นด้วยตา แต่มีสิ่งปนเปื้อนบางชนิดที่ไม่อาจมองเห็นได้ด้วยตา ได้แก่
การปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์ ดังนั้นการทำความสะอาดวัตถุดิบจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญ การ
ทำความสะอาดวัตถุดิบจะต้องล้างและซัดสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ ให้หมดไป การทำความสะอาด
สะอาดจะช่วยลดจำนวนจุลินทรีย์ที่น้อยลง วัตถุดิบที่ผ่านขั้นตอนการทำความสะอาดจะต้อง
แลดูสะอาด ไม่ปรากฏเห็นสิ่งปนเปื้อนด้วยตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 กระบวนการผลิตผลไม้กระป๋อง
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531)
 ไม่สามารถแก้ไข ทงสน. อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

3. การขจัดสารพิษตกค้างในวัตถุดิบ การใช้สารเคมีที่อยู่ในรูปยาปราบศัตรูพืชล้วนเป็นสิ่งที่อันตรายต่อมนุษย์ได้เช่นกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำวัตถุดิบผ่านขั้นตอนการล้างสารเคมีที่ตกค้างตามเปลือกหรือผิวนอกให้หมดไป โดยการแช่น้ำไว้เป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 30 นาที ยาปราบศัตรูพืชหลายชนิดที่มีโลหะหนักและสารประกอบอินทรีย์ปนเปื้อนจะชะล้างออกได้ง่ายในสารละลายกรดเจือจาง สารเคมีบางชนิดชะล้างได้ง่ายในสารละลายเบสเจือจาง การแช่ผลไม้ในน้ำอุ่น (45-50 ° c) จะช่วยละลายไขมันที่ติดตามผิว ทำให้ตัวยาที่ติดตามผิวหลุดออกได้ง่ายเช่นกัน

วัตถุดิบที่แช่ในสารละลายเคมีชนิดใดเพื่อชะล้างหรือขจัดสารพิษตกค้างตามผิวแล้ว จะต้องนำวัตถุดิบนั้นมาล้างด้วยน้ำสะอาดทุกครั้งเพื่อล้างสารละลายเคมีนั้นให้หมดไป

4. การเตรียมวัตถุดิบในรูปแบบต่าง ๆ การเตรียมการขั้นนี้ไม่อาจกำหนดตายตัวได้ แล้วแต่ผู้ผลิตจะพิจารณาความเหมาะสมว่าจะดำเนินการในรูปแบบใดก่อนหลัง ข้อสำคัญในขั้นตอนนี้คือเตรียมวัตถุดิบให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการและสามารถบริโภคได้โดยตรง เช่น ผลไม้ที่มีเปลือกหนา มีเมล็ดและมีแกนแข็ง ผู้ผลิตก็ต้องเอาเปลือกเมล็ด และแกนออกไป วัตถุดิบชนิดใดมีขนาดใหญ่ผู้ผลิตก็ต้องคัด หั่น หรือซอยให้ได้ขนาดที่เหมาะสมที่จะใช้บริโภคและบรรจุกระป๋องได้

5. การทำความสะอาดวัตถุดิบที่เตรียมการแล้ว ขั้นตอนนี้เป็นเพียงการล้างเศษวัสดุต่าง ๆ ที่ติดมาออกให้หมด

6. การตัดแต่ง ขั้นตอนนี้อาจจำเป็นต้องมีเพื่อช่วยตัดแต่งตำหนิต่าง ๆ ที่เครื่องมือไม่อาจเอาออกได้หมด เช่น ตาสับปะรดที่ติดกับเนื้อ เศษเปลือก รอยดำ

ซึ่งขั้นตอนนี้จะใช้คนช่วยตัดแต่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. การลวก/การนึ่ง ขึ้นต่อนี้จะใช้วิธีใดขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของวัตถุดิบ ซึ่งขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำลายเอนไซม์ที่มีอยู่ในเซลล์ การผลิตผลไม้กระป๋องต้องใช้ผลไม้สดซึ่งเอนไซม์ภายในเซลล์ยังคงทำงาน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเนื้อเยื่อของผลไม้ นั้น การเปลี่ยนแปลงทางชีวเคมีทำให้คุณภาพของวัตถุดิบด้อยลงกว่าเดิม เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านรสและกลิ่น การเกิดสีน้ำตาลที่ผิว ความหวานลดลง เนื้อนุ่ม การเกิดคราบขาว การลวกผลไม้ในน้ำร้อนทำให้สูญเสียสารอาหารบางชนิดที่ละลายน้ำได้ ผู้ผลิตบางรายจึงนิยมนำอาหารไปนึ่งหรืออบไอน้ำเพื่อทำลายเอนไซม์

8. การแช่น้ำเย็น ดังที่กล่าวมาแล้วว่าการลวกเพียงเพื่อทำลายเอนไซม์ด้วยความร้อนหาได้ทำให้ผลไม้สุก ดังนั้นเมื่อนำวัตถุดิบลวกในน้ำร้อนและความร้อนช่วยทำลายเอนไซม์แล้ว จำเป็นต้องระบายความร้อนส่วนเกินออกจากผลไม้โดยการแช่น้ำเย็น ถ้าไม่ช่วยระบายความร้อนส่วนเกินนี้ออกไปผลไม้อาจสุกเกินไปหลังการบรรจุกระป๋อง

9. การตรวจสอบคุณภาพ การปฏิบัติงานในขั้นตอนนี้เป็น การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนการบรรจุกระป๋อง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าวัตถุดิบที่ผ่านการปฏิบัติการตามขั้นตอนต่าง ๆ ยังคงมีคุณภาพเหมาะสมที่จะบรรจุกระป๋อง ขั้นตอนนี้มี ความสำคัญมาก เพราะแม้ว่าผู้ผลิตจะคัดเลือกวัตถุดิบมาอย่างดีแล้ว แต่การนำวัตถุดิบผ่านกรรมวิธีการผลิตในขั้นตอนต่าง ๆ อาจเกิดการผิดพลาดจนทำลายคุณภาพของวัตถุดิบ นั้นได้ เพราะฉะนั้นผู้ผลิตจึงไม่ควรประมาท โดยเฉพาะผู้ผลิตเพื่อการส่งออกจะต้องกวดขันการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในขั้นตอนนี้ให้มากเป็นพิเศษ

10. การบรรจุกระป๋อง

10.1 เลือกใช้กระป๋องที่มีคุณภาพดี คุณภาพของกระป๋องหมายถึง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพของแผ่นเหล็กที่ใช้ทำกระป๋องและฝา และยิ่งรวมไปถึงคุณภาพในการผลิตตัวกระป๋องและฝาก็ด้วย

10.2 เลือกใช้กระป๋องและฝาที่เหมาะสมกับชนิดของผลไม้ เช่น ผลไม้ที่มีความเป็นกรดสูง รสเปรี้ยว ควรเลือกใช้กระป๋องที่ทนต่อการกัดกร่อนของกรดกับผิวโลหะได้ดี

10.3 ตรวจสอบกระป๋องและฝามีความสะอาดเหมาะสมที่จะบรรจุได้ ถ้าเป็นการผลิตกระป๋องที่มีการหาขอบด้วยตะกั่วก็ต้องตรวจสอบตะกั่วภายในกระป๋อง ตัวกระป๋องและฝาก็จะมีการเคลือบด้วยดีบุกและบางชนิดก็เคลือบด้วยแลคเกอร์ ต้องตรวจสอบประสิทธิภาพการเคลือบผิวด้วยสารดังกล่าว ร่องฝากะป๋องจะย่นด้วยยางผสมก็ต้องตรวจสอบว่ามียางเคลือบสม่ำเสมอหรือไม่

10.4 ทำความสะอาดตัวกระป๋องและฝากะป๋องก่อนนำไปบรรจุ

10.5 ตรวจสอบคุณภาพน้ำเชื่อม เช่น ความหวาน ความใส ความหนืด สี รส และกลิ่น

10.6 ตรวจสอบน้ำหนักเนื้อผลไม้ น้ำหนักน้ำเชื่อม และน้ำหนักสุทธิให้ถูกต้อง

11. การไล่อากาศ องค์ประกอบของอาหารเป็นสารประกอบอินทรีย์เคมีจึงเกิดปฏิกิริยาชีวเคมีกับก๊าซออกซิเจนได้ ทำให้ลักษณะที่ปรากฏและคุณภาพของผลไม้กระป๋องเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การควบคุมปริมาณอากาศภายในกระป๋องโดยการให้ความร้อนไล่อากาศออกไปหรือใช้เครื่องดูดอากาศจะช่วยชะลอปฏิกิริยาเคมีที่จะเกิดกับผลไม้ภายในกระป๋องได้ อายุการเก็บและคุณภาพของผลไม้ภายในกระป๋องจึงค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ อย่างน้อย 1 ปี ขั้นตอนสำคัญของขั้นตอนการไล่อากาศเพื่อให้ความดันภายในกระป๋องต่ำกว่าความดันของบรรยากาศ ซึ่งช่วยให้กระป๋องและตะเข็บกระป๋องสามารถรับแรงดันไอน้ำระหว่างการฆ่าเชื้อได้สูงกว่าปกติที่ตะเข็บกระป๋องจะรับได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. การปิดฝากระป๋องโดยเครื่องฉีกขอบฝากระป๋อง ควบคุมตรวจสอบ
 ตะเข็บกระป๋องเป็นระยะ เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าเครื่องยังคงทำงานได้อย่างมี
 ประสิทธิภาพ

13. การฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ ขั้นตอนการผลิตขั้นนี้เป็นหัวใจของการผลิต ถ้า
 การกำหนดเวลาในการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ไม่เหมาะสมผลไม้มักจะบวมและเน่าเสียได้ใน
 ระยะเวลานานขึ้น ถ้ากำหนดเวลานานเกินไปก็จะสูญเสียเวลาและต้นทุนการผลิตก็จะสูง
 ที่สำคัญคือผลไม้มักภายในกระป๋องจะเปื่อยและเปลี่ยนสี เพราะได้รับความร้อนนานเกินไป

14. การทำให้เย็นโดยการแช่น้ำเย็น มีจุดประสงค์เพื่อระบายความ
 ร้อนจากผลไม้มากภายในกระป๋องให้เย็นตัวโดยเร็ว ทำให้ผลไม้มันไม่สุกเปื่อยหรือละ เป็น
 การฆ่าเชื้อไม่ให้สารอาหารถูกทำลายมากเกินไป

15. การเก็บรักษาเพื่อตรวจสอบคุณภาพ ขั้นตอนนี้เป็นไปตามข้อบังคับว่า
 ด้วยการผลิตอาหารกระป๋องที่ดี ผลไม้มักจะป่องแต่ละรุ่นที่ผ่านขั้นตอนการผลิตตั้งแต่ต้น
 จนถึงการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนและทำให้เย็นแล้วก็ยังมีโอกาสเสียได้ เพราะอาจเกิด
 การผิดพลาดในขั้นตอนการผลิตขึ้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งหรือหลายขั้นตอน ซึ่งผู้ผลิตไม่อาจ
 ทราบได้ เพื่อให้เกิดความแน่ใจในคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้มักจะป่องต่อผู้
 บริโภค ผู้ผลิตจำเป็นต้องเก็บผลไม้มักจะป่องแต่ละรุ่นที่ผลิตในคราวเดียวกันไว้ตรวจสอบ
 คุณภาพ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 สัปดาห์ โดยมีหลักการปฏิบัติดังนี้

15.1 ให้ตรวจสอบผลไม้มักจะป่องทันที ๗ วันที่ผลิต

15.2 ให้เก็บผลไม้มักจะป่องอย่างน้อย 8 กระป๋องโดยการสุ่มตัวอย่าง
 ในตู้บ่มเชื้อ 37°C และอีก 8 กระป๋อง ที่อุณหภูมิ 55°C เป็นเวลา 7 - 14 วัน
 แล้วตรวจสอบคุณภาพผลไม้มักจะป่องที่บ่มไว้ทั้งสองอุณหภูมิ

15.3 ถ้าผลไม้มักจะป่องที่ตรวจสอบเกิดบวมหรือมีคุณภาพไม่ผ่านตามเกณฑ์
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานที่กำหนด ให้อธิบายผลไม้กระป๋องรุ่นนี้ไม่ได้มาตรฐานตามกรรมวิธีการผลิตที่ดี

16. การปิดฉลาก ขึ้นตอนนี้เป็นการปิดฉลากผลไม้กระป๋องที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพในขั้นสุดท้ายแล้ว มีหลายโรงงานไม่ทราบเหตุผลว่าทำไมจึงไม่ปิดฉลากผลไม้กระป๋องหลังจากผ่านการฆ่าเชื้อและทำให้เย็นแล้ว เพราะสะดวกในการปฏิบัติงาน การนำอาหารกระป๋องไปเก็บรอการตรวจสอบคุณภาพทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนย้ายสองเที่ยว เหตุผลที่ไม่ปิดฉลากภายหลังการตรวจสอบคุณภาพแล้วเพราะจะได้ไม่ต้องเสียเวลาและค่าฉลาก ถ้าผลไม้กระป๋องรุ่นใดไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ

การปิดฉลากกระป๋องเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการที่จะทราบข้อมูลว่าผลไม้กระป๋องที่ซื้อมานั้นเป็นผลิตภัณฑ์อะไร ยี่ห้ออะไร ราคาเท่าไร มีส่วนประกอบอะไรบ้าง น้ำหนักสุทธิเท่าไร ทราบแหล่งผลิต และตรวจสอบได้ว่าเป็นผลไม้กระป๋องที่ได้รับใบอนุญาต "อย" แล้วหรือไม่ ฉลากที่ปิดภายนอกของกระป๋องยังช่วยป้องกันสนิมที่จะเกิดขึ้นที่ภายนอกของกระป๋องได้ ผลไม้กระป๋องที่ปิดฉลากแล้วจะนำไปบรรจุใส่กล่องเพื่อป้องกันสนิมและการบวมของกระป๋อง

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตผลไม้กระป๋องมีโครงสร้างเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ คือ สัดส่วนต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สำคัญอยู่ที่วัตถุดิบ คือ ผลไม้สด เช่น สับปะรด ลำไย และเงาะ เป็นต้น โดยทั่วไปวัตถุดิบซึ่งเป็นต้นทุนส่วนใหญ่ของการผลิตจะมีประมาณร้อยละ 45-60 ของต้นทุนรวม อย่างไรก็ตามผลไม้บางประเภทที่มีราคาสูง เช่น ลำไย ลิ้นจี่ จะมีสัดส่วนต้นทุนของวัตถุดิบสูงขึ้นไปด้วย ซึ่งอาจสูงขึ้นไปจนถึงร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิตรวม ส่วนค่าภาชนะบรรจุ เช่น ค่ากระป๋อง กล่องกระดาษ ฉลากและกาว มีต้นทุนประมาณร้อยละ 24.8 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17.6 จะเป็นค่าจ้างแรงงานร้อยละ 6.8 และค่าพลังงานและอื่น ๆ อีกร้อยละ 10.8

รายละเอียดของโครงสร้างต้นทุนการผลิตผลไม้กระป๋องทั้งระบบ ซึ่งสะท้อนภาพจากการผลิตผลไม้กระป๋องหลัก ๆ 5 ประเภท ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง ลำไยกระป๋อง เงาะกระป๋อง เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง ซึ่งมีมูลค่าการผลิตรวมสูงถึงร้อยละ 95 ของอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้กระป๋องทั้งระบบ ดังนั้นค่าเฉลี่ยของต้นทุนการผลิตผลไม้กระป๋องทั้ง 5 ประเภท จึงน่าจะสะท้อนภาพโครงสร้างต้นทุนการผลิตทั้งระบบของอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้กระป๋องได้ (ตาราง 10)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 ต้นทุนการผลิตผลไม้กระป๋องบางชนิดของไทยเฉลี่ยปี 2530

(หน่วย : ร้อยละ)

ผลิตภัณฑ์	ค่าวัตถุดิบ ผลไม้สด	กระป๋อง ฉลาก และกล่องกระดาษ	ค่าจ้าง แรงงาน	ค่าเชื้อเพลิง และพลังงาน	ค่าเสื่อม ราคา	ค่าดอกเบี้ย และอื่น ๆ
สับปรดกระป๋อง	47.0	35.0	7.0	3.0	2.0	6.0
เงาะกระป๋อง	56.0	24.5	9.0	2.5	1.5	6.5
เงาะสอดไส้สับปรด กระป๋อง	50.0	27.5	10.0	2.5	1.5	8.5
ลำไยกระป๋อง	67.0	19.0	4.0	4.0	2.0	4.0
ลิ้นจี่กระป๋อง	68.0	18.0	4.0	4.0	2.0	4.0
เฉลี่ย	57.6	24.8	6.8	3.2	1.8	5.8

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ภาวะการตลาดและการค้าผลไม้กระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ

ภาวะการตลาด

ชนิด ปริมาณ และมูลค่าส่งออก

ในขณะที่ผลไม้น้ำตาลกำลังมีบทบาทด้านการส่งออกเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นั้น ปรากฏว่าอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเพื่อการส่งออกก็มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก และในอัตราที่รวดเร็ว กล่าวคือ ในปี 2525 มีการส่งออกผลไม้กระป๋องไปสู่ตลาดต่างประเทศรวมกัน 154,428 ตัน มูลค่า 2,106.6 ล้านบาท แต่ต่อมาในปี 2532 ปริมาณการส่งออกกลับเพิ่มขึ้นไปถึง 375,373 ตัน มูลค่า 5,210.7 ล้านบาท หรือมีอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยสูงมากถึงร้อยละ 143.07 และ 147.35 ตามลำดับ (ตาราง 2)

ผลไม้กระป๋องที่ส่งออกโดยส่วนใหญ่ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง เงาะกระป๋อง เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง ลำไยกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง มะม่วงกระป๋อง กัลฉวยกระป๋อง เป็นต้น ในบรรดาผลไม้กระป๋องที่มีมูลค่าการส่งออก 5,210.7 ล้านบาท ในปี 2532 นั้น ปรากฏว่า สับปะรดกระป๋องสร้างรายได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามามากที่สุดถึง 4,399.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 84.44 ของการส่งออกผลไม้กระป๋องรวม ผลไม้กระป๋องที่มีบทบาทรองจากสับปะรดกระป๋อง มีอาทิเช่น ลิ้นจี่กระป๋อง ส่งออก 186.84 ล้านบาท ลำไยกระป๋อง ส่งออก 112.83 ล้านบาท เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง ส่งออก 90.9 ล้านบาท มะม่วงกระป๋อง ส่งออก 67.98 ล้านบาท เงาะกระป๋อง ส่งออก 45.17 ล้านบาท มะละกอกกระป๋อง ส่งออก 13.88 ล้านบาท และกัลฉวยกระป๋อง ส่งออก 4.73 ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

