



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย

The Market Share Analysis of Thai Seafood Can

ของ

นายสรศักดิ์ สามกองงาม

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ว.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2533

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

, 30 / พย. / 33

(อาจารย์อภิลักษณ์ แก้วลา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

, 30 / พย. / 33

(อาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

, 30 / พย. / 33

(อาจารย์รังสรรค์ โนนชัย)

หัวหน้าภาควิชา

, 30 / พย. / 33

(อาจารย์รังสรรค์ โนนชัย)

14047  
22 S.A. 2533

พ.พ.  
๒๖๓๑  
๒๕๓๓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องแจ้งเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

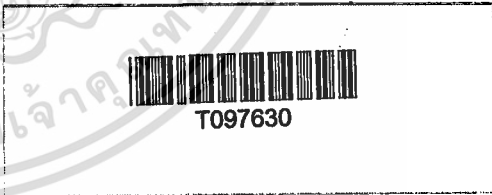
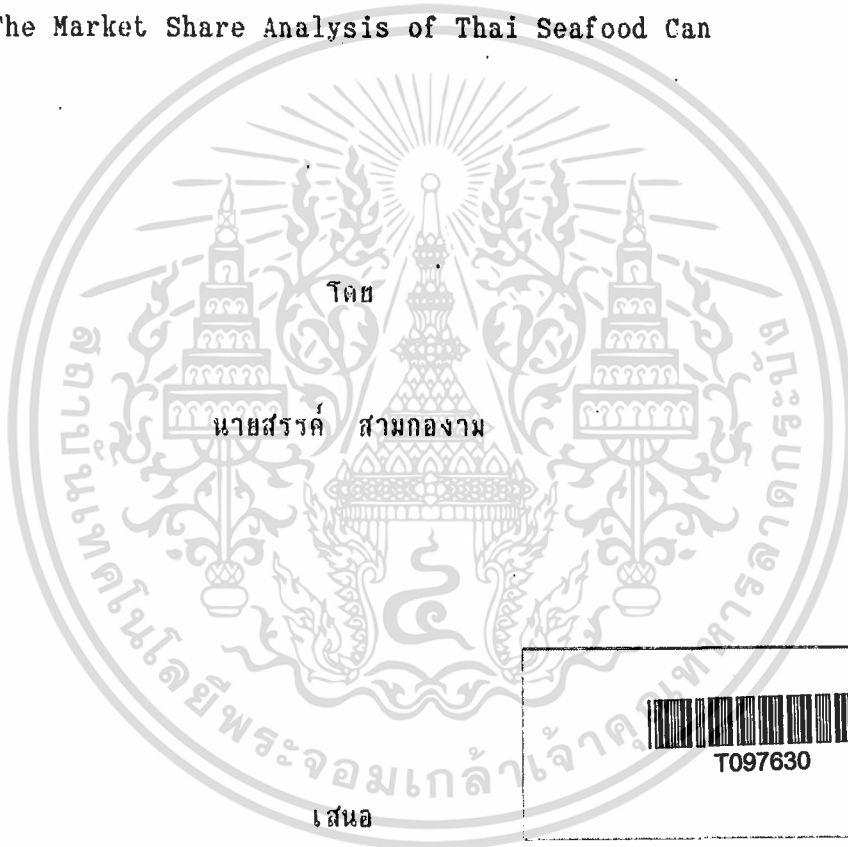


ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย

The Market Share Analysis of Thai Seafood Can



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ.  
๒๕๓๓  
๒๕๓๓

พ.ศ. 2533

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 97630

วันเดือนปี.....

เอกสารนี้สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง  
ของไทย

โดย : นายสรพงศ์ สามทองงาม

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  , 30 / 74 / 2533

(อภิสิทธิ์ แก้วจ่า)

อาหารทะเลกระป๋องนับเป็นอุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญของไทยเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เพราะประเทศไทยสามารถผลิตและส่งออกอาหารทะเลกระป๋องทำรายได้ให้แก่ประเทศได้ปีละกว่าหมื่นล้านบาท และมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี จึงสมควรที่จะศึกษาส่วนแบ่งตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย เพื่อให้ทราบถึงภาวะการตลาดในต่างประเทศ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อจะได้หาแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย รวมทั้งหา路子ทางการรักษาส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญและขยายตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปเกี่ยวกับการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องในประเทศลูกค้าที่สำคัญและเพื่อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญและการขยายตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาโดยทั่วไปเกี่ยวกับการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยพบว่า มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศลูกค้าที่สำคัญที่นำเข้าอาหารทะเลกระป๋อง