โครงสร้างชนิดผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนักในช่วงปี 2518-2532 กล่าวคือ สับปะรดกระป๋องยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในการส่งออกมากที่สุด แต่มีแนวโน้มว่าจะมีสัดส่วนในการส่งออกลดลงบ้าง คือลดลงจากร้อยละ 98.95 ในปี 2518 เหลือร้อยละ 84.64 และ 84.44 ในปี 2531 และ 2532 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ก็เริ่มมีบทบาทในการส่งออกเพิ่มขึ้น เช่น ลิ้นจี่กระป๋อง ลำไยกระป๋อง และเงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีสัดส่วนการส่งออกในปี 2532 ร้อยละ 3.58, 2.16, และ 1.74 ตามลำดับ (ตาราง 11) นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ๆ ที่ไทยเริ่มส่งออกอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งถึงแม้ว่าจะยังมีปริมาณและมูลค่าไม่มากนัก แต่ก็มีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้มากขึ้นอย่างรวดเร็ว

โครงสร้างตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย

โดยทั่วไปแล้ว ผู้บริโภคภายในประเทศจะนิยมบริโภคผลไม้สดมากกว่าผลไม้กระป๋อง เนื่องจากมีผลผลิตภายในประเทศมากเพียงพอและหมุนเวียนเปลี่ยนไปตามฤดูกาล นอกจากนี้ยังมีราคาถูกกว่าและมีคุณค่าทางอาหารสูงกว่าด้วย อย่างไรก็ตาม ผลไม้กระป๋องบางประเภทก็มีการบริโภคภายในประเทศอยู่พอสมควร โดยเฉพาะตามร้านอาหารและภัตตาคารมักนิยมนำผลไม้กระป๋องบางชนิดมาบริการแก่ลูกค้า แต่ก็ยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออก โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 88-95 ของปริมาณการผลิตผลไม้กระป๋องทั้งหมดถูกส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สับปะรดกระป๋อง และลำไยกระป๋อง (ตาราง 12)

ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยในปัจจุบันอยู่ที่ตลาดอเมริกา และตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยทั้งสองตลาดนี้นำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยในปี 2532 ถึง 4,014.63 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 77.05 ของการส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 มูลค่าและอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องชนิดต่าง ๆ ของไทย

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	2518	2523	2524	2525	2526	2527	2528	2529	2530	2531	2532	อัตราการขยายตัวเฉลี่ย (%)				
												2523-28	2528-29	2529-30	2530-31	2531-32
สีน้ำตาลกระป๋อง	345.86 (98.95)	1,432.24 (97.40)	2,039.01 (95.85)	1,993.93 (94.62)	1,871.32 (91.36)	2,846.21 (94.90)	3,290.96 (94.57)	3,183.00 (89.87)	3,728.69 (89.47)	4,675.43 (84.64)	4,399.90 (84.44)	18.10	-3.30	17.00	25.39	-5.89
เงาะกระป๋อง	1.95 (0.56)	10.06 (0.68)	16.02 (0.75)	18.26 (0.87)	28.83 (1.41)	20.90 (0.90)	21.58 (0.62)	34.17 (0.96)	42.82 (1.00)	60.65 (1.09)	45.17 (0.87)	38.90	16.50	58.30	22.00	41.64
ส้มกระป๋อง	- (-)	0.03 (0.00)	0.57 (0.03)	0.44 (0.02)	0.03 (0.00)	0.19 (0.01)	0.15 (0.00)	0.98 (0.03)	15.74 (0.38)	51.06 (0.92)	186.84 (3.58)	34.10	553.30	1506.00	224.39	265.92
ลำไยกระป๋อง	0.31 (0.09)	6.84 (0.46)	14.58 (0.68)	30.36 (1.44)	59.36 (2.90)	42.18 (1.41)	36.25 (1.10)	96.32 (2.72)	72.81 (1.75)	256.50 (4.64)	112.83 (2.16)	41.00	251.80	-24.00	252.30	-56.01
เงาะสดใช้สีน้ำตาลกระป๋อง	0.93 (0.27)	12.39 (0.84)	33.91 (1.59)	30.49 (1.45)	34.97 (1.71)	20.99 (0.70)	28.80 (0.83)	40.54 (1.14)	54.74 (1.31)	72.45 (1.31)	90.90 (1.74)	18.40	40.80	35.00	32.35	25.46
มะม่วงกระป๋อง	- (-)	1.89 (0.13)	3.01 (0.14)	4.84 (0.23)	5.34 (0.26)	7.13 (0.24)	8.61 (0.25)	21.60 (0.61)	32.71 (0.78)	51.14 (0.92)	67.98 (1.30)	35.70	150.90	51.40	56.34	32.93
มะละกอกระป๋อง	- (-)	- (-)	0.10 (0.00)	1.99 (0.09)	2.54 (0.12)	5.79 (0.19)	2.41 (0.07)	5.04 (0.14)	7.98 (0.19)	13.82 (0.25)	13.88 (0.26)	118.50	109.10	58.30	73.18	0.36
ฝรั่งกระป๋อง	- (-)	- (-)	- (-)	0.14 (-)	- (-)	0.11 (0.00)	0.41 (0.01)	0.31 (0.01)	0.37 (0.01)	0.63 (0.01)	1.20 (0.02)	-	-24.40	19.40	70.30	90.50
ถั่วลิสงกระป๋อง	0.48 (0.14)	0.56 (0.04)	0.74 (0.03)	0.28 (0.01)	0.98 (0.05)	0.75 (0.02)	3.18 (0.09)	9.27 (0.26)	7.88 (0.19)	5.37 (0.10)	4.73 (0.09)	41.40	193.40	-15.00	-31.85	-11.92
ผลไม้ชนิดอื่นกระป๋อง	- (-)	6.40 (0.43)	19.22 (0.90)	26.46 (1.25)	44.86 (2.19)	48.75 (1.62)	85.37 (2.45)	150.65 (4.92)	204.91 (4.92)	337.00 (6.03)	287.30 (5.51)	68.00	76.50	36.00	64.50	-17.74
รวม	349.53 (100.00)	1,470.42 (100.00)	2,127.16 (100.00)	2,107.19 (100.00)	2,048.23 (100.00)	2,999.01 (100.00)	3,479.71 (100.00)	3,541.98 (100.00)	4,168.65 (100.00)	5,524.05 (100.00)	5,210.70 (100.00)	18.80	1.80	17.70	32.54	-5.67

หมายเหตุ : ตัวเอียงวงเล็บ คือสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องชนิดต่าง ๆ ในมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด
ที่มา : (กรมศุลกากรและกรมเศรษฐกิจพาณิชย์, 2533)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และห้องข้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ปริมาณผลไม้กระป๋องที่บริโภคภายในประเทศ

(ปริมาณ : ตัน)

ผลิตภัณฑ์	2525	2526	2527	2528	2529	2530	2531	2532
สับประรดกระป๋อง	14,558	17,805	11,724	15,836	14,514	14,394	17,969	18,171
ลำไยกระป๋อง	58	110	78	38	56	46	713	280
เงาะกระป๋อง	42	62	75	32	32	70	578	424
เงาะสดใส่สับประรด กระป๋อง	82	81	48	12	40	56	374	455
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	302	158	244	103	201	469	150	427
รวม	15,042	18,216	12,169	16,021	14,843	15,035	19,784	19,784
	(9.0) ^๑	(11.4)	(6.0)	(7.4)	(5.8)	(5.1)	(5.0)	(5.3)
	(91.0) ^๒	(88.6)	(94.0)	(92.6)	(94.2)	(94.9)	(95.0)	(94.7)

หมายเหตุ : ๑) ตัวเลขในวงเล็บ คือสัดส่วนของผลไม้กระป๋องที่บริโภคภายในประเทศต่อปริมาณการผลิตทั้งหมด

๒) ตัวเลขในวงเล็บ คือสัดส่วนของผลไม้กระป๋องที่ส่งออกต่อปริมาณการผลิตทั้งหมด

ที่มา : (ประมาณการจากปริมาณการผลิตและการส่งออก, 2533)

ตลาดรองลงไปคือ ตลาดเอเชีย ได้แก่ ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ซึ่งนำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยในปี 2532 เป็นมูลค่า 511.98 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 9.82 นอกจากนี้ก็มีการกระจายไปยังตลาดตะวันออกกลาง และออสเตรเลีย ซึ่งทั้งสองตลาดนี้นำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยประมาณร้อยละ 4.86 ของมูลค่าส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด (ตาราง 13)

การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปยังตลาดอเมริกาและยุโรปมีแนวโน้มลดลงบ้าง ในช่วงปี 2525-2532 โดยสัดส่วนมูลค่าที่ส่งออกไปยังทั้งสองตลาดลดลงจากร้อยละ 79.89 ในปี 2525 เหลือร้อยละ 79.82 และ 77.05 ในปี 2531 และ 2532 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากสัดส่วนที่ส่งออกไปยังสหรัฐฯ ลดลงจากร้อยละ 42.60 ในปี 2525 เหลือร้อยละ 39.51 ในปี 2532 สำหรับผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องของไทยนั้นอาจแยกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มแรกที่พึ่งพาสหรัฐอเมริกาและยุโรป ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง มะม่วงกระป๋อง มะละกอกกระป๋อง ฝรั่งกระป๋อง และกล้วยกระป๋อง ส่วนกลุ่มที่สอง เป็นผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องที่มีสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดยุโรปและอเมริกาไม่สูงมากนัก ได้แก่ ลำไยกระป๋อง เงาะกระป๋อง เงาะสอดไส้สับปะรดกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง ซึ่งมีตลาดที่สำคัญคือ ฮ่องกง และสิงคโปร์

จากที่ได้พิจารณามาแล้วกล่าวได้ว่า ในช่วงปี 2525-2532 ประเทศไทยยังไม่สามารถลดการพึ่งพาสหรัฐอเมริกาและยุโรปในการส่งออกผลไม้กระป๋องได้ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื่องจากตลาดดังกล่าวเป็นตลาดหลักที่สำคัญในการค้าผลไม้กระป๋องระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ตลาดเอเชียสำหรับผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องของไทย ซึ่งได้แก่ ฮ่องกง และสิงคโปร์ ก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณการนำเข้าผลไม้กระป๋องจากประเทศไทยขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะลำไยกระป๋อง เงาะกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย แยกตามรายประเทศ

(มูลค่า : ล้านบาท)

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	2525		2530		2531		2532	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
เอเชีย	<u>212.55</u>	<u>10.09</u>	<u>319.42</u>	<u>7.7</u>	<u>481.71</u>	<u>8.72</u>	<u>511.98</u>	<u>9.82</u>
ญี่ปุ่น	125.90	5.98	173.53	4.2	191.83	3.47	227.73	4.37
ฮ่องกง	31.13	1.48	22.22	0.5	30.54	0.55	43.09	0.82
สิงคโปร์	39.27	1.86	101.62	2.4	203.74	3.68	150.19	2.88
เกาหลีใต้	15.39	0.73	15.68	0.4	35.07	0.63	18.86	0.36
ไต้หวัน	0.86	0.04	6.38	0.1	20.53	0.37	72.11	1.38
ตะวันออกกลาง	<u>59.88</u>	<u>2.84</u>	<u>57.58</u>	<u>1.4</u>	<u>93.65</u>	<u>1.69</u>	<u>103.61</u>	<u>1.99</u>
ซาอุดีอาระเบีย	50.65	2.40	46.58	1.1	72.77	1.31	81.83	1.52
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	1.52	0.07	3.47	0.1	6.99	0.12	6.52	0.12
คูเวต	4.34	0.21	5.16	0.1	6.19	0.11	5.24	0.10
เลบานอน	1.63	0.08	0.80	-	4.64	0.08	6.20	0.12
กาตาร์	0.56	0.03	0.77	-	2.24	0.04	1.62	0.03
โอมาน	1.18	0.06	0.80	-	0.82	0.01	2.20	0.04
ออสเตรเลีย	<u>22.76</u>	<u>1.08</u>	<u>85.35</u>	<u>2.0</u>	<u>145.49</u>	<u>2.63</u>	<u>149.46</u>	<u>2.87</u>
ออสเตรเลีย	21.30	1.01	79.44	1.9	118.96	2.15	129.85	2.49
นิวซีแลนด์	1.46	0.07	5.91	0.1	26.53	0.48	19.61	0.37
อเมริกา	<u>1,017.16</u>	<u>48.29</u>	<u>2,204.30</u>	<u>52.9</u>	<u>2,363.86</u>	<u>42.79</u>	<u>2,363.47</u>	<u>45.36</u>
สหรัฐอเมริกา	897.31	42.60	1,932.36	46.4	2,055.01	37.20	2,058.70	39.51
แคนาดา	119.85	5.69	271.94	6.5	308.85	5.59	304.77	5.85

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ประเทศ	2525		2530		2531		2532	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
<u>ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป</u>	<u>685.74</u>	<u>31.60</u>	<u>1,244.34</u>	<u>29.90</u>	<u>2,045.82</u>	<u>37.03</u>	<u>1,651.26</u>	<u>31.69</u>
อังกฤษ	23.39	1.11	166.90	4.00	213.81	3.87	184.24	3.53
ฝรั่งเศส	75.93	3.60	203.65	4.90	330.61	5.98	333.36	6.46
อิตาลี	12.52	0.59	65.73	1.60	128.54	2.33	116.88	2.24
สเปน	22.66	1.08	79.64	1.90	261.92	4.74	136.68	2.62
เยอรมันตะวันตก	438.57	20.82	507.37	12.20	757.18	13.70	537.81	10.32
เบลเยียม	16.17	0.77	36.34	0.90	55.33	1.00	36.07	0.69
เนเธอร์แลนด์	71.57	3.40	120.53	2.90	214.05	3.87	216.34	4.15
เดนมาร์ก	20.07	0.95	56.17	1.30	57.56	1.04	63.46	1.22
ไอร์แลนด์	1.03	0.05	0.30	-	2.46	0.04	8.72	0.17
กรีซ	3.78	0.18	4.39	0.10	8.69	0.15	6.25	0.12
โปรตุเกส	0.05	-	2.80	0.07	15.67	0.28	11.45	0.22
<u>ยุโรปอื่น ๆ</u>	<u>42.77</u>	<u>2.03</u>	<u>100.11</u>	<u>2.40</u>	<u>141.81</u>	<u>2.56</u>	<u>126.88</u>	<u>2.43</u>
ไอซ์แลนด์	-	-	0.50	-	1.86	0.03	1.98	0.04
นอร์เวย์	7.37	0.35	28.26	0.70	46.86	0.85	38.68	0.74
สวีเดน	13.68	0.65	56.92	0.40	62.18	1.12	63.34	1.21
สวิสเซอร์แลนด์	11.12	0.53	2.12	-	10.21	0.18	13.34	0.26
อียิปต์	10.63	0.50	12.30	0.30	20.70	0.37	9.57	0.18
รวม 31 ประเทศ	2,040.78	96.97	4,012.03	96.20	5,272.34	95.42	4,906.66	94.16
ประเทศอื่น ๆ	65.68	3.03	156.60	3.80	251.71	4.58	304.04	5.84
รวมทั้งหมด	2,106.54	100.00	4,168.63	100.00	5,524.05	100.00	5,210.70	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ลงนามไว้แล้วหรือมีการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : (กรมศุลกากรและสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป, 2533)
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุขัดแย้งลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการส่งออก

การจำหน่าย

วิธีการบริหารการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศของโรงงานผู้ผลิตมีลักษณะดังนี้

1. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออกมีหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่ในด้านการจำหน่าย โดยมีพนักงานติดต่อกู้ค้า ทำงานด้านเอกสาร การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนหาลูกค้าให้กับโรงงาน
2. โรงงานผู้ผลิตมีชาวต่างชาติร่วมลงทุน โดยจะมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศและทำหน้าที่หาลูกค้า
3. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออกมีบริษัทสาขาตั้งอยู่ในต่างประเทศ ทำหน้าที่หาลูกค้ารายใหม่ และหาทางขยายขนาดตลาดเพิ่มขึ้น
4. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออกจ้างพนักงานขายเพื่อทำหน้าที่หาตลาด ติดต่อด้านศุลกากร และท่าเรือ มีการจ้างบริษัทขนส่งสินค้าเป็นผู้ดำเนินการให้
5. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออกได้ร่วมกับคณะกรรมการผู้แทนการค้า เพื่อเจาะตลาดต่างประเทศ

การกำหนดราคา

ในการกำหนดราคาส่งออกนั้น ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ใช้วิธีการตั้งราคาโดยดูจากราคาในตลาดโลก โดยเฉพาะสับปะรดกระป๋อง ซึ่งมีประเทศผู้ผลิตหลายประเทศ ส่วนผลไม้อื่น ๆ นั้น การกำหนดราคาค่อนข้างจะเป็นอิสระกว่าสับปะรดกระป๋อง เนื่องจากมีคู่แข่งน้อยกว่า เช่น ลำไยกระป๋อง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบรรจุหีบห่อ

การบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องในระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาไปบ้าง ทั้งเรื่องขนาด คือ มีการผลิตให้มีขนาดต่าง ๆ กันมากขึ้น และทางด้านรูปแบบ เช่น มีการผลิตผลไม้กระป๋องที่สามารถเปิดฝากระป๋องได้ง่าย เป็นต้น กระป๋องที่ใช้บรรจุผลไม้ กระป๋องมีทั้งหมด 3 ชนิด คือ

1. กระป๋องที่ทำมาจากแผ่นเหล็กเคลือบดีบุก (tin plate)
2. กระป๋องที่ทำมาจากแผ่นเหล็กเคลือบโครเมียม (tin free steel)
3. กระป๋องที่ทำมาจากอลูมิเนียม (aluminium)

สำหรับผลไม้กระป๋องที่ส่งออกนั้น ถึงแม้จะเป็นชนิดเดียวกันกับที่จำหน่ายภายในประเทศ แต่ก็มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม ในการส่งออกส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้หีบห่อเดิมของสินค้าที่ขายภายในประเทศ แต่ใช้หีบห่อของลูกค้าหรือเปลี่ยนแปลงหีบห่อเพื่อให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ

การขนส่ง

การขนส่งผลไม้กระป๋องทั้งหมดจะเป็นการขนส่งทางเรือ โดยบรรจุอยู่ในตู้คอนเทนเนอร์ ประเภท dry cargo container การบรรจุผลไม้กระป๋องใส่ตู้คอนเทนเนอร์นั้น สามารถทำได้ 3 วิธี คือ

1. การใช้รถบรรทุกสินค้ามาจากโรงงาน (truck loading) เพื่อนำมาบรรจุใส่ตู้คอนเทนเนอร์ที่ท่าเรือ ระหว่างที่ทำการบรรจุจะต้องมีเจ้าหน้าที่จากกรม

ศุลกากรมาทำหน้าที่ตรวจสอบด้วย

ใบกสิกรรมเป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การบรรจุที่โรงงาน โดยมีเจ้าหน้าที่จากกรมศุลกากรควบคุม
3. ทำการบรรจุที่ container yard ซึ่งเป็นแหล่งบรรจุของเอกชน โดยมีเจ้าหน้าที่จากกรมศุลกากรควบคุม

การขนส่งผลไม้กระป๋องโดยส่วนมากจะเป็นแบบ FCL ซึ่งคือการขนส่งที่ผู้ส่งบรรจุสินค้าส่งไปให้ผู้รับเพียงรายเดียว ซึ่งส่วนใหญ่จะบรรจุสินค้าจากโรงงานหรือแหล่งผลิตต้นทางไปถึงผู้รับโดยตรง โดยไม่ได้เปิดตู้สินค้าเลย (door to door) การขนส่งแบบ FCL ในประเทศไทยยังมีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากต้องผ่านวิธีการมาก ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง ตามปกติค่าใช้จ่ายของการขนส่งแบบ FCL ในทางทฤษฎีจะถูกกว่าการขนส่งแบบ LCL (หลายผู้ส่ง, หลายผู้รับ) และเรือเดินสมุทรธรรมดา แต่ในประเทศไทยนั้นสถานการณ์ต่าง ๆ ยังไม่เอื้ออำนวย

พิธีทางศุลกากร

พิธีทางศุลกากรในการส่งออกผลไม้กระป๋องนั้นมีไม่มากนัก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องเสียภาษีขาออก แต่สำหรับสปีดกระป๋องจะต้องมีใบรับรองราคาจากสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป เพื่อเป็นการป้องกันการค้าราคาตัวเองของผู้ผลิต

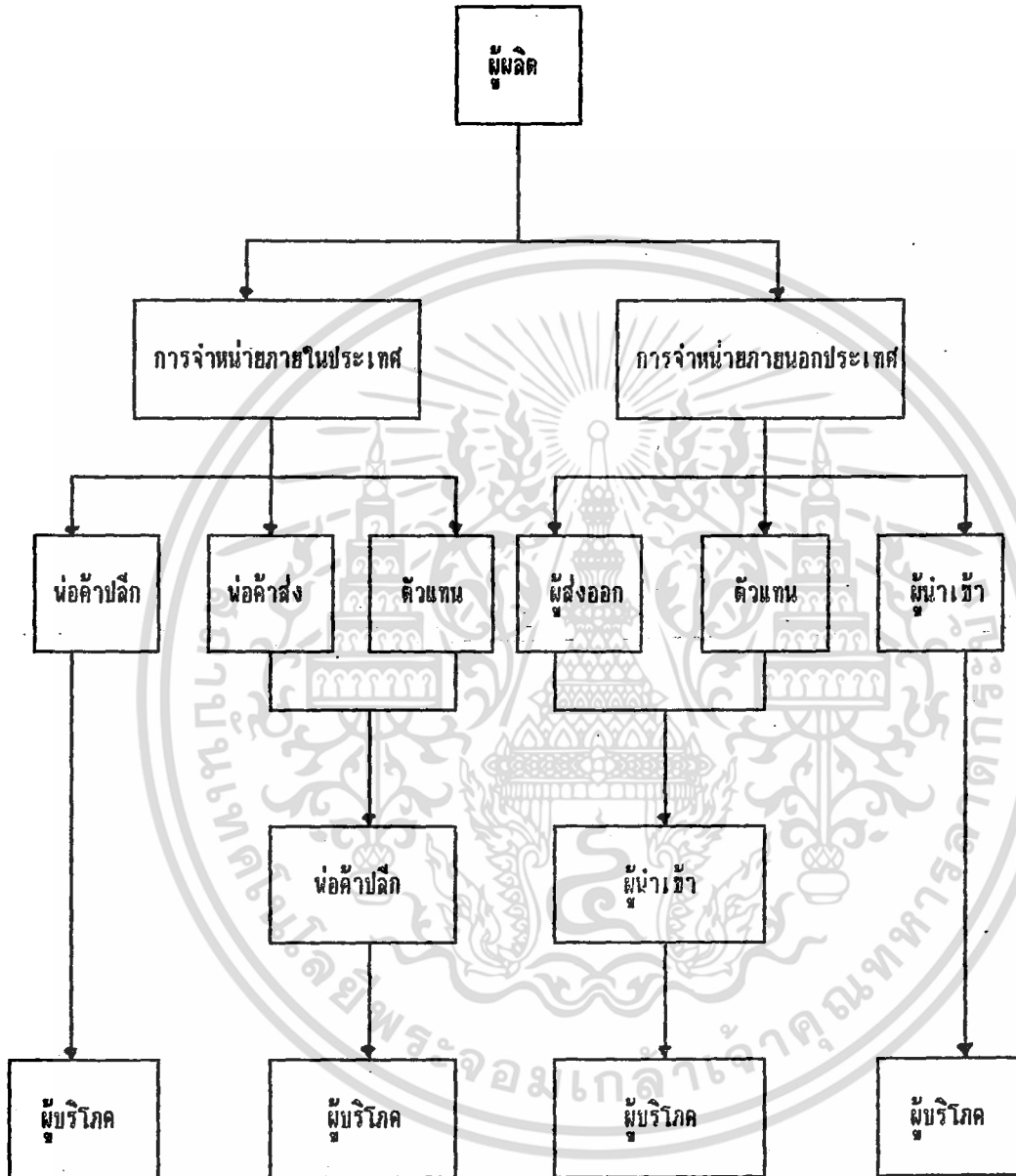
วิธีการตลาด

วิธีการตลาดผลไม้กระป๋องภายในประเทศแบ่งได้เป็น 3 ช่องทาง คือ

1. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับพ่อค้าส่งและส่งต่อไปยังพ่อค้าปลีกหรือจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

2. โรงงานผู้ผลิตส่งให้กับตัวแทนจำหน่ายและส่งต่อไปยังพ่อค้าส่งหรือพ่อค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นหน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 วิธีการตลาดผลไม้มะม่วง

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลีก หรือจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

3. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับพ่อค้าปลีกหรือซูเปอร์มาร์เก็ต และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

วิธีการตลาดส่งออกสำหรับผลไม้กระป๋อง แบ่งออกเป็น 3 ช่องทาง ดังนี้

1. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับผู้ส่งออกซึ่งทำหน้าที่รวบรวมสินค้า และส่งต่อไปให้ผู้นำเข้าในต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็น wholesales หรือ supermarket เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค
2. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับบริษัทตัวแทนในต่างประเทศ เพื่อส่งสินค้าไปยังผู้นำเข้า และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค
3. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้ผู้นำเข้า และจำหน่ายให้กับผู้บริโภคต่อไป

นโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ปี 2531

มาตรการและนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลไม้กระป๋องสามารถสรุปได้ดังนี้

1. มาตรการด้านภาษีอากรนำเข้า

- อัตราอากรตามราคาร้อยละ 60 หรือตามน้ำหนักกิโลกรัมละ 50 บาท
- อากรพิเศษร้อยละ 10
- ภาษีการค้าร้อยละ 9
- ภาษีเทศบาลร้อยละ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. มาตรการควบคุมการนำเข้า

กระทรวงพาณิชย์ได้มีประกาศฉบับที่ 86 ลว. 31 มค.21 และฉบับที่ 93 ลว. 31 มค.22 ห้ามนำเข้าผลไม้กระป๋องซึ่งรวมทั้งน้ำสับปรดด้วย

3. มาตรการส่งเสริมการส่งออก

3.1 กระทรวงพาณิชย์ได้ช่วยส่งเสริมให้การส่งออกมีความคล่องตัวรวดเร็วยิ่งขึ้นและมีระเบียบโดยการจัดปัญหาการขออนุญาตส่งออก วางระเบียบสำหรับผู้ส่งออก โดยระบุว่าต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป และให้มีใบรับรองจากสมาคมฯ ว่าไม่ขายในราคาต่ำกว่าราคาขั้นต่ำที่กระทรวงพาณิชย์กำหนด หากราคาต่ำกว่าที่กำหนดไว้ต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงพาณิชย์

3.2 กระทรวงการคลังสนับสนุนการส่งออก โดยการชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออก ซึ่งมีอัตราในปัจจุบันสำหรับผลไม้กระป๋องคือ อัตรา ก. ร้อยละ 3.45 ของราคาส่งออก และอัตรา ข. ร้อยละ 1.17

3.3 ธนาคารแห่งประเทศไทยรับช่วงซื้อลดตั๋วสัญญาใช้เงินที่เกิดจากการส่งออก โดยคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 5. และอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7 จากผู้ส่งออก

3.4 กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมพาณิชย์สัมพันธ์ได้ช่วยบุกเบิกและขยายตลาด โดยการศึกษาวิจัย การหาตลาดและบริกรข่าวสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิต ตลอดจนการจัดคณะผู้แทนการค้าของไทยไปต่างประเทศและเชิญผู้แทนการค้าต่างประเทศ

มายังประเทศไทย รวมทั้งการแสดงสินค้าทั้งภายในและต่างประเทศ
 ยกเว้นเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 สถาบันคั้นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ช่วยเหลือในด้านการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

4. การกำหนดมาตรฐานสินค้า กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดมาตรฐานของผลไม้กระป๋อง เพื่อควบคุมให้สินค้าได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ

5. มาตรการด้านการควบคุมการผลิตและช่วยลดต้นทุนการผลิต

5.1 กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ระงับการอนุญาตให้ตั้งหรือขยายโรงงาน สับปะรดกระป๋องขึ้นอีก เนื่องจากกำลังการผลิตที่มีอยู่ในขณะนี้เพียงพอแล้ว

5.2 คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย มีมติให้ชายน้ำตาลทรายในราคาพิเศษให้แก่อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง

5.3 ด้านวัตถุดิบ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้ความช่วยเหลือในด้านวิชาการแก่เกษตรกร ในด้านวิธีการเพาะปลูกและวิธีการเก็บเกี่ยว เพื่อให้ได้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้นและมีลักษณะและคุณภาพตรงตามความต้องการของโรงงาน

5.4 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ประกาศกำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจสำหรับสับปะรดโรงงาน และให้ผู้ปลูกมาจดทะเบียนพื้นที่การเพาะปลูก เพื่อควบคุมปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของโรงงานและตลาดทั่วไป

6. มาตรการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเปิดให้เอกชนเข้ามาลงทุนในโครงการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นชอบประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยให้สิทธิประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

7. รัฐบาลมีมาตรการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ในกรณีที่ราคาผลไม้ตกต่ำ ดังเช่น กรณีของราคาสับปะรดตกต่ำ ตั้งแต่ช่วงปี 2521 ถึงต้นปี 2529 โดยการจัดสรรเงินเข้าสู่ระบบ และให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร และผู้ผลิต

ภาวะการค้าผลไม้กระป๋องของไทยในต่างประเทศ

ในปี 2529 การนำเข้าผลไม้กระป๋องของตลาดสำคัญ ๆ ในโลกมีมูลค่าปีละกว่า 1,562 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นการนำเข้าของกลุ่มอเมริกาเหนือ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา ประมาณ 388 ล้านดอลลาร์ ตลาดในกลุ่มยุโรป ได้แก่ เยอรมันตะวันตก ฝรั่งเศส อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ สเปน อิตาลี เดนมาร์ก เบลเยียม โปรตุเกส ไอร์แลนด์ กรีซ ประมาณ 868 ล้านดอลลาร์ ตลาดอื่น ๆ ประมาณ 305 ล้านดอลลาร์ ตลาดผลไม้กระป๋องที่สำคัญของโลกคือสหรัฐอเมริกา ส่วนตลาดรองลงมาคือกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยเฉพาะ เยอรมันตะวันตก อังกฤษ ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีการนำเข้าในปี 2529 มูลค่า 321.66 220.30, 126.45 และ 74.94 ล้านดอลลาร์ ตามลำดับ (ตาราง 14)

การนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มอเมริกาและยุโรป ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์ ไทย เคนยา และอัฟริกาใต้ สำหรับการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศในกลุ่มเอเชียส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศในกลุ่มเอเชียด้วยกัน โดยเฉพาะฟิลิปปินส์ และไทย ประเทศผู้ส่งออกผลไม้กระป๋องที่สำคัญของโลกได้แก่ ฟิลิปปินส์ ในปี 2529 มีส่วนแบ่งตลาดโลกร้อยละ 10.42 รองลงมาคือ ประเทศไทย มีส่วนแบ่งตลาดโลกร้อยละ 9.81 (ตาราง 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 มูลค่าการนำเข้าผลไม้ระบียงของประเทศที่สำคัญของโลก

(มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ประเทศ	2525	2526	2527	2528	2529
สหรัฐฯ	221.34	219.29	281.10	334.97	322.22
เยอรมันตะวันตก	272.29	246.18	245.18	244.08	321.66
อังกฤษ	218.17	210.87	214.00	200.04	220.30
ฝรั่งเศส	103.25	96.11	101.38	92.98	126.45
ญี่ปุ่น	86.08	88.18	83.01	82.90	113.75
เนเธอร์แลนด์	57.89	53.80	53.51	57.04	74.94
แคนาดา	67.86	59.14	75.48	68.50	65.82
สิงคโปร์	49.16	53.84	53.76	46.25	50.07
เบลเยียม	41.37	37.65	35.15	35.81	49.32
อิตาลี	24.38	28.20	25.07	40.68	34.98
ฮ่องกง	30.17	29.05	26.26	25.34	31.51
สวีเดน	27.58	25.33	25.56	25.94	27.20
ออสเตรเลีย	18.39	16.60	16.13	16.64	21.97
ฟินแลนด์	12.10	11.73	12.11	12.37	15.84
สเปน	12.03	11.06	13.47	14.15	14.31
เดนมาร์ก	11.68	11.35	11.37	11.29	14.09
นอร์เวย์	12.83	11.97	13.41	10.88	13.81
นิวซีแลนด์	6.87	8.76	9.33	11.48	13.72
ออสเตรเลีย	10.48	9.97	12.02	12.67	12.34
ไอร์แลนด์	13.13	10.23	9.83	10.45	10.76
เกาหลีใต้	3.68	4.32	5.19	5.63	3.67
ไอซ์แลนด์	1.71	1.75	1.52	1.27	1.49
กรีซ	0.67	1.09	1.27	1.07	1.10
โปรตุเกส	1.26	0.51	0.43	0.18	0.68
รวม 24 ประเทศ	1,304.35	1,247.00	1,325.55	1,362.60	1,562.02

ที่มา : UNSO, Commodity Trade Statistics, 1982-86) อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณิใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ส่วนแบ่งตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกต่าง ๆ สำหรับผลไม้กระป๋อง
(หน่วย : ร้อยละ)

ประเทศ	2525	2526	2527	2528	2529
ประเทศพัฒนาแล้ว	58.71	57.63	57.52	57.17	59.42
ประเทศกำลังพัฒนา	37.01	37.79	38.71	39.76	37.34
แอฟริกา	4.64	5.02	4.56	4.44	3.99
อเมริกาใต้	2.10	2.25	3.10	3.16	2.96
เอเชีย	29.61	29.66	30.42	31.61	29.79
ฟิลิปปินส์	11.25	10.91	10.89	12.68	10.42
ไทย	8.25	7.87	9.07	9.14	9.81
อื่น ๆ	10.11	10.88	10.46	9.79	9.56
ประเทศสังคมนิยม	4.27	4.57	3.76	3.07	3.23
รวมโลกทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : (FAO, 1982-86)

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ผลไม้กระป๋องที่ค้ากันอย่างแพร่หลายในตลาดโลก ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง พืชกระป๋อง แพร้กระป๋อง เป็นต้น สับปะรดกระป๋องนั้นผู้ส่งออกที่สำคัญก็คือ ไทย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย มาเลเซีย และไอเวอรี่โคสต์ โดยไทยและฟิลิปปินส์ส่งออก สับปะรดกระป๋องในปริมาณที่ใกล้เคียงกันมาโดยตลอด และในระยะหลังไทยก็มีศักยภาพ การส่งออกดีขึ้น เพราะประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ประสบกับปัญหาต่าง ๆ กล่าวคือ ฟิลิปปินส์ มีเหตุการณ์วุ่นวายทางด้านการเมืองภายในประเทศ และอัตราการขยายตัวของวัตถุดิบ อยู่ในเกณฑ์ต่ำ อีกทั้งไอเวอรี่โคสต์ เคนยา และอิตาลี ต่างก็มีต้นทุนการผลิต ที่สูงขึ้นตามลำดับ ประเทศที่เป็นผู้ซื้อผลไม้กระป๋องที่สำคัญของโลก ก็คือ สหรัฐฯ ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป แคนาดา และญี่ปุ่น ประเทศเหล่านี้นอกจากจะเป็นกลุ่มผู้ซื้อ ที่สำคัญของโลกแล้ว ยังเป็นตลาดที่สำคัญของไทยอีกด้วย สภาพโดยทั่วไปของตลาด เหล่านี้คือ

สหรัฐอเมริกา

ถึงแม้ว่าชาวอเมริกันจะมีรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนไปนิยมของสดมากขึ้น อันเป็นเพราะระบบการเก็บรักษาอาหารสดมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ผลไม้กระป๋องก็ยังคงมีบทบาทสำคัญในตลาดแห่งนี้ และแม้ว่าสหรัฐฯ จะสามารถผลิตผลไม้กระป๋องได้เอง บางส่วน ผลผลิตที่ได้ก็ยังไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการภายในประเทศ ด้วยเหตุนี้สหรัฐฯ จึงนำเข้าผลไม้กระป๋องประเภทต่าง ๆ เป็นจำนวนมากในแต่ละปี