เอกจากไทยเอได้แก่ที่สประเทศสหรัฐอเมริกาที่อังกฤษ และเยอรมันตะวันตกนำซึ่งทั้ง 3 โยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศนี้เป็นกลุ่มประเทศที่นำเข้าอาหารทะเลระบอบจากประเทศไทย เป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 60 ของปริมาณการส่งออกอาหารทะเลระบอบของไทย และยังเป็นตลาดที่ประเทศคู่แข่งหันให้ความสำคัญและพยายามเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดนี้ให้มากขึ้น เพราะตลาดนี้เป็นตลาดอาหารทะเลระบอบที่สำคัญของโลกด้วย ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดดังกล่าว ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน กล่าวคือนับแต่ปี 2530 ประเทศไทยได้หันมาให้ความสนใจและขยายตลาดส่งออกอาหารทะเลระบอบในประเทศลูกค้าใหม่ ๆ มากขึ้น ซึ่งตลาดเหล่านี้ได้แก่ แคนาดา กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และ ออสเตรเลีย เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในประเทศลูกค้าที่สำคัญช่วงปี 2526-2528 และ 2529-2531 พบว่าในตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลระบอบของไทย ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.53 เป็นร้อยละ 38.88 ทั้งนี้เป็นผลมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.74 และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นร้อยละ 64.26 ในตลาดอังกฤษ ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.99 เป็นร้อยละ 10.47 ทั้งนี้เป็นผลมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.21 และเป็นผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.49 ในตลาดเยอรมันตะวันตกส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.27 เป็นร้อยละ 21.52 ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.10 และเป็นผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นร้อยละ 64.90 เมื่อวิเคราะห์การส่งออกอาหารทะเลระบอบของไทยรวมตลาดประเทศลูกค้าที่สำคัญดังกล่าว ในช่วงระยะเวลาเดียวกันปรากฏว่าปริมาณการส่งออกอาหารทะเลระบอบของไทยได้เพิ่มขึ้น 118,759.33 ตัน โดยเป็นผลมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น ร้อยละ 48.88 ผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นร้อยละ 66.25 แต่ผลจากการกระจายตัวของตลาดลดลงร้อยละ 15.13 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน แล้วจะเห็นว่าไทยได้เปรียบในด้านการแข่งขัน แต่ในด้านการขยายขนาดของตลาดไทยยังเสียเปรียบประเทศคู่แข่ง รวมทั้งด้านการกระจายตลาด ซึ่งยังมีการกระจุกตัวอยู่ในตลาดหลักค่อนข้างมาก

ข้อเสนอแนะ ในการส่งออกและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลระบอบของไทยคือ การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดอย่างแพร่หลาย

เพื่อเพิ่มผลจากการขยายขนาดของตลาด โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เช่น ใช้ข่าวสารด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูล การเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อไม่ให้เกิดการกระจุกตัวของสินค้าอยู่  
แต่ในตลาดหลัก รวมทั้งดำรงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าไทย ให้เป็นที่เชื่อถือ  
ของประเทศลูกค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

ในการศึกษาและเรียบเรียงเรื่องปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษา รวมทั้งตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์ อภิสัทย์ แก้วฉา อาจารย์ที่ปรึกษา ตลอดจนอาจารย์รังสรรค์ โนนชัย และอาจารย์ วิเศษฐ์ มณีรัตน์ กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับการเรียบเรียงปัญหาพิเศษ ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้ง 3 ท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอมอบส่วนดีของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แด่ คุณพ่อ คุณแม่ ซึ่งเป็นที่เคารพรัก ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือในการจัดพิมพ์ รวมทั้งน้ำใจที่เพื่อนฝูงมีให้แก่เพื่อนด้วยดีตลอดมา

สรศักดิ์ สามกองงาม

ตุลาคม 2533

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการศึกษา	7
วิธีการศึกษา	7
<b>บทที่ 2 โครงสร้างทางทฤษฎี</b>	
การตรวจเอกสาร	9
แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด	10
<b>บทที่ 3 ภาวะการผลิต การตลาด และการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย</b>	
ภาวะการผลิต	
กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิต	16
ชนิดของสินค้าและกรรมวิธีในการผลิต	17
กรรมวิธีการผลิต	21
ภาวะการตลาด	
ตลาดภายในประเทศ	24

การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องจำแนกตามผลิตภัณฑ์	29
ประเทศคู่ค้าสำคัญด้านอาหารทะเลกระป๋องของไทย	30
แนวโน้มด้านการผลิตและการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย	33
ปัญหาการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย	36
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ</b>	
ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋อง ของไทยแยกรายประเทศ	38
ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋อง ของไทยรวมประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	54
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	
สรุป	57
ข้อเสนอแนะ	59
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>63</b>

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2530-2531	3
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2527-2532	4
3	ปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องแยกตามประเทศผู้นำเข้า ที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2531-2532	5
4	ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติ	13
5	กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตอาหารทะเลกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2526-2531	18
6	ปริมาณการผลิต การบริโภค ภายในประเทศและการส่งออก อาหารทะเลกระป๋องของไทยปี พ.ศ. 2526-2531	25
7	ตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2527-2531	28
8	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย แยกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2526-2531	31
9	ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจาก ไทย นิธิปินส์ ได้ทัน ระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	39
10	ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศอังกฤษจากประเทศ ไทย นิธิปินส์ ได้ทัน ระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	40
11	ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศเยอรมันตะวันตก จากไทย นิธิปินส์ ได้ทัน ระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	41
12	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	42
13	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

14	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในตลาดอังกฤษระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	45
15	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในตลาดอังกฤษระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	46
16	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในตลาดเยอรมันตะวันตกระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	48
17	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในตลาดเยอรมันตะวันตกระหว่างปี 2526-2528 และปี 2529-2531	49
18	ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน ระหว่างปี 2526-2528 และ ปี 2529-2531	51
19	ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน ระหว่างปี 2526-2528 และ ปี 2529-2531	53

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

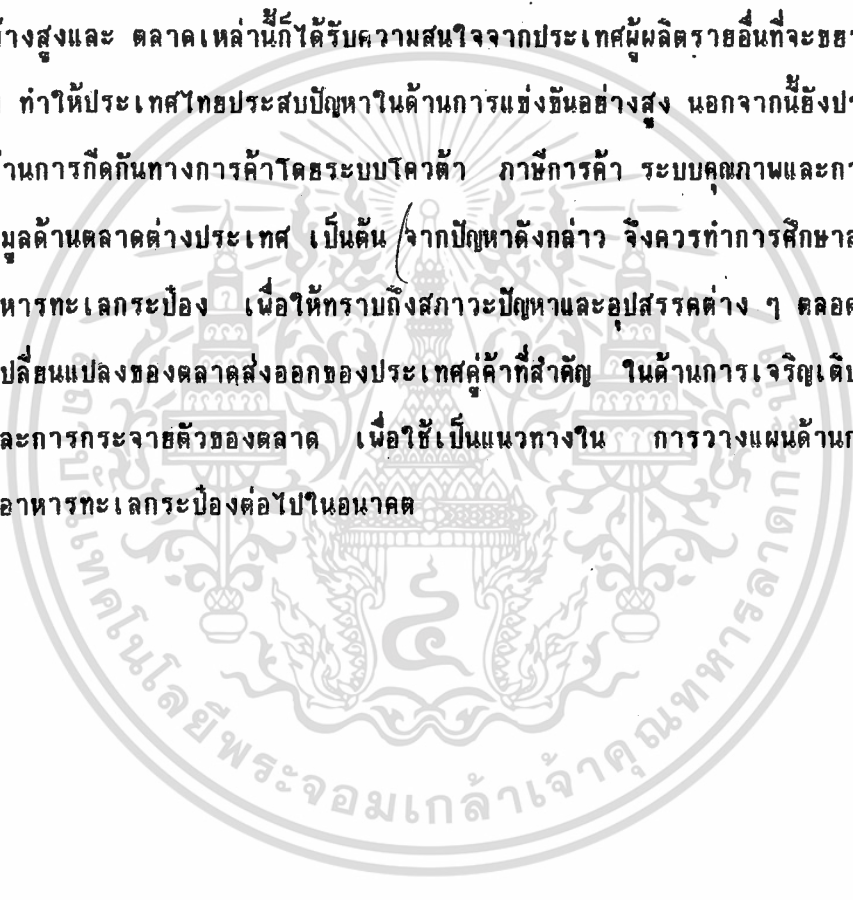
นับตั้งแต่ปี 2510 เป็นต้นมา กิจกรรมประมงของประเทศไทย มีการพัฒนา ก้าวหน้ามากขึ้น จนปัจจุบันจัดเป็นประเทศที่จับสัตว์น้ำทะเลได้มากที่สุดคน 10 อันดับแรก ของโลก การที่ปริมาณการจับสัตว์น้ำทะเลได้มากเช่นนี้ ทำให้มีส่วนเกินจากการบริโภค ภายในประเทศ จึงมีการแปรรูปเป็นอาหารสำเร็จรูปบรรจุกระป๋อง ทำให้ทรัพยากร ประเภทยังมีมูลค่าเพิ่มขึ้น เกิดอุตสาหกรรมการผลิตต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็น จำนวนมาก ต่อมาอุตสาหกรรมนี้ได้ขยายตัวขึ้นเป็นลำดับ โดยในปี 2514 ทางรัฐบาลได้ กำหนดให้อุตสาหกรรมประเภนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งเป็นสิ่ง จูงใจช่วยให้ชาวต่างประเทศสนใจเข้าร่วมลงทุนกับไทย ทำให้มีโรงงานผลิตอาหารทะเล กระป๋องขนาดใหญ่เกิดขึ้น และขยายตัวไปสู่อุตสาหกรรมการผลิต เนื่องการส่งออกเป็นสำคัญ ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องมากกว่า 50 โรงงาน เป็นโรงงาน ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน 26 โรงงาน รวมกำลังการผลิตทั้งประเทศมากกว่า 230,000 เมตริกตันต่อปี ซึ่งผลผลิตประมาณร้อยละ 80 ถูกส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 10,000 บาทต่อปี จัดเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้ประเทศ มากเป็น อันดับหนึ่งในหมวดอาหาร (ตารางที่ 1)