โครงสร้างตลาด

ผลไม้กระป๋องที่สหรัฐฯ นำเข้าที่สำคัญก็คือ สับปะรดกระป๋อง ปริมาณนำเข้าเฉลี่ยปีละ 160,000 - 170,000 ตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75-80 ของการนำเข้าผลไม้กระป๋องทั้งหมด ประเทศที่สามารถเจาะตลาดสับปะรดกระป๋องของสหรัฐฯ ได้ที่สำคัญก็คือ ฟิลิปปินส์ และไทย (ตาราง 16) ทั้งสองประเทศมีบทบาทในตลาดสหรัฐฯ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยส่งออกไปยังสหรัฐฯ ได้ในระดับเฉลี่ยปีละ 100,000 ตัน และถ้ารวมการนำเข้าของสหรัฐฯ จากทั้งสองประเทศนี้แล้วจะมีส่วนครองตลาดถึงร้อยละ 85 ดังนั้นประเทศอื่น ๆ จึงมีบทบาทในตลาดสหรัฐฯ น้อยมากสำหรับในปี 2532 การส่งออกของไทยไปยังสหรัฐฯ ขยายตัวในเกณฑ์ต่ำ ส่งออกได้เป็นมูลค่า 2,058.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.51 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นมูลค่า 3.6 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.18 (ตาราง 17) จากมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปสหรัฐฯ จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องไปสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อปี 2525 กระทรวงการค้าสหรัฐฯ รายงานว่ามีจำนวน 11 ประเทศที่ส่งสับปะรดกระป๋องเข้าไปในสหรัฐฯ ต่อมาในปี 2529 เพิ่มขึ้นเป็น 19 ประเทศ ประเทศที่ส่งเข้ามาใหม่ส่วนใหญ่เป็นประเทศจากแอฟริกา สาเหตุที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากปริมาณความต้องการผลไม้กระป๋องในตลาดโลกเพิ่มขึ้น จูงใจให้มีการขยายการผลิต และตลาดสหรัฐฯ เป็นเป้าหมายจูงใจอย่างมากสำหรับผู้ผลิต เนื่องจากขนาดตลาดและราคาของผู้ผลิตได้รับอยู่ในระดับที่สูงกว่าตลาดอื่น

กฎระเบียบทางการค้า

สหรัฐฯ มีข้อกำหนดทางด้านการนำเข้าที่ค่อนข้างเข้มงวด โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งการใช้ระเบียบทางคุณภาพมาตรฐานของ FDA (Food and Drug Administration) เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้กับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ปริมาณ อัตราการขยายตัว และส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าสับประรดกระป๋อง
ของสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	2525	2526	2527	2528	2529	2530
ปริมาณนำเข้า (พันตัน)	194.0	183.6	189.7	238.8	251.3	239.9
อัตราการขยายตัว	-0.5	-5.3	3.3	25.9	5.2	-4.5
ส่วนแบ่งตลาดนำเข้า (%)						
ฟิลิปปินส์	48.2	50.6	49.1	51.6	43.0	42.2
ไทย	36.9	34.0	36.9	33.7	42.7	42.9
อัฟริกาใต้	6.0	7.9	5.9	5.5	3.2	-
เม็กซิโก	1.8	1.6	1.6	1.7	2.5	2.9
อินโดนีเซีย	-	-	-	1.1	2.2	3.6
มาเลเซีย	2.3	2.4	1.8	1.8	2.1	2.2
สิงคโปร์	2.5	2.1	2.2	1.5	2.0	2.2
ไต้หวัน	1.6	0.6	0.9	1.7	1.5	2.4
ฮ่องกง	0.1	0.3	0.4	0.2	0.4	0.6
จีน	-	0.2	0.7	0.3	0.2	0.5
ไอเวอรี่โคสต์	0.3	-	-	0.05	0.04	-
ประเทศอื่น ๆ	0.3	0.4	0.7	0.8	0.3	0.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : (U.S. General Imports and Imports for Consumption, 1982-87)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของสหรัฐฯ จากประเทศไทย

(มูลค่า : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	2531	2532
สับปะรดกระป๋อง	1,867.30	1,814.20
เงาะกระป๋อง	17.40	13.04
ลำไยกระป๋อง	58.63	19.28
ลิ้นจี่กระป๋อง	2.33	36.9
เงาะสอคั่ว	4.76	5.23
มะม่วงกระป๋อง	2.98	3.46
มะละกอกกระป๋อง	0.98	0.58
ฝรั่งกระป๋อง	0.80	0.35
กล้วยกระป๋อง	2.50	2.34
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	97.33	163.35
รวม	2,055.01	2,058.70

ที่มา : (U.S. General Imports and Imports for Consumption, 1988-89)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Administration) ซึ่งในส่วนของผลไม้กระป๋องจะอยู่ใน Title 21 ของ CFRC (Code of Federal Regulation) Part 145 การผ่านการตรวจหมายความว่า จะมีผลไม้กระป๋องที่ไม่ผ่านการตรวจได้ไม่เกินร้อยละ 10-15 ขึ้นกับปริมาณที่ส่งเข้า นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วก็มีข้อกำหนดที่เข้มงวดทางด้านสารเคมีที่ผสมอยู่ในผลไม้กระป๋อง คือ ในผลไม้กระป๋องจะมี Erythorbic acid หรือ Ascorbic acid ได้ไม่เกิน 150 ppm. นอกจากนี้กฎระเบียบทางด้านคุณภาพแล้ว สหรัฐฯ ก็ได้กำหนดภาชนะนำเข้าผลไม้แปรรูป เช่น สับปะรดกระป๋องจะเสียบภาชนะนำเข้าในอัตราร้อยละ 11.5 เป็นต้น

ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

ลักษณะโครงสร้างตลาดผลไม้กระป๋องของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปคล้ายคลึงกับของสหรัฐฯ นั่นคือ

โครงสร้างตลาด

ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนำเข้าสับปะรดกระป๋องในระดับที่ใกล้เคียงกับพืชผลไม้กระป๋องทั้งสองชนิดนี้นำเข้ารวมกันเกือบครึ่งหนึ่งของผลไม้กระป๋องที่นำเข้าทั้งหมด เมื่อเทียบการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปยังตลาดประชาคมฯ กับการส่งออกไปยังตลาดสำคัญอื่น ๆ คือสหรัฐฯ แคนาดาและญี่ปุ่นแล้ว มีสัดส่วนความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากตลาดสหรัฐฯ สำหรับในปี 2532 การส่งออกไปประชาคมฯ ลดลงจากปีก่อนสามารถส่งออกได้เป็นมูลค่า 1,651.26 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.69 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด (ตาราง 13,18) จำแนกเป็นการส่งออกไปยังประเทศสมาชิกตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้

1. เยอรมันตะวันตก นำเข้าจากไทยมูลค่า 537.81 ล้านบาท คิดเป็น
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้ในพิธีกรณีสืบหาข้อมูลเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจากประเทศไทย ปี 2532

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	สับปะรด	เงาะ	ลำไย	ลิ้นจี่	เงาะสอดไส้	มะม่วง	มะละกอ	ฝรั่ง	กล้วย	ผลไม้อื่น ๆ	รวม
อังกฤษ	136.53	1.36	0.91	15.97	2.46	13.80	1.31	-	-	11.90	184.24
ฝรั่งเศส	287.83	3.04	7.12	11.43	2.44	4.50	4.42	0.18	0.74	11.66	333.36
อิตาลี	112.25	0.07	0.63	0.56	-	1.4	0.40	-	-	1.57	116.88
สเปน	131.65	0.06	0.03	0.79	1.83	0.68	0.98	-	-	0.66	136.08
เยอรมันตะวันตก	511.28	0.58	0.65	9.59	0.51	9.77	1.80	-	0.15	3.48	537.81
เบลเยียม	31.30	0.06	0.03	2.66	0.31	0.90	0.34	-	0.20	0.27	36.07
เนเธอร์แลนด์	195.51	0.68	0.41	9.73	1.11	4.57	0.45	0.38	0.09	3.41	216.34
เดนมาร์ก	62.50	0.04	0.10	0.16	-	0.05	0.01	-	-	0.60	63.46
ไอร์แลนด์	7.27	0.41	-	-	-	0.34	0.32	-	-	0.38	8.72
กรีซ	6.10	0.01	-	0.01	-	0.03	0.01	-	0.01	0.08	6.25
โปรตุเกส	10.41	-	-	0.18	0.53	-	0.33	-	-	-	11.45
รวม	1,492.63	6.31	9.88	51.08	9.19	36.04	10.37	0.56	1.19	34.01	1,651.26

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2533)

ร้อยละ 10.32 ของการส่งออกรวม ลดลงจากปีก่อนเป็นมูลค่า 219.37 ล้านบาท หรือร้อยละ 28.88 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้าคือ สับปะรดกระป๋อง มะม่วงกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง

2. ฝรั่งเศส นำเข้าจากไทยมูลค่า 333.36 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.40 ของการส่งออกรวม เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นมูลค่า 2.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.83 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้าคือ สับปะรดกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง และลำไยกระป๋อง

3. เนเธอร์แลนด์ นำเข้าจากไทยมูลค่า 216.34 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.15 ของการส่งออกรวม เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นมูลค่า 2.29 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.07 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้าคือ สับปะรดกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง และมะม่วงกระป๋อง

4. อังกฤษ นำเข้าจากไทยมูลค่า 184.24 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.53 ของการส่งออกรวม ลดลงจากปีก่อนเป็นมูลค่า 29.57 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.83 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้าคือ สับปะรดกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง และมะม่วงกระป๋อง

5. สเปน นำเข้าจากไทยมูลค่า 136.63 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.62 ของการส่งออกรวม ลดลงจากปีก่อนเป็นมูลค่า 125.24 ล้านบาท หรือร้อยละ 47.8 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้าคือ สับปะรดกระป๋อง เงาะสอคัสส์สับปะรดกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง

6. อิตาลี นำเข้าจากไทยมูลค่า 116.88 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.24 ของการส่งออกรวม ลดลงจากปีก่อนเป็นมูลค่า 11.66 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.07 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้าคือ สับปะรดกระป๋อง ลำไยกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง

7. เคนมารีก นำเข้าจากไทยมูลค่า 63.46 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.22 ของการส่งออกรวม เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นมูลค่า 5.9 ล้านบาท หรือร้อยละ

1.22 ของการส่งออกรวม

ไม่อาจระบุได้ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.25 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้ามาคือ สับปะรดกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง

8. เบลเยียม นำเข้าจากไทยมูลค่า 36.07 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ
0.69 ของการส่งออกรวม ลดลงจากปีก่อนเป็นมูลค่า 19.26 ล้านบาท หรือร้อยละ

34.80 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้ามาคือ สับปะรดกระป๋อง และลิ้นจี่กระป๋อง

9. ไปรตุเกส นำเข้าจากไทยมูลค่า 11.45 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ
0.22 ของการส่งออกรวม ลดลงจากปีก่อนเป็นมูลค่า 4.22 ล้านบาท หรือร้อยละ

26.93 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้ามาคือ สับปะรดกระป๋อง

10. ไอร์แลนด์ นำเข้าจากไทยมูลค่า 8.72 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ
0.17 ของการส่งออกรวม เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นมูลค่า 6.26 ล้านบาท หรือร้อยละ

254.47 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้ามาคือ สับปะรดกระป๋อง

11. กรีซ นำเข้าจากไทยมูลค่า 6.52 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ
0.12 ของการส่งออกรวม ลดลงจากปีก่อนเป็นมูลค่า 2.44 ล้านบาท หรือร้อยละ

28.08 ผลไม้กระป๋องสำคัญที่นำเข้ามาคือ สับปะรดกระป๋อง

สำหรับสับปะรดกระป๋องมีการนำเข้ามาจากภายนอกประเทศฯ เป็นส่วนใหญ่
ที่สำคัญก็คือ ไทย ฟิลิปปินส์ และเคนยา กลุ่มผู้บริโภคสับปะรดกระป๋องในประเทศฯ
แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ฝรั่งเศส อิตาลี และ
เบลเยียม ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมสับปะรดกระป๋องชนิดแว่น(slices)มากกว่าชนิดอื่น ๆ
ส่วนทางกลุ่มประเทศเยอรมันตะวันตก เดนมาร์ก และเนเธอร์แลนด์ เน้นราคามากกว่า
คุณภาพ ดังจะเห็นได้ว่าประเทศเหล่านี้นิยมบริโภคสับปะรดกระป๋องชนิดชิ้น(chunks)
และชนิดลิ้ม(tibbits) ซึ่งมียาต่ำกว่าชนิดแว่น แต่ทั้ง 2 กลุ่มก็นิยมสับปะรดกระป๋อง
ที่มีความหวานต่ำเหมือนกัน

กฎระเบียบทางการค้า

ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมีกฎระเบียบการนำเข้าหลายประการด้วยกัน อาทิ เช่น การกำหนดสิทธิพิเศษ GSP ซึ่งประเทศไทยก็ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าวสำหรับสับปะรด กล้วย และส้ม โดยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 12-15 เทียบกับอัตราทั่วไปร้อยละ 22-24 แต่ไทยก็ยังเสียเปรียบประเทศจากแอฟริกาที่ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าเลย

แคนาดา

โครงการตลาด

แคนาดานำเข้าผลไม้กระป๋องจากหลายส่วนของโลก จากออสเตรเลีย สหรัฐฯ และไทย ในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือประมาณ 15,000-17,000 ตันต่อปี นำเข้าจากยุโรป คือ กรีซ ประมาณ 10,000 ตันต่อปี นอกจากนั้นเป็นจากฟิลิปปินส์ เกือบ 8,000 ตัน และจากสเปน 6,000 ตัน (ตาราง 19) ชาวแคนาดานิยม สับปะรดกระป๋องจากไทยเนื่องจากมีคุณภาพดี และราคาไม่แพง ด้วยเหตุนี้ไทยจึง สามารถครองตลาดแคนาดาได้นานและส่วนแบ่งตลาดก็ขยายตัวขึ้นตามลำดับ

เมื่อเทียบสัดส่วนการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปยังตลาดแคนาดากับการ ส่งออกไปยังตลาดสำคัญอื่น ๆ คือ สหรัฐฯ ยุโรป และญี่ปุ่นแล้ว มีความสำคัญเป็น อันดับที่สาม สำหรับในปี 2532 การส่งออกไปแคนาดาลดลงจากปีก่อน ส่งออกได้ มูลค่า 304.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.85 ของมูลค่าการส่งออกรวม ลดลง จากปีก่อน 4.08 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.32 (ตาราง 20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ปริมาณการนำเข้าผลไม้กระป๋องของแคนาดาจากประเทศต่าง ๆ ในปี 2529

(ปริมาณ : ตัน)

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ประเทศ	ปริมาณ	สัดส่วน
ออสเตรเลีย	17,418	17.4
สหรัฐฯ	16,080	16.1
ไทย	14,789	14.8
กรีซ	10,538	10.5
ฟิลิปปินส์	7,923	7.9
สเปน	6,159	6.2
อื่น ๆ	27,156	27.1
รวม	100,063	100.0

ที่มา : (United Nation, 1986)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของแคนาดาจากประเทศไทย

(มูลค่า : ล้านบาท)

(ปริมาณ : ตัน)

ผลิตภัณฑ์	2531		2532	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สับปะรดกระป๋อง	20,350.5	275.4	22,745.4	273.9
เงาะกระป๋อง	134.5	2.3	53.9	1.4
ลำไยกระป๋อง	130.6	4.3	69.2	2.6
ลิ้นจี่กระป๋อง	130.3	4.5	142.6	4.7
เงาะสอดไส้	19.3	0.6	21.0	0.6
มะม่วงกระป๋อง	84.7	1.8	19.9	0.5
มะละกอกกระป๋อง	19.6	0.5	11.1	0.3
ฝรั่งกระป๋อง	3.2	0.1	5.9	0.1
กล้วยกระป๋อง	35.6	0.6	44.7	0.8
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	882.0	18.7	843.3	19.8
รวม	21,791.0	308.8	23,948.0	304.77

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531-32)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กฎระเบียบทางการค้า

แคนาดา มีระบบการค้าผลไม้กระป๋องแบบเสรี ไม่มีการกำหนดโควตาการนำเข้า และมีการเก็บภาษีในอัตราต่ำ หรือยกเว้นภาษีในกรณีของ GATT หรือ GSP เช่น ผลไม้กระป๋องจะมีอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 25 ในกรณีปกติ และภายใต้ GATT หรือ GSP จะยกเว้นภาษีนำเข้า สำหรับทางด้านการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่นำเข้าแคนาดาก็มีความเข้มงวดเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

ญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นมีโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องได้เองส่วนหนึ่ง แต่การผลิตก็ยังคงไม่เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นในแต่ละปีจึงมีการนำเข้าผลไม้กระป๋องจากประเทศผู้ผลิตต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้

โครงสร้างตลาด

ผลไม้กระป๋องที่ญี่ปุ่นนำเข้ามากที่สุดคือ พีช อันดับที่สองคือ สับปะรดกระป๋อง (ตาราง 21) ประเทศไทยก็สามารถครองตลาดนี้ได้มากในระดับที่ใกล้เคียงกับฟิลิปปินส์ คือประมาณ 7,000 ตันต่อปี (ตาราง 22) อันดับรองลงมา ได้แก่ มาเลเซีย และไต้หวัน ผลไม้กระป๋องที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ แอปเปิ้ล ผลไม้เมืองร้อน เช่น กล้วย มะม่วง มังคุด เป็นต้น เมื่อเทียบสัดส่วนการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นกับการส่งออกไปยังตลาดสำคัญอื่น ๆ คือ สหรัฐฯ ยุโรป และแคนาดาแล้ว มีลำดับความสำคัญเป็นอันดับที่สี่ สำหรับในปี 2532 การส่งออกไปญี่ปุ่นยังคงขยายตัวในเกณฑ์สูง สามารถส่งออกได้มูลค่า 227.73 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ

4.37% ของมูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นมูลค่า 35.9% โยชน์ด้านการค้าไม่อาจกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของญี่ปุ่น

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	2531		2532	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
พีชกระป๋อง	46,085	1,026.60	46,552	1,093.40
สับปะรดกระป๋อง	20,430	498.55	24,016	583.26
ส้มกระป๋อง	3,929	139.65	3,510	123.24
แพร์กระป๋อง	5,934	134.58	5,672	108.91
แอปเปิ้ลกระป๋อง	2,886	83.56	2,485	66.45
เชอร์รี่กระป๋อง	2,457	113.28	3,645	155.51
สตรอเบอรี่กระป๋อง	164	11.75	197	13.57
ผลไม้รวมกระป๋อง	9,953	273.73	9,513	274.10
ผลไม้เมืองร้อนต่าง ๆ	2,979	92.89	2,261	70.35
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	3,786	166.76	1,105	184.57
รวม	98,603	2,541.35	98,956	2,673.36

หมายเหตุ : ผลไม้เมืองร้อน ได้แก่ ก๊วยชัว อโวคาโด มะม่วง ฝรั่ง และมังคุด

ที่มา : (Foreign Trade Statistics of Japan, 1988-89)

ตารางที่ 22 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าสับประดกระป๋องของญี่ปุ่น

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2531		2532	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
จีน	2.04	0.04	19.05	0.31
ไต้หวัน	1,754.96	4.95	1,686.90	45.05
ไทย	7,298.19	162.00	9,550.71	204.31
สิงคโปร์	187.73	4.64	-	-
มาเลเซีย	3,791.59	82.36	4,232.07	99.63
ฟิลิปปินส์	6,697.39	182.66	7,070.35	197.58
อินโดนีเซีย	156.13	3.10	510.31	10.75
สหรัฐอเมริกา	450.00	12.65	625.11	18.80
แอฟริกาใต้	84.42	1.58	230.62	3.94
ออสเตรเลีย	7.14	0.14	905.45	1.88
รวม	20,429.59	498.54	24,015.66	583.26