สำหรับด้านการส่งออกนั้น เมื่อพิจารณาจากสถิติการส่งออกอาหารทะเลกระ- ป๋องทั้งหมดตั้งแต่ปี 2527 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่าทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออกได้ขยาย ตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 110,467 เมตริกตัน มูลค่า 5,858.2 ล้านบาทในปี 2527 เป็น 325,000 เมตริกตัน มูลค่า 21,125.3 ล้านบาทในปี 2532 (ตารางที่ 2) ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการพัฒนาด้านคุณภาพจนได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้นำเข้าจากต่างประเทศ และสามารถทำการผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ทำให้ได้เปรียบในด้านราคาการ แข่งขันโดยมีตลาดส่งออกแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้ คือ กลุ่มอเมริกาเหนือ ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเอาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา กลุ่มยุโรป ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร เยอรมัน-ไมวากรูมิใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะวันตก ฝรั่งเศส สวีเดน เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น กลุ่มเอเชีย ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์

เมื่อพิจารณาจากปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ (ตารางที่ 3) จะเห็นว่าปริมาณการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษและเยอรมันตะวันตก มีสัดส่วนสูงมากคือร้อยละ 60.80 และ 59.39 ของปริมาณการส่งออกในปี 2531 และ 2532 ตามลำดับ ทำให้ไทยต้องพึ่งพตลาดที่สำคัญเหล่านี้ค่อนข้างสูงและ ตลาดเหล่านี้ก็ได้รับความสนใจจากประเทศผู้ผลิตรายอื่นที่จะขยายตลาดอีกด้วย ทำให้ประเทศไทยประสบปัญหาในด้านการแข่งขันอย่างสูง นอกจากนี้ยังประสบปัญหาในด้านการกีดกันทางการค้าโดยระบบโควตา ภาษีการค้า ระบบคุณภาพและการขาดแคลนข้อมูลด้านตลาดต่างประเทศ เป็นต้น (จากปัญหาดังกล่าว จึงควรทำการศึกษาส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋อง เพื่อให้ทราบถึงสภาวะปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ตลอดจนลักษณะการเปลี่ยนแปลงของตลาดส่งออกของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ในด้านการเจริญเติบโต การแข่งขันและการกระจายตัวของตลาด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องต่อไปในอนาคต



ตารางที่ 1      มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ปี พ.ศ.  
2530-2531

(มูลค่าล้านบาท)

สินค้า	2530	2531
อาหารทะเลกระป๋อง	13,173.80	18,465.58
น้ำตาลทราย	8,573.25	9,664.04
สับปะรดกระป๋อง	3,728.34	4,675.43
ผลิตภัณฑ์ยาง	2,791.46	4,492.26
ผลิตภัณฑ์ปอ	696.83	1,697.58
กากน้ำตาล	683.01	568.15
น้ำสับปะรดกระป๋อง	447.67	670.68
แป้งข้าวเหนียว	282.85	413.16
น้ำมันละหุ่ง	239.13	149.16

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้.

**ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยปี พ.ศ.  
2527-2532**

(ปริมาณ:ตัน)  
(มูลค่า:ล้านบาท)

ปี	ปริมาณการส่งออก	มูลค่าการส่งออก
2527	110,467	5,858.2
2528	132,486	7,345.9
2529	205,736	10,928.1
2530	226,695	13,173.8
2531	278,561	18,465.6
2532	325,467	21,125.3

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 3 ปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องแยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ**  
ปี พ.ศ. 2531-2532

ประเทศผู้นำเข้า	2531		2532	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
สหรัฐอเมริกา	116,490 (41.82)	7,743.9	130,000 (40.00)	7,900
อังกฤษ	35,578 (12.77)	2,592.2	45,000 (13.85)	2,900
เยอรมันตะวันตก	17,296 (6.21)	975.2	18,000 (5.54)	900
แคนาดา	15,379 (5.52)	1,333.6	17,000 (5.23)	1,450
ญี่ปุ่น	9,579 (3.44)	968.3	10,000 (3.08)	1,200
อื่นๆ	84,293 (30.26)	4,852.3	105,000 (32.30)	6,775
<b>รวม</b>	<b>278,561</b> <b>(100.00)</b>	<b>18,465.1</b>	<b>325,000</b> <b>(100.00)</b>	<b>21,125</b>

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บเป็นปริมาณร้อยละ

ที่มา : (กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปเกี่ยวกับการส่งออก อาหารทะเลกระป๋องของ ไทยรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น

2. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอาหารทะเลกระป๋องใน ประเทศลูกค้าที่สำคัญ

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดอาหารทะเลกระป๋อง ของไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญและการขยายตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องให้กว้าง- ขวางยิ่งขึ้น

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบภาวะโดยทั่วไป ของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ตลอดจนอุปสรรคและปัญหาเกี่ยวกับการส่งออกอาหาร ทะเลกระป๋อง เพื่อหาแนวทางแก้ไขและพัฒนาการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ทำให้ทราบถึงภาวะเกี่ยวกับการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศ ลูกค้าที่สำคัญ ตลอดจนประเภทของอาหารทะเลกระป๋องที่ประเทศผู้นำเข้าแต่ละประเทศ ต้องการเพื่อที่จะได้เป็นแนวทาง ในการขยายตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ต่อไป

3. ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดในประเทศลูกค้าที่สำคัญ ของไทย เพื่อที่จะได้หาแนวทางเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้นและรักษาตลาดเดิมเอาไว้

เอกสารนี้ได้ตลอดไป ปรที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ซึ่งได้แก่ ภาวะการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ในการส่งออกรวมทั้งศึกษาถึงประเทศลูกค้าที่สำคัญ และประเทศลูกค้าที่จะทำการขยาย ตลาด ในส่วนของการวิเคราะห์จะเน้นในเรื่อง การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด อาหารทะเลกระป๋องของไทย ในประเทศลูกค้าที่สำคัญๆ ตามปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทย 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และ เยอรมันตะวันตก โดยเปรียบเทียบกับการนำเข้าจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน โดยใช้ข้อมูลการส่งออกรายปี 2 ช่วงเวลาคือปี พ.ศ. 2527-2529 และช่วงปี พ.ศ. 2526-2528 เพื่อหลักเลียงความไม่แน่นอนของ ปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในปีใดปีหนึ่ง

### วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย จะใช้ข้อมูล ทดุษฎีภูมิแบบอนุกรมเวลาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2526-2531 ข้อมูลดังกล่าวจะทำการรวบรวมจาก เอกสารรายงานการศึกษา ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนสถิติจากส่วนราชการ และ เอกชนที่ได้รวบรวมไว้เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กรมการค้าต่างประเทศ กรมศุลกากร ตลอดจนสถานเอกอัครราชทูตและองค์การระหว่างประเทศ เป็นต้น