หมายเหตุ : มูลค่าที่ตลาดเคลื่อนไหวมีผลมาจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

ที่มา : (Foreign Trade Statistics of Japan, 1988-89)

ล้านบาท หรือร้อยละ 18.71 (ตาราง 23)

สาเหตุสำคัญที่การส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นขยายตัวในอัตราที่สูงเนื่องจากญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงนโยบายจากประเทศผู้ส่งออกเป็นประเทศผู้นำเข้า แรงกดดันของสหรัฐฯ ทำให้ญี่ปุ่นเปิดตลาดมากขึ้น และการลงทุนและการย้ายฐานการผลิตของญี่ปุ่นมายังประเทศไทย ซึ่งผลผลิตส่วนหนึ่งจะถูกส่งกลับไปยังบริษัทแม่

กลุ่มผู้บริโภคผลไม้กระป๋องในญี่ปุ่นแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้ใช้อื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร และภัตตาคาร กลุ่มผู้บริโภคนั้นเน้นคุณภาพสินค้าที่ต้องมีหีบห่อที่ดี สะดวกต่อการเปิดบริโภค เช่น เปิดได้ง่ายโดยไม่ต้องใช้ที่เปิดกระป๋อง และในปัจจุบันชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคผลไม้กระป๋องที่มีน้ำตาลน้อย เนื่องจากมีการคำนึงถึงสุขภาพและกลัวความอ้วนเป็นอย่างมาก ส่วนกลุ่มทางด้านร้านอาหารหรือภัตตาคารที่นิยมซื้อผลไม้กระป๋องไปเป็นส่วนประกอบอาหาร เช่น พาย หรือขนมเค้ก ก็พิจารณาด้านราคาเป็นสำคัญ และมักนิยมซื้อผลไม้กระป๋องขนาดใหญ่ กลุ่มดังกล่าวนี้มีความสำคัญในสัดส่วนร้อยละ 30-35

กฎระเบียบทางการค้า

ญี่ปุ่นเป็นอีกประเทศหนึ่งที่เข้มงวดต่อการกำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลไม้กระป๋อง ผลไม้กระป๋องที่นำเข้าญี่ปุ่นต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของ Food Sanitation Law ซึ่งในทางปฏิบัตินั้น ผู้นำเข้าของญี่ปุ่นจะต้องยื่นแบบรายการที่มีรายละเอียดของสินค้าที่จะนำเข้าต่อ MOF (Ministry of Health and Welfare) ทางเจ้าหน้าที่ขององค์การนี้จะตรวจสอบเอกสารและบางครั้งจะตรวจสอบตัวอย่างสินค้าที่จะนำเข้าด้วย หากพบสิ่งบกพร่องก็จะส่งสินค้ากลับคืนผู้ส่งออกต่อไป นอกจากนี้การนำเข้ายังถูกเก็บภาษี

ในอัตราที่ค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 มูลค่าการนำเข้าผลไม้กระป๋องของญี่ปุ่นจากประเทศไทย

(มูลค่า : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	2531	2532
สับปะรดกระป๋อง	162.00	205.31
เงาะกระป๋อง	1.96	1.50
ลำไยกระป๋อง	1.41	1.33
ลิ้นจี่กระป๋อง	0.80	1.55
เงาะสดใส่	4.84	4.33
มะม่วงกระป๋อง	3.54	3.99
มะละกอกกระป๋อง	2.24	1.43
กล้วยกระป๋อง	0.14	-
ผลไม้อื่น ๆ กระป๋อง	14.90	8.29
รวม	191.83	227.73

หมายเหตุ : มูลค่าที่ตลาดเคลื่อนไหวมีผลมาจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531-32)

ประเทศอื่น ๆ

ประเทศที่นำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยนอกเหนือจากทั้ง 4 ประเทศ ที่กล่าวมาแล้ว ที่สำคัญได้แก่ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และซาอุดีอาระเบีย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในปี 2532 ร้อยละ 2.88, 2.49 และ 1.57 ตามลำดับ

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

ประเทศคู่แข่งในการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยในปัจจุบัน มีไม่น้อยกว่า 30 ประเทศ ประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออก ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เกาหลี ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น ประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกไปยังตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์

ฟิลิปปินส์

ผลไม้กระป๋องที่ฟิลิปปินส์ส่งออกที่สำคัญ ก็คือ สับปะรดกระป๋อง มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปีละ 1,948.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.17 (ตาราง 24) ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของฟิลิปปินส์ในปัจจุบันอยู่ที่ตลาดสหรัฐอเมริกา และประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยทั้งสองตลาดนี้นำเข้าผลไม้กระป๋องจากฟิลิปปินส์ในปี 2531 ถึง 1685.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 79.95 ของการส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด ตลาดรองลงไปคือตลาดเอเชีย ซึ่งได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง และเกาหลีใต้ ซึ่งนำเข้าผลไม้กระป๋องจากฟิลิปปินส์ ในปี 2531 เป็นมูลค่า 136.04 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.35 (ตาราง 25)

จะเห็นว่าฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดต่าง ๆ ทั้งหมด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 มูลค่าการส่งออกผลไม้กระป๋องของฟิลิปปินส์

(มูลค่า : ล้านบาท)

(สัดส่วน : ร้อยละ)

ปี	มูลค่ารวม	สัดส่วนการส่งออก	
		มูลค่า	สัดส่วน
2526	1,775.66	1,696.29	95.53
2527	2,192.51	2,049.12	93.46
2528	2,495.03	2,418.94	96.75
2529	2,395.88	2,200.61	91.85
2530	2,346.77	2,225.68	94.84
2531	2,277.28	2,108.08	92.57
เฉลี่ย		1,948.90	94.17

ที่มา : (Foreign Trade Statistics of Philippine, 1983-88)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 การกระจายตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องของฟิลิปปินส์

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2526	2527	2528	2529	2530	2531
สหรัฐอเมริกา	1,006.32	1,263.97	1,322.25	1,220.16	1,270.41	1,202.83
ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป	328.51	390.12	596.31	562.58	542.04	482.67
แคนาดา	72.29	75.00	163.72	112.03	129.99	85.16
ญี่ปุ่น	75.55	92.92	81.26	101.25	93.38	92.76
ฮ่องกง	34.59	32.53	50.39	45.81	39.00	35.48
สิงคโปร์	0.44	1.80	4.18	0.17	0.69	1.31
เกาหลีใต้	31.29	37.97	33.51	12.13	6.21	4.26
ประเทศอื่น ๆ	144.38	154.79	162.49	146.54	158.52	202.23
รวม	1,696.37	2,049.11	2,414.11	2,200.67	2,225.72	2,108.22

ที่มา : (Foreign Trade Statistics of Philippine, 1983-88)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากฟิลิปปินส์ เคยเป็นประเทศที่ผลิตสับปะรดกระป๋องส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่ในระยะเวลาที่ผ่านมาศักยภาพในการส่งออกของฟิลิปปินส์ได้ลดต่ำลง เนื่องจากปัญหาการเมืองภายในประเทศ เป็นเหตุให้ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในตลาดต่าง ๆ ลดลงไป ฟิลิปปินส์จึงพยายามที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดคืน โดยการลดราคาสินค้าลง

สถานการณ์การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย

ในการส่งเสริมการส่งออกและการตัดสินใจลงทุนทำการผลิตเพื่อการส่งออกนั้น สิ่งที่จะต้องพิจารณา คือ แนวโน้มในการส่งออกของประเทศในอนาคต โดยจะต้องพิจารณาแนวโน้มทั้งในด้านปริมาณและชีพพลายในตลาดโลก ประกอบกับแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกด้วย โดยทั่วไปแล้วแนวโน้มของตลาดและการแข่งขันเอื้ออำนวยแก่การขยายการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยเกือบทุกชนิดในอนาคต ตลาดที่มีช่องทางในการขยายการส่งออก ได้แก่ ญี่ปุ่น แคนาดา สหรัฐฯ ยุโรป และตะวันออกกลาง สำหรับตลาดในเอเชีย โดยเฉพาะสิงคโปร์และฮ่องกงนั้นมีช่องทางขยายการส่งออกในบางสินค้า

ผลไม้กระป๋องที่มีช่องทางในการส่งออกในอนาคตดีขึ้น ได้แก่ ลำไยกระป๋อง สำหรับสับปะรดกระป๋องนั้น ตลาดที่มีช่องทางในการส่งออกดีขึ้น ได้แก่ ยุโรป ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และออสเตรเลีย ส่วนตลาดที่มีช่องทางในการส่งออกลดลง ได้แก่ ตะวันออกกลาง ส่วนผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ๆ ตลาดที่มีช่องทางในการส่งออกดีขึ้น ได้แก่ สหรัฐฯ ส่วนที่ลดลง ได้แก่ ยุโรป และเอเชีย (ตาราง 26)

ตารางที่ 26 สรุปช่องทางในการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย

ผลิตภัณฑ์	แนวโน้มการ ขยายตัวของ ตลาดโลก	แนวโน้มความ สามารถในการ แข่งขันของไทย	ตลาดสำคัญที่ไทย มีช่องทางในการ ส่งออก	ช่องทางในการขยาย การส่งออกของไทย
ส้มประดกระป๋อง	ขยายตัวใน อัตราปานกลาง	ได้เปรียบ มากขึ้น	สหรัฐฯ ญี่ปุ่น แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย	แจ่มใส แต่ต้องควบคุม ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ มิให้เกิดรุนแรง ทั้งใน ปริมาณ คุณภาพ และราคา
เงาะกระป๋อง	ขยายตัวใน อัตราสูง	ได้เปรียบ มากขึ้น	สหรัฐฯ แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย ฮองกง สิงคโปร์	ค่อนข้างแจ่มใส แต่ต้อง ควบคุมปัญหาด้านวัตถุดิบ และควรมีนโยบายขยาย ออกไปนอกหมู่ชาวเอเชีย
ลำไยกระป๋อง	ขยายตัวใน อัตราสูง	ได้เปรียบ มากขึ้น	สหรัฐฯ ยุโรป ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง เอเชีย	ค่อนข้างแจ่มใส แต่ต้อง แข่งขันกับการส่งออกใน รูปลำไยสด
เงาะสดใส่ ส้มประดกระป๋อง	ขยายตัวใน อัตราสูง	ได้เปรียบ มากขึ้น	สหรัฐฯ ญี่ปุ่น แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย ฮองกง สิงคโปร์ ตะวันออกกลาง	ค่อนข้างแจ่มใส
ลิ้นจี่กระป๋อง	ขยายตัวใน อัตราสูง	ได้เปรียบ มากขึ้น	สหรัฐฯ ยุโรป ออสเตรเลีย เอเชีย ตะวันออกกลาง	ค่อนข้างแจ่มใส เพราะ สามารถขยายการผลิตลิ้นจี่สด ได้มากขึ้นแต่ต้องแข่งกับตลาด บริโภคสด
มะม่วงกระป๋อง	ขยายตัวใน อัตราปานกลาง	ได้เปรียบ มากขึ้น	สหรัฐฯ แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย	ค่อนข้างแจ่มใส
กล้วยกระป๋อง	ขยายตัวใน อัตราปานกลาง	ได้เปรียบ มากขึ้น	สหรัฐฯ แคนาดา ยุโรป ออสเตรเลีย สิงคโปร์	ค่อนข้างแจ่มใส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม, 2531)
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาและแนวทางการพัฒนา

แม้ว่าการผลิตและการตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทยจะมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงในแต่ละปีก็ตาม แต่ก็ยังมีปัญหาและอุปสรรคมากมายที่อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องต้องเผชิญอยู่ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้บางปัญหาก็ยังมิได้รับการแก้ไขจากผู้ที่เกี่ยวข้อง บางปัญหาก็กำลังอยู่ในขั้นตอนของการแก้ไข แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดด้านอื่น ๆ เกิดขึ้นตามมาอีกในหลาย ๆ ด้าน และหลาย ๆ ประเด็น ซึ่งทำให้ความได้เปรียบของผู้ผลิตและผู้ส่งออกในประเทศทางด้านต่าง ๆ ลดน้อยลงไป

ปัญหาทางการผลิต

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ

ปัจจุบันการทำสวนผลไม้โดยส่วนใหญ่ยังมิได้มีเป้าหมายการปลูกเพื่อป้อนโรงงาน จึงมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในเรื่องปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ ตลอดจนด้านราคาของวัตถุดิบ

1.1 ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เมื่อพิจารณาจากกำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตจริงของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องแล้ว จะเห็นได้ว่าโรงงานต่าง ๆ ผลิตผลไม้กระป๋องได้ต่ำกว่ากำลังการผลิตถึงร้อยละ 50.5 และสาเหตุสำคัญก็มาจากการขาดแคลนผลไม้สดป้อนโรงงานนั่นเอง การขาดแคลนผลไม้สำหรับป้อนโรงงานนั้นมีสาเหตุมาจากความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับโรงงานยังไม่ดีพอ โรงงานได้ทำสัญญากับ

เกษตรกรเป็นแบบเอกลีสารที่สวนผลไม้ที่ปลูกไว้เพื่อใช้ป้อนโรงงานเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เกษตรกรนำผลไม้ไปขายที่อื่นได้ ซึ่งเป็นการกีดกันเกษตรกรไม่ให้สามารถนำผลไม้ไปขายที่อื่นได้ ซึ่งสวนผลไม้ที่ปลูกไว้เพื่อใช้ป้อนโรงงานนั้น ไม่อนุญาตให้เกษตรกรนำผลไม้ไปขายที่อื่นได้ ซึ่งเป็นการกีดกันเกษตรกรไม่ให้สามารถนำผลไม้ไปขายที่อื่นได้

เกษตรกรให้ขายผลผลิตให้แก่โรงงาน แต่นาน ๆ ไปได้การปฏิบัติตามสัญญาที่หย่อนลง เช่น เกษตรกรเห็นว่าเมื่อปลูกได้ผลผลิตออกมาแล้วก็ควรเอาไปขายให้แก่พ่อค้าคนกลางหรือเอาไปขายเสียเองก็จะได้ราคาดีกว่าเอามาส่งให้โรงงาน และโรงงานบางแห่งรับซื้อผลไม้สดจากพ่อค้าคนกลาง ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบสูง และถ้าผลไม้มิมีราคาดีพ่อค้าคนกลางก็จะนำไปจำหน่ายในท้องตลาดเสียแทนที่จะขายให้แก่โรงงาน นอกจากนี้ในบางครั้งโรงงานก็จำเป็นต้องรับซื้อผลไม้จากพ่อค้าคนกลางในราคาสูง เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการ

1.2 ปัญหาจากความไม่สม่ำเสมอของวัตถุดิบที่นำมาป้อนโรงงาน ปัญหานี้ส่งผลกระทบต่อทั้งโรงงานและเกษตรกร และมักจะเกิดเมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยว กล่าวคือ เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวปริมาณผลไม้นี้ที่นำมาป้อนโรงงานจะมีมากเกินไปกำลังการผลิตของโรงงาน ประกอบกับการเก็บสต็อกวัตถุดิบไว้มาก ๆ ทำได้ยาก และมีปัญหาด้านอายุของการเก็บรักษาผลไม้นี้สดเนื่องจากเน่าเสียง่าย เป็นเหตุให้เกษตรกรต้องแข่งขันกันเองในการเสนอขายผลไม้ แต่เมื่อสิ้นฤดูเก็บเกี่ยวก็ขาดแคลนผลไม้นี้สด ทำให้โรงงานใช้กำลังการผลิตได้อย่างไม่เต็มความสามารถ

1.3 ปัญหาเรื่องมาตรฐานหรือคุณภาพของวัตถุดิบ เนื่องจากเกษตรกรยังคงเคยชินกับการปลูกผลไม้เพื่อป้อนตลาดผู้บริโภคสด โดยเฉพาะสับปะรด จึงทำให้นิยมปลูกสับปะรดผลโต ๆ ขนาดหนัก 3-4 กิโลกรัม แต่โรงงานสับปะรดกระป๋องต้องการสับปะรดขนาดผลละ 1.2-2.5 กิโลกรัม ซึ่งมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 10-14.5 เซนติเมตร เพราะเป็นขนาดที่พอเหมาะกับการบรรจุและการบรรจุกระป๋อง แต่การที่สับปะรดที่นำไปบรรจุกระป๋องมีผลโตเกินไป จะทำให้เนื้อสับปะรดที่ตัดบรรจุลงกระป๋องมีแกนหรือไส้ในติดอยู่ด้วยมากเกินไป (ตามมาตรฐานสากล สับปะรดกระป๋องจะต้องมีแกนหรือไส้ในติดอยู่ไม่เกินร้อยละ 6) ทำให้ผลผลิตไม่ได้มาตรฐานและขาดความเชื่อถือจากผู้ซื้อ

2. ปัญหาทางด้านต้นทุนการผลิต

อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของไทยยังมีต้นทุนการผลิตสูง เพราะวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูง สำหรับแผ่นเหล็กอาบตะกั่ว (tin plate) ที่ใช้ทำกระป๋องบรรจุ ซึ่งส่วนมากต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เนื่องจากแผ่นเหล็กอาบตะกั่วที่ผลิตภายในประเทศเองยังมีจำนวนน้อยและคุณภาพก็ยังไม่ดีของต่างประเทศไม่ได้ แต่การนำวัตถุดิบเหล่านี้เข้ามานั้น ทางกรมศุลกากรมีระเบียบการที่จะต้องวางมัดจำค่าภาษีอากรเป็นเงินสด เมื่อมีการส่งออกแล้วทางกรมศุลกากรจะคืนภาษีให้ 7 ใน 8 ส่วน แต่การขอรับคืนนี้มีพิธีการมากและล่าช้า ทำให้ผู้ผลิตต้องเสียดอกเบี้ยสำหรับเงินค่าภาษีอากรที่กรมศุลกากรเรียกเก็บไว้ อันเป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นด้วย ส่วนกระดาษสำหรับใช้ทำกล่องบรรจุผลไม้กระป๋องซึ่งต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศก็เป็นวัตถุดิบอีกชนิดหนึ่งที่มีราคาแพง ทำให้ผู้ผลิตต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับทำกล่องบรรจุผลไม้กระป๋องสูงขึ้นจริงอยู่กระดาษทำกล่องดังกล่าวผลิตขึ้นได้ในประเทศแล้วแต่คุณภาพก็ยังด้อยกว่าของต่างประเทศเพราะความเหนียวของกระดาษยังมีไม่มากพอ เมื่อนำมาทำกล่องบรรจุผลไม้กระป๋องก็จะทำให้กล่องแตกหรือฉีกขาดได้ง่าย ดังนั้นผู้ผลิตผลไม้กระป๋องจึงยังนิยมใช้กระดาษทำกล่องจากต่างประเทศอยู่ นอกจากนี้วัตถุดิบที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งก็คือ น้ำตาล แม้ว่าประเทศไทยจะผลิตน้ำตาลได้เกินความต้องการ แต่โรงงานผลไม้กระป๋องก็ต้องซื้อน้ำตาลในราคาสูง เนื่องจากราคาน้ำตาลในประเทศสูงกว่าต่างประเทศมาก โดยราคาน้ำตาลในประเทศไทยมีราคากระสอบละประมาณ 1,000 บาท ส่วนราคาน้ำตาลในต่างประเทศนั้นราคาประมาณกระสอบละ 600 บาท

3. ปัญหาทางด้านแรงงาน

เนื่องจากอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องค่อนข้างจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานมาก (labour intensive) เพื่อทำหน้าที่คว้านเมล็ดและคัดเลือกคุณภาพของผลไม้ก่อนป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต เพราะเครื่องจักรจะช่วยให้เพียงการบรรจุและการฉีกกระป๋องเท่านั้น จึงเป็นเหตุให้ค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงานสูงมาก ดังจะเห็นว่าต้นทุนด้านแรงงานของอุตสาหกรรมนี้ทั้งระบบสูงถึงร้อยละ 6.8 ขององค์ประกอบต้นทุนการผลิตรวม (ตาราง 10) อีกทั้งในระยะที่ผ่านมาประเทศไทยมีการลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น ผู้ผลิตบางรายจึงมีความวิตกว่าต้นทุนการผลิตจะสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาการเข้าออกงานบ่อยครั้งและแรงงานขาดความชำนาญที่เพียงพอ

4. ปัญหาด้านเงินทุน

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันสูง แต่อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของไทยยังต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยเงินกู้ตามอัตราตลาดการค้าทั่วไป ในขณะที่อุตสาหกรรมประเภทเดียวกันในประเทศผู้แข่งขันรับภาระดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำกว่าสำหรับประเทศไทยนั้นอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องไม่อยู่ในข่ายที่จะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ แหล่งเงินทุนที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้คือธนาคารพาณิชย์ จึงทำให้โรงงานอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ในอัตราสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลไม้กระป๋องต้องผลิตในฤดูที่มีวัตถุดิบมาก ๆ ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้เงินทุนในระยะนี้เป็นจำนวนมาก เมื่อโรงงานมีทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ก็จำเป็นต้องกู้โดยยอมเสียดอกเบี้ยในอัตราสูงเพราะไม่มีทางเลือก ผลก็คือทำให้ต้นทุนการผลิตสูงและความสามารถที่จะแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ คือลดลง

5. ปัญหาเกี่ยวกับการร่วมลงทุนกับชาวต่างประเทศ

เนื่องจากนักลงทุนในประเทศขาดแคลนเงินทุน จึงแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยใช้วิธี
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ท่านไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร่วมลงทุนกับบริษัทอุตสาหกรรมผลไม้มักะป่องที่มีชื่อเสียงและมีฐานะมั่นคงของต่างประเทศ โดยทำการผลิตและส่งออกจำหน่ายในตลาดโลกภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทนั้น วิธีการเช่นนี้ช่วยแก้ไขปัญหาคาราคาถนองเงินทุนได้ก็จริงแต่ก็ก่อปัญหาในระยะยาวขึ้น คือ อุตสาหกรรมนี้ไม่สามารถเป็นตัวของตัวเองได้ ต้องพึ่งพาชาวต่างประเทศอยู่เรื่อยไป

6. ปัญหาสาธารณสุขโลก

ปัญหานี้ประกอบด้วยปัญหาด้านพลังงานและปัญหาน้ำสำหรับการผลิต ในด้านพลังงานนั้นผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่เผชิญปัญหาค่อนข้างจะรุนแรงมากใน 2 ลักษณะ คือ ปัญหาไฟฟ้าดับบ่อย ทำให้ต้องหยุดเครื่องจักรผลิตเป็นช่วง ๆ ส่งผลให้วัตถุดิบที่เตรียมป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตเกิดเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพ ในอีกด้านหนึ่งนั้น ปัญหาราคาไฟฟ้าที่ทางการกำหนดในอัตราที่ก้าวหน้าได้กระทบต่ออุตสาหกรรมผลไม้มักะป่องอย่างมาก เพราะหากมีการผลิตมากค่าใช้จ่ายด้านพลังงานก็จะยิ่งสูงเพิ่มขึ้น ซึ่งผิดหลักการผลิตในประเด็นที่ว่าหากผลิตสินค้ามากต้นทุนต่อหน่วยควรจะถูกลง ส่วนเรื่องน้ำสำหรับการผลิตนั้น ปัญหาสำคัญก็คือ บางช่วงการผลิตบางโรงงานประสบกับปัญหาการขาดแคลนน้ำสำหรับใช้ในการผลิต ทำให้กระทบต่อการวางแผนการใช้กำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง และทำให้ผลิตไม่ได้เต็มที่ นอกจากนี้ต้นทุนของน้ำที่ใช้ยังอยู่ในเกณฑ์ที่สูง เพราะอัตราค่าน้ำที่รัฐบาลกำหนดเป็นอัตราที่ก้าวหน้า ทำให้โรงงานต้องคำนึงว่าจะผลิตสูงสุดเท่าใด การขยายการผลิตจึงทำได้ยาก

แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิต

1. การแก้ไขปัญหาระยะผลไม้มักะป่องไม่เพียงพอหรือมีไม่สม่ำเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารแก้ไขปัญหานี้ควรจะมีมุ่งเน้นที่การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรไทยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับโรงงานให้เป็นไปอย่างที่เราจะเป็น โดยให้เกษตรกรเกิดความมุ่งมั่นที่จะขายผลผลิตให้กับโรงงานแทนที่จะนำเอาไปขายเองหรือขายให้กับพ่อค้าคนกลาง และโรงงานก็ควรมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิตให้กับเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตได้ตรงกับความต้องการของโรงงาน เช่น มีคุณภาพและขนาดตามที่โรงงานต้องการ มีการผลิตนอกฤดูการผลิต อันจะเป็นผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นและเกิดความซื่อสัตย์ต่อโรงงาน อย่างไรก็ตามสำหรับปัญหาเรื่องการขาดแคลนผลไม้สดป้อนโรงงานนั้น ทางโรงงานผลไม้กระป๋องควรพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการขยายไร่ของโรงงานให้เพิ่มขึ้น แต่การขยายไร่เช่นนี้จะต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และจะทำให้โรงงานต้องมีการหนี้สินกับสถาบันการเงินมากขึ้น รัฐบาลจึงควรพิจารณาให้ความช่วยเหลือการดำเนินงานเพื่อแก้ปัญหาด้านนี้ของโรงงานด้วย

2. หาทางลดต้นทุนการผลิตต่าง ๆ ลง

กล่าวคือลดราคาและค่าใช้จ่ายของวัตถุดิบต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบ เช่น ลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตของโรงงานลงให้เหลือน้อยที่สุด พยายามสนับสนุนให้มีการปรับปรุงคุณภาพของแผ่นเหล็กเคลือบคิงกุกที่ใช้ทำกระป๋องและกระดาษสำหรับใช้ทำกล่องบรรจุผลไม้กระป๋องในประเทศให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้โรงงานสามารถหันมาใช้วัตถุดิบที่ผลิตขึ้นในประเทศแทนการสั่งซื้อจากต่างประเทศดังเช่นปัจจุบัน อันจะทำให้ประหยัดรายจ่ายไปได้มากและเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศด้วย นอกจากนี้รัฐบาลควรหาทางช่วยลดราคาน้ำตาลและรักษาราคาให้อยู่ในเสถียรภาพ ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนการผลิตและช่วยให้ผู้ผลิตสามารถวางเป้าหมายการผลิตได้แน่นอนยิ่งขึ้น อันจะเป็นการช่วยเหลือการส่งออกได้อีกทางหนึ่ง

3. พยายามปรับปรุงบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การที่โรงงานผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเพื่อให้ใกล้แหล่งวัตถุดิบนั้น เป็นการช่วยกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจไปสู่ชนบทได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องควรจะให้บริการต่าง ๆ ที่จำเป็นเพื่อเป็นการสนับสนุน เช่น เส้นทางคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ตลอดจนน้ำประปา ไฟฟ้า อย่างเพียงพอ ในราคาถูก

4. ให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุน

เนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของไทยในปัจจุบันต้องประสบกับปัญหาการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน และต้องรับภาระดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ในอัตราสูง ในขณะที่อุตสาหกรรมประเภทเดียวกันในประเทศอื่น ๆ ได้รับความช่วยเหลือให้ได้รับสินเชื่อจากรัฐบาลในอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่ามาก ด้วยเหตุนี้จึงมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงจนแทบจะไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ รัฐบาลจึงควรให้ความช่วยเหลือในด้านนี้อย่างจริงจังเป็นพิเศษ การช่วยเหลือของรัฐบาลนั้นอาจทำได้โดยการให้การค้ำประกันผ่านทางธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารพาณิชย์ โดยบริษัทผู้ผลิตยอมให้ธนาคารพาณิชย์เข้าควบคุมโรงเก็บสินค้าของบริษัท และถือเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน ธนาคารพาณิชย์มีสิทธิส่งพนักงานเข้าคุมโรงเก็บสินค้า และเมื่อมีการตกลงซื้อขายกับต่างประเทศแล้วให้ธนาคารจ่ายเงินกู้ให้แก่โรงงานร้อยละ 70 ตามราคา F.O.B. และสำหรับการชำระหนี้เงินกู้นั้น เมื่อสินค้าได้ลงเรือแล้วให้ธนาคารหักเงินกู้ตามจำนวนร้อยละ 70 พร้อมทั้งดอกเบี้ยด้วย ส่วนอีกร้อยละ 30 เป็นของโรงงาน ซึ่งจะใช้เปิดเครดิตหมุนเวียนต่อไป

นอกจากนี้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนควรจะได้พิจารณาขยายเวลาการส่งเสริมให้ยาวขึ้นด้วยในส่วนทางด้านการทำสวนผลไม้ของเกษตรกรที่ต่างคนต่างทำโดยขึ้นด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรณีไปใช้

และกระจัดกระจายมากนั้น ควรช่วยเหลือและให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการรวมตัวกัน เพื่อขอรับการส่งเสริมการลงทุนทางด้านการทำสวนขนาดใหญ่ ตามเงื่อนไขของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ว่า ให้เกษตรกรที่รวมกลุ่มและนำที่ดินมารวมกันตั้งแต่ 1,000 ไร่ขึ้นไป มาขอรับการส่งเสริมการลงทุนได้

แนวทางในการพัฒนาการผลิตผลไม้กระป๋อง

การผลิตอาหารให้มีเพียงพอสำหรับการบริโภคนั้นนับว่ามีความสำคัญมาก แต่คุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยต่อการบริโภคก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ มีคุณภาพประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้ยังจะเป็นผลดีต่อภาพพจน์ของการส่งออก ทำให้เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ และสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ได้

กระทรวงสาธารณสุขซึ่งมีหน้าที่โดยตรงในการคุ้มครองผู้บริโภคและสนับสนุนการส่งออกด้านอาหาร ก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงได้บรรจุเรื่องการพัฒนาคุณภาพผลไม้กระป๋องเข้าไปในแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาทุกฉบับ จนกระทั่งในแผนพัฒนาฯ ฉบับล่าสุด คือฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ก็ยังคงเน้นความสำคัญของเรื่องนี้อยู่ และได้พยายามหาแนวทางและกลวิธีที่จะทำให้การพัฒนาคุณภาพสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย กลวิธีหนึ่งที่น่ามาใช้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ก็คือ การส่งเสริมให้มีการนำเอาหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP) มาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้กระป๋อง การพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้กระป๋องให้ได้คุณภาพมาตรฐานและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องมีการพัฒนาทั้งทางภาครัฐบาลและเอกชน ตลอดจนจะต้องมีการร่วมมือประสานงานกันอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งจะชกกล่าวถึงรายละเอียด

ต่อไปนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาทางภาครัฐบาล

1. การพัฒนาการกำหนดคุณภาพมาตรฐาน ทั้งที่ใช้บังคับและใช้เป็นแนวทางในการผลิตและการควบคุม จะต้องมีการปรับปรุงให้ทันกับสภาวะการปัจจุบันและทัดเทียมกับมาตรฐานสากลหรือมาตรฐานของประเทศผู้ซื้อตลอดเวลา ทั้งนี้จะต้องมีการร่วมมือและประสานงานกันระหว่างหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในทางปฏิบัติ รวมทั้งจะต้องมีการจัดทำมาตรฐานการผลิต โดยเฉพาะการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) สำหรับผลไม้กระป๋องแต่ละชนิด เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมและผู้ผลิต

2. พัฒนาบุคลากรและทรัพยากรให้มีปริมาณเพียงพอและมีขีดความสามารถสูง ตลอดจนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านควบคุม ตรวจสอบ ตรวจสอบวิเคราะห์อาหาร ในด้านการพัฒนาบุคลากรจะต้องส่งเสริมให้มีการพัฒนาพื้นความรู้และวิชาการ ตลอดจนเรียนรู้เทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีการประสานงานทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนประสบการณ์ ซึ่งอาจทำได้โดยการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมการตรวจสอบอาหารขึ้น เพื่อพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบอาหาร รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรของหน่วยงานของรัฐมีโอกาสศึกษาหรือฝึกอบรมทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความสามารถ ความชำนาญเฉพาะด้านขึ้น การขอความช่วยเหลือในรูปของผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ มาช่วยฝึกฝนเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานก็เป็นวิธีหนึ่งในการพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานนั้น

สำหรับทรัพยากรในรูปของเครื่องมือ เครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ ก็จะต้องพัฒนาให้มีปริมาณเพียงพอ ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการใช้งานสูง คือ รวดเร็วและถูกต้อง ในการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้กระป๋องจะต้องมีการพัฒนาห้องปฏิบัติการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง รวดเร็ว

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต่ออ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และถูกต้องแม่นยำ รวมทั้งมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยครบถ้วน ซึ่งแนวทางที่จะทำได้
 หนึ่งก็คือ เพิ่มงบประมาณสำหรับการนี้ให้สูงขึ้น ตลอดจนการขอความช่วยเหลือในรูปแบบของ
 เครื่องมือและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศหรืออาจจะขอจากภาคเอกชนในบางส่วน เป็นต้น
 การพัฒนาบุคลากรและทรัพยากรจะต้องกระทำควบคู่กันไป เพื่อให้มีการพัฒนาที่ทันกัน ซึ่ง
 จะให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานดีขึ้น และได้ผลคุ้มค่ากับการลงทุน

3. สนับสนุน ส่งเสริม ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการออกทะเบียน ใบ
 วิเคราะห์ หรือใบรับรองต่าง ๆ โดยการพยายามจัดปัญหา อุปสรรค ข้อขัดข้อง
 ตลอดจนความล่าช้าทั้งหลายที่อาจมีขึ้น ซึ่งอาจจะกระทำได้โดยการปรับปรุงขั้นตอนของ
 การทำงานของหน่วยงาน จัดความซ้ำซ้อนของงานออกไป เกี่ยวกับการตรวจ
 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ควรสนับสนุนและรับรองการจัดตั้งห้องปฏิบัติการตรวจสอบอาหารของ
 เอกชน โดยให้มีห้องปฏิบัติการกลาง (central laboratory) ของรัฐเป็นผู้ควบคุม
 และสอบเทียบมาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกและตัดปัญหาความล่าช้า เนื่องจาก
 ห้องปฏิบัติการของรัฐมีจำนวนจำกัดและไม่เพียงพอกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม
 อีกประการหนึ่งก็คือการปรับปรุงลักษณะการออกทะเบียนหรือใบวิเคราะห์ ตลอดจนใบ
 รับรองต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานหรือความต้องการของต่างประเทศ เพื่อจัด
 ปัญหาการไม่ยอมรับจากต่างประเทศ ดังนั้นจึงควรมีการประสานงานกับต่างประเทศ
 อย่างใกล้ชิดด้วย ทั้งนี้รวมถึงการรักษามาตรฐานการผลิตที่ดีไว้เพื่อสร้างความเชื่อมั่น
 ของผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศไว้

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการผลิตผลไม้กระป๋องสำหรับบริโภคภายใน
 ประเทศและส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ ให้มีความปลอดภัยและมีคุณภาพมาตรฐาน
 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินการตามโครงการยกระดับมาตรฐานการ
 ผลิตผลไม้กระป๋อง เพื่อส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมได้ปรับปรุงการผลิตของตนให้ถูก

ต้องตามหลักเกณฑ์และวิธีการผลิตที่ดี (GMP) โดยพยายามหาแนวทางเพื่อกระตุ้นให้ผู้ผลิต

ไม่ฉ้อฉลใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เห็นความสำคัญของการพัฒนามาตรฐานการผลิต ซึ่งจะรวมถึงการจัดการแบ่งเกรด โรงงานผู้ผลิต ให้เกียรติบัตรแก่โรงงานที่มีการผลิตดีเด่น ออกใบรับรองมาตรฐาน การผลิตและรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ในการส่งออก โดยอาจจะจัดตั้ง คณะกรรมการทำงานเฉพาะกิจหรือคณะกรรมการที่มาจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องขึ้น เพื่อดำเนินการต่อไป รวมทั้งสนับสนุนให้มีการจัดหลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้ผลิตผลไม้ ฝึกอบรม โดยเน้นด้านต่าง ๆ เช่น การควบคุมคุณภาพการใช้เครื่องมือเข้าชื่อ ฯลฯ

4. พัฒนาด้านบริการข่าวสารข้อมูล จะต้องมีการพัฒนาระบบข่าวสารข้อมูล ให้ทันกับเหตุการณ์ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาสภาวะแนวโน้มและความต้องการของ ตลาดต่างประเทศ ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านอุตสาหกรรมผลิต ผลไม้กระป๋อง ระบบการบริการจะต้องเหมาะสม มีการนำระบบการสื่อสารและ ประมวลผลที่ทันสมัย และต้องมีการประสานเครือข่ายกับต่างประเทศ อันจะเป็นผล ให้สามารถมีอำนาจในการต่อรองกับตลาดต่างประเทศได้