#### วิธีการวิเคราะห์

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารส่วนหรือร้อยละ และค่าเฉลี่ยโดยใช้ตารางประกอบกับการอธิบายภาวะในด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ซึ่งรวมถึงประเทศลูกค้าอาหารทะเลกระป๋อง  
 ของไทยและประเทศคู่แข่งอื่น ลักษณะและชนิดของอาหารทะเลกระป๋องที่ประเทศลูกค้า  
 ต้องการ ตลอดจนปัญหาในการส่งออกและแนวทางการแก้ไข การวิเคราะห์เชิงปริมาณ  
 เป็นการวิเคราะห์โดยอาศัยแบบจำลองของส่วนแบ่งตลาด (A Market Share-  
 Analysis Model) ทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋อง  
 ของไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก  
 เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องคือ ใต้หวันและฟิลิปปินส์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการทางทฤษฎี

การตรวจเอกสาร

แสงชัย นรหมั่นคาลกุล (2529) ได้ทำการพยากรณ์ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมประเภทนี้ ความเคลื่อนไหวของระดับราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องที่ส่งออกของไทย การพยากรณ์ยอดขาย การวิเคราะห์ข้อมูลด้านระดับราคา โดยอาศัยเทคนิคการถ่วงน้ำหนักและราคาและการพยากรณ์ราคาโดยวิธี REGRESSION ส่วนการพยากรณ์ยอดขายได้ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518-2528 โดยใช้เทคนิคที่มีองค์ประกอบของเวลารวมอยู่ด้วย และใช้เทคนิคที่ให้ค่าพยากรณ์ที่แม่นยำที่สุดในอดีตมาเป็นเทคนิคสำหรับพยากรณ์ยอดขายในปี พ.ศ. 2529-2530 ผลของการศึกษาปรากฏว่าปริมาณการส่งออกของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องของไทยในปี 2529 ถึงปี 2530 มีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะที่ราคาส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องของไทยในปี 2529-2530 ต่ำกว่าปี 2528 และค่อนข้างมีเสถียรภาพ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปัญหาการแข่งขันในต่างประเทศ สภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและต่างประเทศอยู่ในช่วงถดถอย ปัญหาด้านกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของต่างประเทศ เป็นต้น ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยจากภายในและภายนอกประเทศที่มีผลกระทบต่อคำสั่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย แต่ก็เห็นว่าภาวะการค้าอาหารทะเลกระป๋องของไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มการส่งออกที่ดี

สมดี หงส์ไฉสาลวิวัฒน์ (2530) ได้ศึกษาถึงสภาวะอาหารทะเลกระป๋องของไทย และกลยุทธ์การเจาะตลาดต่างประเทศ โดยวิธีการสัมภาษณ์บริษัทส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยจำนวน 20 ราย ในเขตกรุงเทพฯ ระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน 2530 พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ พบว่าสภาวะรวมของตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยที่ส่งออกมากกว่า 20 ชนิด โดยเฉพาะปลาทูนากระป๋องมีการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานและควรพิจารณาว่าไม่ถูกต้องในแง่ปี ประเด็นด้านการค้า และมีส่วนตรงตลาดร้อยละ 38 ของสินค้าในหมวดอาหารทะเลกระป๋องปี 2529 มีมูลค่าไม่ต่ำกว่านี้ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4,667 ล้านบาท ลูกค้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมันตะวันตก และ แคนาดา ส่วนผักกระป๋องมีส่งออก 13 ชนิดคือ ถั่วลันเตา หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือเทศ หน่อไม้ฝรั่ง เห็ด ข้าวโพด ถั่วฝักยาว มันฝรั่ง แดงกวา ผักตบถ และโถลัน ทั้งนี้ สหรัฐอเมริกานำเข้ามากที่สุดแต่มีแนวโน้มลดลง ส่วนแนวโน้มตลาดอาหารกระป๋องที่น่าสนใจและสามารถขยายตลาดออกไปได้อีกคือ ยุโรปตะวันออก และกลุ่มประเทศ สหประชาชาติ ดังนั้นรัฐบาลควรสนับสนุนโดยลดขั้นตอนการส่งออก การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์สินค้าไทย และตั้งหน่วยทำหน้าที่เกี่ยวกับข้อมูลต่างประเทศ