5. ปรับปรุงโครงสร้างความรับผิดชอบของหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมผลิตผลไม้กระป๋องให้เหมาะสมรัดกุม เพื่อจัดปัญหาความล่าช้า ช้าซ้อน ของงาน โดยจะต้องมีการร่วมมือประสานงานกันอย่างใกล้ชิดตั้งได้กล่าวแล้วข้างต้น การปรับปรุงโครงสร้างบางครั้งจะเห็นได้ว่าจะต้องอาศัยการกระจายอำนาจ เพื่อให้ การปฏิบัติงานมีความคล่องตัวขึ้น ตัวอย่างเช่น การให้บริการต่าง ๆ ด้านอุตสาหกรรม ก็จัดให้มีขึ้นเป็นศูนย์ตามจังหวัดต่าง ๆ แทนที่จะมีอยู่เฉพาะในส่วนกลางเพียงแห่งเดียว ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วกว่าอุตสาหกรรมและเกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน

การพัฒนาทางภาคเอกชน(อุตสาหกรรม)

1. จะต้องนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต ตลอดจนปรับปรุง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต วิธีการผลิตให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งเรื่องนี้ จำเป็นจะต้องมีการลงทุนบ้าง หากว่าการลงทุนนี้อยู่ในกำลังความสามารถและเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าในระยะยาวก็ควรที่ผู้บริหารของโรงงานจะนำไปพิจารณา จากสภาพการผลิตในปัจจุบันเป็นที่เชื่อกันว่าหากไม่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีแล้วก็จะสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ซื้อและแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้

2. การพัฒนาบุคลากร จำเป็นจะต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยี เช่นเดียวกับที่ได้กล่าวมาแล้วในการพัฒนาในภาครัฐบาล จะต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญให้เหมาะสมและเพียงพอกับสายงานที่ปฏิบัติ ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานควรจะต้องมีความรู้ มีประสบการณ์ โดยผ่านการศึกษาจากสถาบันที่มีการสอนด้านเทคโนโลยี การอาหหารโดยเฉพาะหรือมีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ที่เพียงพอ ควรส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานโดยจัดให้มีการฝึกอบรมสำหรับผู้ปฏิบัติงานในโรงงานของตน หน่วยงานของรัฐเองก็มีส่วนในการพัฒนาบุคลากรของภาคอุตสาหกรรม โดยจัดให้มีการอบรม สัมมนาบุคลากรของโรงงานผู้ผลิต เพื่อยกระดับและเพิ่มพูนความรู้ด้านวิชาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาจจัดให้มีการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น บางหลักสูตรขึ้นสำหรับการปฏิบัติงานเช่น หลักสูตรการควบคุมคุณภาพ หลักสูตรการใช้หม้อน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้อาจจะมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานในการผลิตที่มีหน้าที่เฉพาะอย่าง กล่าวคือ จะต้องผ่านการศึกษาจากสถาบันที่ทางราชการรับรองหรือผ่านหลักสูตรการฝึกอบรมที่ทางราชการรับรอง

การนำระบบ Q.C. circle มาใช้ในการพัฒนาบุคลากรของโรงงาน ก็น่าจะมีผลดี เนื่องจากสามารถที่จะเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้วิเคราะห์ลักษณะของการปฏิบัติและปรับปรุงการทำงานของตนให้เกิดผลดียิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารพัฒนาสายงานหรือโครงสร้างของระบบการผลิต อนุญาตให้ผู้บริหารงานโยชนด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับสูงจะต้องเห็นความสำคัญในการพัฒนาสายงานหรือโครงสร้างของระบบผลิต เพื่อให้มีหน่วยงานหรือแผนกต่าง ๆ ที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอตามความจำเป็น และหน่วยงานหรือแผนกนั้นจะต้องมีอิสระในการดำเนินงานได้ตามสมควร เพื่อให้สามารถควบคุมกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดได้อย่างเป็นระเบียบ ตามสายงานและขั้นตอนการผลิต

ปัญหาทางการตลาดส่งออก

1. ลักษณะการค้าของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมักมีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

ซึ่งทำให้ผู้ผลิตเสียเปรียบ คือขายได้ในราคาต่ำกว่าที่ควรจะได้รับ ทั้งนี้ เพราะราคาผลไม้กระป๋องมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ การมีข้อผูกมัดในลักษณะที่ต้องทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า เช่นนี้จะเกิดขึ้นกับบริษัทที่มีปัญหาเรื่องเงินทุนและขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน จึงจำเป็นต้องทำสัญญาขายล่วงหน้าให้แก่ผู้ซื้อในต่างประเทศในราคาที่ต่ำกว่าตลาดโลก เพื่อที่จะได้นำเงินมาใช้ในการดำเนินงาน การขายในลักษณะนี้ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศไปแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ธนาคารแห่งประเทศไทยได้พยายามแก้ไขปัญหานี้โดยการขยายสินเชื่อเพื่อการอุตสาหกรรม (industrial loan) เพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก แต่พิธีการที่จะไปชอาก็ยุ่งยาก ใช้เวลามาก จึงไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ส่งออกนัก

2. ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของรัฐไม่เพียงพอและขาดประสิทธิภาพ

ผู้ส่งออกมักประสบกับปัญหาในด้านการติดต่อในเรื่อง เรือบรรทุกสินค้าและ การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ รวมทั้งขาดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการ

ขนถ่ายสินค้า อึ่งในระยะที่ผ่านมาการส่งออกสินค้าของไทยขยายตัวสูงมากกว่าร้อยละ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่วารณี่ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

30 ต่อปี ทำให้ความต้องการเรือบรรทุกสินค้าและตู้คอนเทนเนอร์เพิ่มขึ้นอย่างมาก ขณะเดียวกันโกดังสำหรับพักสินค้าใกล้ท่าเรือก็มีไม่มากพอและมีการขึ้นราคา ส่งผลให้ต้นทุนด้านการตลาดต้องเพิ่มสูงขึ้นไปด้วย

3. ปัญหาเรื่องอัตราค่าระวางเรือ

การส่งผลไม้กระป๋องของไทยไปจำหน่ายต่างประเทศต้องเสียค่าระวางเรือ สูงกว่าประเทศคู่แข่ง นอกจากนั้นการทำเรือของไทยคับคั่งและขาดความสะดวก ก็ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้า ตลอดจนถึงการนำเรือเข้าเทียบท่ามีอัตราค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตราค่าระวางเรือนี้ทำให้การจำหน่ายไม่เป็นที่ไปตามแผนที่กำหนดไว้ ปัญหาในเรื่องอัตราค่าระวางเรือดังกล่าวเป็นสาเหตุประการหนึ่งที่ทำให้ผลไม้กระป๋องของไทย ไม่อาจจะแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกมีราคาสูงขึ้น ก็จะมีผลกระทบต่อเรือให้ค่าระวางเรือเพิ่มตามไปด้วย

4. ปัญหาเรื่องการกีดกันทางการค้าและภาษีนำเข้า

ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ มีมาตรการกีดกันทางการค้า(Protectionism) ออกมาอยู่เรื่อย ๆ เช่น มีการกำหนดภาษีนำเข้าหลายอัตราและมีโควตาการนำเข้า เป็นต้น ผู้ส่งออกของไทยต้องประสบกับปัญหาในการแข่งขันกับกลุ่มประเทศแอฟริกา ซึ่งเป็นสมาชิกสหประชาชาติ (Associate members) ของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เช่น เคนยา และไอเวอรีโคสต์ เพราะประเทศดังกล่าวสามารถส่งผลไม้กระป๋องเข้าไปในประชาคมฯ ได้โดยไม่ต้องเสียภาษีศุลกากร ในขณะที่ผู้ส่งออกของไทยต้องเสียภาษีถึงร้อยละ 24 ยกเว้นปริมาณที่ได้รับสิทธิพิเศษซึ่งประชาคมฯ ให้กับกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา โดยจัดเก็บภาษีขาเข้าร้อยละ 12 - 15 ตามจำนวนโควตา ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละปี แต่แม้จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในโอกาสพิเศษเท่านั้น เมื่อผู้ใช้เห็นหน้าใบเสร็จประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าการณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีภาระนำไปใช้

ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าวแล้วก็ตาม ประเทศไทยก็คงอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบในการแข่งขันกับกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปอยู่นั่นเอง นอกจากนี้ปัญหาเรื่องภาษีนำเข้าหลายอัตราแล้ว ประเทศผู้ซื้อบางประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งญี่ปุ่นก็มีการกำหนดอัตราภาษีสูงมาก คือร้อยละ 28 และยิ่งกำหนดมาตรฐานไว้อีกด้วย จึงทำให้ต้นทุนการขายผลไม้กระป๋องของไทยค่อนข้างสูง ในกรณีของตลาดสหรัฐฯ ก็เผชิญกับปัญหาข้อจำกัดมากขึ้น ดังเช่นที่สหรัฐฯ เฝ้ากอนสิทธิพิเศษ GSP ที่เคยให้แก่กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่แห่งเอเชีย 4 ประเทศ (Asian NICS) อันได้แก่ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์ ในอนาคตสหรัฐฯ อาจจะใช้มาตรการนี้กับประเทศไทยก็ได้

สรุปได้ว่าหลายประเทศยังมีกำแพงภาษี (import tariff wall) สูงมาก เช่น ญี่ปุ่น ร้อยละ 28 ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ร้อยละ 24 การที่อัตราภาษีสูงนั้นจะไม่มีผลหากจัดเก็บอย่างเป็นธรรม แต่ปรากฏว่ามีการยกเว้นให้บางประเทศไม่ต้องเสียภาษี ซึ่งทำให้ผู้ส่งออกของไทยได้กำไรน้อยกว่าผู้ส่งออกในประเทศเหล่านั้น เท่ากับจำนวนภาษีที่เสียไป นอกจากนี้ปัญหาทางด้านการมีระบบโควต้าในบางประเทศก็ทำให้ส่งออกไม่ได้มากเท่าที่ควร และในบางกรณีต้องซื้อโควต้าด้วยราคาสูงทำให้กำไรลดลงไปเท่ากับราคาของโควต้า

5. ปัญหาเกี่ยวกับการรวมกลุ่มผู้ส่งออกและบทบาทของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป

เนื่องจากผู้ซื้อในบางประเทศ เช่น ญี่ปุ่น มีการรวมกลุ่มกันเป็นผู้นำเข้าผลไม้กระป๋อง โดยเฉพาะสับปะรด ทำให้มีอำนาจต่อรองต่าง ๆ สูง บรรดาผู้ผลิตและผู้ส่งออกอาหารกระป๋องของไทยจึงพยายามที่จะรวมกลุ่มกันขึ้น โดยผ่านสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป เพื่อที่จะเพิ่มอำนาจต่อรองและร่วมมือกันศึกษากฎระเบียบและเงื่อนไขการนำเข้าผลไม้กระป๋องของประเทศต่าง ๆ แต่การรวมกลุ่มนี้ยังไม่เห็นยวแน่นอนเท่าที่ควรโยชน์ด้านการค้าไม่อาจกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีควรรนำไปใช้

เพราะมิได้มีการร่วมมือกันอย่างจริงจังนัก จึงทำให้อำนาจการต่อรองกับตลาดต่างประเทศมีไม่มากเท่าที่ควร

แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดส่งออก

1. การแก้ไขปัญหากเกี่ยวกับกฎระเบียบของทางราชการในการส่งออก รวมทั้งภาษีอากร

กล่าวคือควรให้กระทรวงอุตสาหกรรมเร่งพิจารณาเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขมาตรฐานผลไม้กระป๋องและระเบียบในเรื่องมาตรฐาน ตลอดจนรายละเอียดปลีกย่อยของผลไม้กระป๋องที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ เพราะระเบียบในต่างประเทศไม่เหมือนกับระเบียบของไทย และในแต่ละประเทศก็ไม่เหมือนกัน จึงควรต้องศึกษาและวางระเบียบมาตรฐานสินค้าประเภทผลไม้กระป๋องให้ได้ระดับตามความต้องการของประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ทางราชการก็ควรจะให้เงินอุดหนุนภาษีอากรแก่ผลไม้กระป๋องทุกชนิด

2. หาทางแก้ไขปัญหากเกี่ยวกับค่าระวางเรือ

การที่ค่าระวางเรือมีอัตราสูงขึ้นเป็นลำดับและค่าใช้จ่ายในการนำเรือเข้ามาเทียบท่าสูงกว่าประเทศอื่น ๆ นั้น เป็นผลให้ต้นทุนการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยสูงและเสียเปรียบประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงควรสนับสนุนให้มีการขยายปรับปรุงการพาณิชย์นาวี และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำเรือให้ดีขึ้น หาทางลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งด้วยระบบคอนเทนเนอร์ ซึ่งการปรับปรุงต่าง ๆ ดังกล่าวไม่เพียงแต่อำนวยความสะดวกแก่การส่งออกผลไม้กระป๋องเท่านั้น หากจะเป็นประโยชน์แก่การส่งสินค้าออกของประเทศทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. พยายามเจรจาเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องข้อจำกัดทางการค้าและภาษีนำเข้า

ปัญหาเรื่องภาษีศุลกากร ระบบโควต้า มาตรฐานสินค้า รวมทั้งการปฏิบัติตามระเบียบการนำเข้าของประเทศต่าง ๆ ซึ่งจะสามารถแก้ไขได้ก็โดยการที่รัฐบาลต้องพยายามเจรจากับรัฐบาลของประเทศเหล่านั้น ทั้งนี้อาจทำได้โดยการต่อรองแบบกลุ่มต่อกลุ่ม เช่น ร่วมมือกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียนดำเนินการเจรจากับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เพื่อขอสิทธิพิเศษในลักษณะกลุ่มต่อกลุ่ม นอกจากนี้ก็จะต้องติดตามความเคลื่อนไหวของการให้ขอลดหย่อนหรือสิทธิพิเศษทางศุลกากรของประเทศผู้นำเข้าบางประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อใช้ประโยชน์จากสิทธิพิเศษนั้นให้ได้มากที่สุด เนื่องจากสิทธิพิเศษบางอย่างนั้นมีการกำหนดโควตานำเข้าด้วย ถ้าผู้ส่งออกของไทยล่าช้าโควตานั้นก็จะตกไปอยู่กับผู้ส่งออกของประเทศอื่น หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการต่างประเทศ จะต้องติดตามศึกษารายละเอียดต่าง ๆ และช่วยป้อนข้อมูลเหล่านี้ให้กับบริษัทผู้ส่งออกให้ทันเหตุการณ์

4. พยายามรวมกลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกให้เหนียวแน่น

เพื่อที่จะได้อำนาจต่อรองกับกลุ่มผู้ซื้อในต่างประเทศ แม้ว่าปัจจุบันจะมีการรวมกลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกโดยผ่านสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป แต่ในทางปฏิบัติก็มิได้ร่วมมือกันอย่างจริงจังนัก บริษัทผู้ผลิตแต่ละรายจะทำการติดต่อกับผู้นำเข้าในต่างประเทศทั้งโดยตรงและโดยผ่านตัวแทน การร่วมมือระหว่างโรงงานผู้ผลิตในประเทศเรียกได้ว่าไม่มีเลย เป็นผลให้การจำหน่ายผลไม้กระป๋องของไทยดำเนินไปอย่างไม่ค่อยมีประสิทธิภาพและไม่ค่อยจะมีอำนาจต่อรอง ในปัจจุบันการที่แต่ละบริษัทต่างคนต่างทำและการส่งออกก็ยังคงดำเนินไปได้อย่างดี เพราะคู่แข่งและโอกาสในตลาดโลกสำหรับผลไม้กระป๋องของไทยยังดีอยู่มาก แต่ในอนาคตเมื่อการแข่งขันจากประเทศ

ผู้ผลิตรายใหม่ ๆ มากขึ้นแล้ว การรวมกลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกให้เหนียวแน่นย่อมเป็นสิ่ง

ไม่वारณืใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำเป็นอย่างแน่นอน การที่จะให้สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปได้มีบทบาทอย่างจริงจัง และมีประโยชน์ต่อทุกฝ่ายก็ควรวางนโยบายในการรักษาผลประโยชน์ของเกษตรกรและโรงงาน รวมไปถึงการเจรจาต่อรองในด้านการส่งออกต่างประเทศ การรักษาคุณภาพของสินค้า และระดับราคาส่งออกของทุกบริษัทให้เป็นราคาเดียวกัน โดยเฉพาะสำหรับผู้ผลิตนั้นควรจะให้ความร่วมมือกับสมาคมฯ อย่างจริงจัง เนื่องจากว่าสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปนั้นทำการรวมตัวกันด้วยความสมัครใจ ไม่ได้มีการบังคับ หรือมีบทลงโทษ ผู้ที่มีอุดมการณ์ร่วมกันเท่านั้นจึงจะดำเนินการให้งานประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ก็ควรจะให้มีเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องมีบทบาทในการรวมกลุ่มด้วย เพื่อป้องกันมิให้ผู้ผลิตรวมตัวกันเพื่อลดราคาวัตถุดิบจากเกษตรกร

5. ควรมีการให้สิ่งจูงใจในการส่งออก

เนื่องจากผลไม้กระป๋องของไทยเกือบทั้งหมดต้องอาศัยตลาดต่างประเทศ ดังนั้นการให้สิ่งจูงใจในการส่งออกจึงเป็นสิ่งที่ควรกระทำ สิ่งจูงใจที่รัฐบาลได้ให้แก่อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในปัจจุบันก็คือการให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ เงินภาษีอากรที่แฝงอยู่ในต้นทุนการผลิต ยกเว้นภาษีการค้าสำหรับสินค้าที่ส่งออกและการให้เงินชดเชยภาษีอากรแก่ผลไม้กระป๋องบางอย่าง อย่างไรก็ตามการให้สิ่งจูงใจเหล่านี้ เมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศแล้วก็ยังค่อนข้างน้อย ในปัจจุบันตลาดผลไม้กระป๋องเป็นตลาดของผู้ซื้อแล้ว สิ่งจูงใจดังกล่าวอาจไม่เพียงพอ จึงควรพิจารณาให้มีการหักค่าใช้จ่ายจากภาษี หรือชดเชยค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ผลิตดังต่อไปนี้

- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ
- ค่าใช้จ่ายการออกโรงงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- ค่าใช้จ่ายการตั้งตัวแทนในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ค่าใช้จ่ายของคณะผู้แทนการค้า

ระบบการที่ขอมให้หักค่าใช้จ่ายบางอย่างจากภาษีเพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องดังกล่าวนี้ในต่างประเทศก็ได้มีการปฏิบัติกัน ดังนั้นประเทศไทยจึงควรพิจารณานำมาใช้บ้างโดยอาจจะเลือกเฉพาะข้อที่เห็นสมควร

6. ดำเนินการด้านการส่งเสริมและขยายตลาดต่างประเทศอย่างจริงจัง

ปัจจุบันผู้ผลิตผลไม้กระป๋องยังอยู่ในระยะที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน โดยได้รับสิทธิยกเว้นภาษีอากรต่าง ๆ แต่ในอนาคตเมื่อพ้นระยะการส่งเสริมแล้ว และตลาดโลกมีการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตรายใหม่ ๆ มากขึ้น ปัญหาในด้านตลาดต่างประเทศจะต้องมีเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน ด้วยเหตุนี้การพัฒนาตลาดใหม่ในต่างประเทศจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก ศูนย์บริการการส่งออก ศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ และสำนักงานทูตพาณิชย์ มีบทบาทสำคัญยิ่งในการช่วยหาตลาดต่างประเทศ และศึกษาหาช่องทางเพื่อประโยชน์ในการเจรจาจัดปัญหา ตลอดจนอุปสรรคทางการค้า ที่มีอยู่ ปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ก็ได้ตั้งศูนย์การค้าในต่างประเทศขึ้น เพื่อเผยแพร่และส่งเสริมตลาดต่างประเทศสำหรับสินค้าไทย ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องจึงควรใช้ บริการของศูนย์การค้าที่ตั้งขึ้นนี้อย่างเต็มที่ โดยส่งตัวอย่างสินค้า แคตตาล็อกสินค้า และราคาสินค้า ไปเผยแพร่ที่หน่วยงานดังกล่าว นอกจากนี้การเผยแพร่และสร้าง ความนิยมในด้านอื่น ๆ ก็ควรดำเนินการไปพร้อม ๆ กัน เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การร่วมงานแสดงสินค้ากับภาคเอกชนในต่างประเทศ เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมผลไม้มะปราง เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากต่อประเทศ ประกอบกับประเทศไทยมีความได้เปรียบ ในด้านการผลิตวัตถุดิบ อุตสาหกรรมผลไม้มะปรางจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มในอนาคตคืออุตสาหกรรมหนึ่ง และรัฐบาลได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ มาตั้งแต่ปี 2510 ปัจจุบันมีโรงงานผลิตผลไม้มะปรางประเภทต่าง ๆ 28 โรงงาน มีกำลังการผลิตทั้งสิ้นประมาณ 480,000 ตันต่อปี ผลผลิตหลักของอุตสาหกรรมนี้คือ สับปะรดกระป๋อง อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเพื่อให้การผลิตดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดปี และใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่ จึงผลิตผลไม้มะปรางชนิดต่าง ๆ หลายชนิดให้ สอดคล้องกับฤดูกาลของผลไม้ในแต่ละช่วง อัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงาน ผลไม้มะปรางโดยเฉลี่ยในปี 2530 เท่ากับร้อยละ 41.5 โรงงานที่มีการใช้ กำลังการผลิตสูงก็คือ โรงงานสับปะรดกระป๋อง ในปี 2532 ปริมาณการผลิตผลไม้มะปรางมีประมาณ 395,130 ตัน แบ่งเป็นสับปะรดกระป๋อง 362,510 ตัน ลำไยกระป๋อง 3,500 ตัน เงาะกระป๋อง 2,122 ตัน เงาะสอคัสส์สับปะรดกระป๋อง 3,800 ตัน และผลไม้มะปรางชนิดอื่น ๆ 16,781 ตัน ต้นทุนการผลิตผลไม้มะปรางส่วนใหญ่คือ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ(ผลไม้สด) ประมาณร้อยละ 45-70 ของต้นทุนรวม นอกจากนั้นก็เป็นต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ (กระป๋อง ฉลาก และหีบห่อ) และค่าจ้างแรงงาน

ตลาดผลไม้มะปรางของไทยเกือบทั้งหมดเป็นตลาดส่งออก โดยประมาณ ร้อยละ 94.7 ของปริมาณการผลิตผลไม้มะปรางทั้งหมดในปี 2532 ถูกส่งไปขายยังต่างประเทศ โดยยังต่างนโยบายด้านการค้า ไม่ว่าจะเป็นใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศ การที่ตลาดภายในประเทศมีส่วนค้ำเนื่องจากผู้บริโภคนิยมบริโภคผลไม้สดมากกว่าเพราะมีราคาถูกและมีคุณค่าทางอาหารสูงกว่า การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยในปี 2532 มีมูลค่า 5,210.70 ล้านบาท โดยสับปะรดกระป๋องยังคงครองสัดส่วนการส่งออกสูงที่สุด แม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลงบ้าง คือลดลงจากร้อยละ 94.62 ในปี 2525 เป็นร้อยละ 84.44 ในปี 2532 อย่างไรก็ตามผลไม้กระป๋องชนิดอื่นก็เริ่มมีบทบาทในการส่งออกมากขึ้น

ตลาดส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยในปัจจุบันอยู่ที่ตลาดอเมริกา และตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยทั้งสองตลาดนี้นำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยในปี 2532 ถึง 4,014.63 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 77.05 ของการส่งออกผลไม้กระป๋องทั้งหมด ตลาดรองลงไป คือตลาดเอเชีย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฮ่องกง ซึ่งนำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยในปี 2532 เป็นมูลค่า 511.98 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.82

ประเทศที่เป็นผู้ซื้อผลไม้กระป๋องที่สำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป แคนาดา และญี่ปุ่น การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยไปยังสหรัฐฯ อยู่ในระดับเฉลี่ยปีละ 100,000 ตัน โดยในปี 2532 ส่งออกได้มูลค่า 2,058.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเพียงเล็กน้อย ประเทศที่เป็นคู่แข่งในตลาดนี้ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีส่วนครองตลาดใกล้เคียงกับไทย การส่งออกไปยังตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรป มีความสำคัญเป็นอันดับสอง รองจากสหรัฐฯ โดยส่งออกได้ 1,651.26 ล้านบาท ลดลงจากปี 2531 เป็นมูลค่า 354.96 ล้านบาท เยอรมันตะวันตก ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศลูกค้าที่สำคัญในตลาดนี้ ตามลำดับ ประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยในตลาดนี้ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เกาหลี และประเทศในกลุ่มสมาชิกสมทบของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป แคนาดาเป็นตลาดที่มีความสำคัญอันดับที่สาม สำหรับ

การส่งออกผลไม้กระป๋องของไทย โดยในปี 2532 ไทยส่งออกได้ 304.77 ล้านบาท

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดลงจากปีก่อน 4.08 ล้านบาท ไทยเป็นผู้นำเข้าผลไม้เมืองร้อนที่สำคัญที่สุดใน
แคนาดาโดยมีฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่ง ญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีความสำคัญในการส่งออกผลไม้กระป๋อง
ของไทยเป็นอันดับที่สี่ โดยในปี 2532 ไทยส่งออกได้ 227.73 ล้านบาท
เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเป็นมูลค่า 35.9 ล้านบาท ประเทศไทยครองตลาดนี้ได้ในสัดส่วนที่
ใกล้เคียงกับฟิลิปปินส์ คือส่งออกสับปะรดกระป๋องได้ประมาณ 7,000-10,000 ตัน
ต่อปี ประเทศลูกค้าอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา ได้แก่ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย
และซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีสัดส่วนในการส่งออกในปี 2532 ร้อยละ 2.88, 2.49
และ 1.57 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าประเทศฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาด
ต่าง ๆ ทุกตลาด

แม้ว่าการส่งออกผลไม้กระป๋องจะมีแนวโน้มที่ดีแต่ก็ยังประสบกับปัญหาและ
อุปสรรคต่าง ๆ อยู่มากมาย คือ ปัญหาทางด้านการผลิต ได้แก่ ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ
เนื่องจากผลไม้สดมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานและปริมาณไม่เพียงพอ ปัญหาทางด้านต้นทุน
การผลิต เช่น แผ่นเหล็กเคลือบสีบุกและน้ำตาลมีราคาสูง ปัญหาทางด้านแรงงาน ซึ่ง
มีแนวโน้มว่าราคาจะสูงขึ้น ปัญหาทางด้านเงินทุน ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราตลาด
ปัญหาทางด้านสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้าดับบ่อย และขาดแคลนน้ำ การแก้ไขปัญหา
ต่าง ๆ เหล่านี้สามารถทำได้โดยการที่โรงงานทำการขยายไร่ของโรงงาน เพื่อเพิ่ม
ปริมาณผลไม้สดให้มากขึ้น และทำการลดต้นทุนทางการผลิตด้านต่าง ๆ ลง นอกจากนี้
ยังจะต้องขอความร่วมมือจากภาครัฐบาลในการปรับปรุงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้เพียงพอ
และมีประสิทธิภาพ และขอความช่วยเหลือในด้านเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ แนวทางใน
การพัฒนาทางด้านการผลิตจะสำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือของทั้งภาครัฐบาลและเอกชน
ในการที่จะพัฒนาบุคลากร เครื่องมือเครื่องใช้ ห้องทดลอง ตลอดจนข่าวสารข้อมูลให้
เพียงพอและทันสมัย

สำหรับปัญหาทางด้านการส่งออกนั้น ได้แก่ การทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นหน้าเว็บไซต์นี้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้ผู้ส่งออกต้องได้รับราคาซึ่งต่ำกว่าตลาดโลก ปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และอัตราค่าระวางเรือมีราคาแพง ปัญหาเรื่องการกีดกันทางการค้าและภาษีนำเข้า ซึ่งทำให้ต้นทุนสินค้ามีราคาสูงขึ้น และปัญหาเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของผู้ส่งออกและสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ซึ่งยังไม่เหนียวแน่นเท่าที่ควร การแก้ปัญหาการส่งออกต่าง ๆ เหล่านี้ ทำได้โดยการแก้ไขกฎระเบียบของทางราชการเพื่อลดปัญหาการล่าช้า ควรปรับปรุงและขยายการพาณิชย์นาวีให้ดีขึ้น พยายามแก้ไขปัญหาระหว่างการกีดกันทางการค้า โดยอาจทำการเจรจาตกลงกันระหว่างกลุ่มต่อกลุ่ม และพยายามรวมกลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกให้เหนียวแน่น ไม่ให้มีการแข่งขันกันตัดราคา เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาภาวะการผลิต การตลาด การส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งออกผลไม้กระป๋องของประเทศไทย ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษพบว่า สืบประวัติกระป๋องซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักในการส่งออกผลไม้กระป๋องของไทยได้มีแนวโน้มการส่งออกลดลง ในขณะที่ล้นจี่กระป๋อง เงาะกระป๋อง และลำไยกระป๋อง เป็นสินค้าที่มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากผลไม้ทั้งสามชนิดนี้เป็นที่นิยมบริโภคสดกันมากในประเทศ โรงงานจึงประสบกับปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบมาก นอกจากล้นจี่กระป๋อง เงาะกระป๋อง และลำไยกระป๋องที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ก็ใช้บริโภคในประเทศ จึงมีเหลือส่งออกเป็นส่วนน้อย ทั้ง ๆ ที่มีความต้องการในตลาดต่างประเทศมาก หากสามารถเพิ่มผลผลิตล้นจี่ เงาะ และลำไยสดได้ การส่งออกล้นจี่กระป๋อง เงาะกระป๋อง และลำไยกระป๋องก็จะมีอัตราเพิ่มสูงกว่าในปัจจุบันอีกมาก
- ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่ การเพิ่มผลผลิตล้นจี่ เงาะ และลำไยสดอาจทำได้โดยไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูก และการส่งเสริมให้มีการปลูกสินค้าพืชไร่ เป็นต้น

2. จากการศึกษาวิธีการแก้ไขปัญหาด้านการผลิตพบว่า ควรที่จะทำการแก้ไขปัญหารองผลไม้สดเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นปัญหาสำคัญที่ผู้ผลิตประสบอยู่ ประกอบกับไม่ต้องการใช้เวลาและค่าใช้จ่ายมากนัก ต่อไปจึงให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุน ด้านสาธารณูปโภค และทางด้านลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะการลดต้นทุนการผลิตโดยการสนับสนุนให้มีการผลิตแผ่นเหล็กเคลือบดีบุกคงจะเป็นไปได้ในระยะยาว เท่านั้น เนื่องจากประเทศไทยผลิตเหล็กได้ปริมาณน้อย และมีโรงงานเคลือบเพียงโรงงานเดียว คือบริษัท Thai Tin Plate จำกัด

3. จากการศึกษาพบว่า ตลาดที่น่าจะขยายการส่งเสริมได้แก่ ตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากญี่ปุ่นนำเข้าผลไม้กระป๋องจากไทยเพิ่มขึ้นทุกปีและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ตลาดอื่น ๆ นำเข้าคงที่หรือลดลง อีกทั้งในปัจจุบันญี่ปุ่นได้เปลี่ยนแปลงนโยบายการค้า โดยมีการกีดกันทางการค้าที่น้อยลง ซึ่งน่าจะเป็นผลให้ไทยส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นได้มากขึ้น

4. ในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษายังไม่สมบูรณ์นัก โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ากระป๋อง ซึ่งไม่เคยมีผู้ศึกษาถึงรายละเอียดลงไป หากจะมีการศึกษาการส่งออกผลไม้กระป๋องให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ก็น่าที่จะศึกษาเกี่ยวกับสินค้ากระป๋องให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวในการส่งออกสูงที่สุด โดยเฉพาะระหว่างปี 2530-2532

5. ควรจะทำการวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกผลไม้กระป๋องให้ละเอียดยิ่งขึ้น ทั้งทางด้านราคา ส่วนแบ่งตลาด ตลอดจนถึงความต้องการของตลาดต่าง ๆ อันจะเป็นผลให้การศึกษาสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุกฝ่ายนี้ ทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่ให้บริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์. 2526. รายงานการสำรวจผักและผลไม้กระป๋อง.

กรุงเทพมหานคร:

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ และสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป. 2517. ภาวะและปัญหา
สินค้าผลไม้กระป๋อง. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ข่าวพาณิชย์.

_____. 2531. "ตลาดสับปะรดกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา". วารสารการพาณิชย์.

ปีที่ 19 ฉบับที่ 207: 10-30

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2530. สถานการณ์สับปะรด

ปี 30-31. กรุงเทพมหานคร:

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2525. อุตสาหกรรม

การเกษตรและการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นชนบท กรณีอุตสาหกรรมผักและผลไม้

กระป๋อง. กรุงเทพมหานคร:

ชเนศ กองประเสริฐ. 2526. การนิคมอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย. กรุงเทพ

มหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

ประชา เอมอร. 2530. การนิคมการผลิตอาหารกระป๋อง. กรุงเทพมหานคร:

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2531. สรุปภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรม

กุมภาพันธ์ 2531. กรุงเทพมหานคร:

เอกสารนี้... เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกระบวนการไปใช้...

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2520. การวางแผนพัฒนา
อุตสาหกรรมของประเทศไทย พ.ศ. 2520-2524 ภาค 2 เรื่องอุตสาหกรรมผลไม้
กระป๋อง. กรุงเทพมหานคร:

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2528. อุตสาหกรรม
สับปะรดและผลไม้กระป๋อง. กรุงเทพมหานคร:

_____. 2532. สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปีเพาะปลูก 2531/32. กรุงเทพฯ:

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2528. โครงสร้างอุตสาหกรรมการส่งออก
อาหารกระป๋อง. กรุงเทพมหานคร:

สมคิด จาคูศรีนิทักซ์ , สมศักดิ์ แต้มบุญเลิศชัย และจิรศักดิ์ พงษ์นิพนธ์นิจิตร. 2530.
แนวโน้มและลู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้กระป๋องของไทยในตลาดโลก.
กรุงเทพมหานคร:

อารยา ดำรงค์ศักดิ์ และสุชาดา วราภรณ์. 2528. รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
ผักและผลไม้กระป๋อง. กรุงเทพมหานคร:

Centre for the Promotion of Imports from developing countries.

1989. Processed Fruits and Vegetables.

Foreign Trade Statistics of Japan. 1988-89

Foreign Trade statistics of Philippine. 1987-88 ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Tropical Development and Research institute. 1984. The world market for caned pineapple and pineapple juice.

U.S. General Imports and Imports for consumption. 1982-87



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขนส่งผลไม้กระป๋องโดยระบบตู้คอนเทนเนอร์

1. dry cargo container เป็น general cargo ประเภทหนึ่ง คือตู้สินค้าธรรมดา ตู้ทึบ มีประตูเปิด-เปิดด้านเดียว ใช้บรรจุสินค้าทั่ว ๆ ไปที่มีขนาดเล็กจนไปถึงสินค้าหนักไม่เกิน 3 ตัน สามารถบรรจุสินค้าได้มากโดยวางซ้อนหลาย ๆ ชั้น
 2. FCL คือตู้ที่ผู้ส่งบรรจุเต็มหรือสินค้าส่งไปให้ผู้รับเพียงเจ้าของคนเดียว ส่วนใหญ่จะบรรจุสินค้าจากโรงงานหรือแหล่งผลิตต้นทางไปถึงผู้รับโดยตรงโดยไม่ได้เปิดตู้สินค้าเลย
 3. LCL คือตู้ที่ผู้ส่งรายเดียวบรรจุสินค้าส่งให้ผู้รับหลายราย หรือผู้ส่งหลายรายบรรจุสินค้าเข้าตู้เดียวกันเพื่อส่งให้แก่ผู้รับหลายราย
- ตามทฤษฎีแล้วการขนส่งแบบ FCL จะเป็นการลดค่าใช้จ่ายและลดระยะเวลาของผู้สั่งซื้อ ตลอดจนสินค้าจะปลอดภัยกว่าฝากเก็บไว้ในบริเวณท่าเรือซึ่งสินค้าอาจจะถูกลักขโมยได้ แต่การขนส่งแบบ FCL ในประเทศไทยจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการขนส่งแบบ LCL และการบรรทุกในเรือเดินสมุทรธรรมดา เนื่องจากบริการสินค้าจากผู้ขายถึงผู้ซื้อโดยตรง ต้องเสียเวลาผ่านเอกสารจากเจ้าหน้าที่หลายฝ่าย และต้องปฏิบัติตามกฎหมายพระราชบัญญัติ ทำให้เกิดความล่าช้า
4. door to door หมายถึงการขนส่งโดยระบบคอนเทนเนอร์จากโรงงานผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตสินค้าของผู้ส่งออกจากท่าเรือต้นทางไปยังโรงงานผู้สั่งซื้อหรือพ่อค้าผู้สั่งซื้อ โดยที่สินค้าไม่ได้ฝากเก็บไว้กับคลังสินค้าของท่าเรือประเทศนั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP)

GMP ย่อมาจาก Good Manufactoried Practise หมายถึง การหาแนวทางกระตุ้นให้ผู้ผลิตเห็นความสำคัญของการพัฒนามาตรฐานการผลิต เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการผลิตผลไม่กระป๋องสำหรับบริโภคภายในประเทศและการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและมีคุณภาพตามมาตรฐานที่ต่างประเทศกำหนด ปัจจุบันได้ดำเนินการไปแล้วกับอาหาร 3 ชนิด คือ

1. อาหารกระป๋อง
2. น้ำบริโภค
3. เครื่องดื่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้