มารยาท มหาบุศย์ (2533) ได้ศึกษาเรื่องตลาดอาหารทะเลกระป๋อง ของไทยผลการศึกษาทำให้ทราบว่า การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยได้ขยายตัวเพิ่ม มากขึ้นในระดับสูงมากทั้งปริมาณและมูลค่า ทั้งนี้เนื่องจากตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมันตะวันตก และกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (EEC) ซึ่ง คงมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาคือ ระหว่าง ปี 2528-2532 การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยทั้งปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 28 และ 32 ต่อปีตามลำดับ แนวโน้มปี 2533 คาดการณ์ว่าจะส่งออกได้ถึง 300,000 ตัน มูลค่า 16,500 ล้านบาท ซึ่งเหตุผลประการสำคัญคือ ประเทศคู่แข่งที่ สำคัญของไทย เช่น ไต้หวันและญี่ปุ่น กำลังประสบปัญหาค่าแรงงานเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น นอกจากนี้ ประเทศนิลปีนส์และอินโดนีเซียก็ประสบปัญหาทาง การเมืองและความไม่มั่นคงของประเทศ ปัญหาการส่งมอบสินค้าไม่ค่อตรงเวลา ทำให้ ประเทศลูกค้านำเข้าจากไทยมากขึ้น

#### แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาด ต่างประเทศนั้นจะใช้แบบจำลองซึ่งพัฒนาโดย L.R. Rigaux, D.C. Spott, G.L. Ochsner และ G.L. Crammer โดยต้องการที่จะวิเคราะห์และทดสอบผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาด สหรัฐอเมริกา

อังกฤษ และ เยอรมันตะวันตก ในแบบจำลองส่วนแบ่งตลาด เมื่อส่วนแบ่งตลาดของประเทศ นี้ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ส่งออกประเทศหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไป เราสามารถวัดผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้ คือ

1. ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากขนาดของตลาด (Size of Market Effect) พิจารณาจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณการส่งออก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก อธิบายได้ว่ามีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยมีรายได้ประชาชาติ และจำนวนประชากรเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น

2. ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขันในตลาด (Competitive Effect) เป็นผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก อันเนื่องมาจากการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกต่าง ๆ ในสินค้าประเภทเดียวกัน โดยกำหนดให้ขนาดของตลาดส่งออกคงที่ กล่าวคือถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกนั้นลดลง ในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ก็แสดงว่าผลการแข่งขันทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นต้องสูญเสียตลาดไปบางส่วน ทำนองเดียวกันถ้าส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ก็แสดงว่าผลการแข่งขันทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นได้เปรียบคือมีตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าว นอกจากจะเป็นผลมาจากการแข่งขันแล้วยังรวมถึงผลการเปลี่ยนแปลงในนโยบายการค้า และการตลาดของประเทศผู้นำเข้าด้วย

3. ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาด (Distributive Effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงของประเทศผู้ส่งออกประเทศใดประเทศหนึ่ง อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงภายในตลาดส่งออก เช่น การเปลี่ยนแปลงการนำเข้าของประเทศต่าง ๆ และการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นำเข้าในแต่ละประเทศ เป็นต้น ซึ่งโดยส่วนรวมจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้านั้น ๆ ทั้งนี้ภายใต้ข้อจำกัดที่ว่าขนาดของตลาด และส่วนแบ่งตลาดในแต่ละตลาดนั้นคงที่ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงความสำคัญในแต่ละตลาดส่งออก ที่ทำให้ปริมาณการส่งออกที่แท้จริงในแต่ละตลาดเปลี่ยนแปลงไปในขณะที่ขนาดของตลาดและส่วนแบ่งตลาดคงที่ จึงเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของการกระจายตัวของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Ochsner และ Cramer ได้แสดงตัวอย่างการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด โดยกำหนดให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาด คือตลาด A และตลาด B เท่านั้น และสมมติให้ประเทศที่แข่งขันกับประเทศ X มีประเทศเดียว การวิเคราะห์กระทำเพียง 2 คาบระยะเวลา คือคาบที่ 1 และคาบที่ 2 (ตารางที่ 4)

จากข้อสมมติเหล่านี้ จะสามารถคำนวณหาส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X และสามารถแยกให้เห็นผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ข้อดังนี้

1. เพื่อที่จะแสดงให้เห็นถึงผลของขนาดตลาดจะกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในตลาด A, B และตลาดรวมทั้งหมดในปีที่ 1 และปีที่ 2 มีค่าคงที่ และให้ขนาดสัมพัทธ์ของตลาด A และ B ตลอดระยะเวลาคงที่ด้วย เมื่อนำผลของตลาดมาใช้แล้วยังทำให้ Relative Share ของตลาดเหล่านี้คงที่ ดังนั้นเมื่อกำหนดค่าเหล่านี้ให้การเพิ่มหรือลดปริมาณการส่งออกของประเทศ X จะหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากผลการเปลี่ยนแปลงในขนาดของตลาด

2. เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลจากการแข่งขันในตลาด จะสมมติให้ขนาดของตลาดทั้งหมดคงที่ตลอดระยะเวลา อาจเปลี่ยนแปลงเฉพาะส่วนแบ่งในตลาด A และ B ซึ่งถูกควบคุมโดยประเทศ X ตัวอย่างเช่นส่วนแบ่งตลาด A และ B ของประเทศ X ในขณะที่ขนาดของตลาดทั้งหมดยังคงที่ จะทำให้เกิดการเพิ่มในส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขัน

3. ผลของการกระจายตัวของตลาดสามารถคำนวณได้อีกแบบ โดยสมมติให้ขนาดของตลาดส่งออกทั้งหมด และส่วนแบ่งตลาดในตลาด A และ B ของประเทศ X คงที่ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงภายในตลาด A และ B จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศ X ไปยังตลาด A และ B ถึงแม้ว่าส่วนแบ่งตลาดจะกำหนดให้คงที่ก็ตาม ดังนั้นส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในประเทศทั้งหมดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ การเปลี่ยนแปลงแบบนี้มีผลมาจากการกระจายตัวของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4** ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติ

	ปริมาณนำเข้า ทั้งหมด	ปริมาณนำเข้า จากประเทศ X	ส่วนแบ่งตลาด ประเทศ X
ปีที่ 1 ตลาด A	400	160	40%
ตลาด B	1,200	240	20%
รวมทั้งหมด	1,600	400 ( $A_1$ )	25%
ปีที่ 2 ตลาด A	200	100	50%
ตลาด B	1,800	540	30%
รวมทั้งหมด	2,000	640 ( $A_2$ )	32%

ที่มา: (Ochsner and Crammer, 1975: 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อสมมติและวิธีการดังกล่าว สามารถนำมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด การ แข่งขัน และการกระจายตัวของตลาดระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

1. การคำนวณความสามารถในการส่งออกของประเทศ X ในปี 2

1.1 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในปี 1 ณ ระดับการส่งออกในปี ที่ 2 (สมมติให้แทนด้วย B )

$$: B = (25\% * 2,000) = 500 \text{ หน่วย}$$

1.2 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในตลาด A และ B ในปี 1 ณ ระดับการส่งออกในปี 2 (สมมติให้แทนด้วย C )

$$: C = (40\% * 200 + 20\% * 1,800)$$

$$= 80 + 360 = 440 \text{ หน่วย}$$

2. สรุปผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในระหว่างปีที่ 1 กับปีที่ 2

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X	หน่วย	ร้อยละ
2.1 ผลทั้งหมด ( $A_2 - A_1$ )	240	100
2.2 ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด ( $B - A_1$ )	100	42
2.3 ผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขัน ( $A_2 - C$ )	200	83
2.4 ผลจากการกระจายตัวของตลาด ( $C - B$ )	-60	-25

จากผลการคำนวณในตัวอย่างข้างต้น สรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในตลาด A และตลาด B ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 มีผล การเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเพิ่มขึ้น 240 หน่วย จำนวนนี้มีผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วย หรือคิดร้อยละ 42 ของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันเพิ่มขึ้น 200 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 83 ของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดและเป็นผลเนื่องมา จากการกระจายตัวของตลาดลดลง 60 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

## ภาวะการผลิต การตลาด และการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย

### ภาวะการผลิต

ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องได้พัฒนาด้านเทคโนโลยี มีโรงงานที่ทันสมัยทัดเทียมมาตรฐานโลกมากขึ้น โดยมีโรงงานผู้ผลิตมากกว่า 60 โรงงาน มีกำลังการผลิตรวมกันไม่ต่ำกว่า 324,000 เมตริกตันต่อปี (ปี 2531) ลักษณะการใช้กำลังการผลิตโดยทั่วไปจะไม่สม่ำเสมอทั้งปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับช่วงฤดูกาลถ้าเป็นช่วงฤดูมรสุมการใช้กำลังการผลิตจะลดลง แต่ถ้าเป็นช่วงฤดูการประมงจะมีการใช้กำลังการผลิตเต็มที่ คืออยู่ในระดับร้อยละ 80 - 100 ยกเว้นโรงงานผู้ผลิตขนาดใหญ่ซึ่งมีขนาดทุนดำเนินการมากและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะไม่ค่อยมีปัญหามากนัก เพราะโรงงานจะมีวัตถุดิบสำรองเก็บไว้เป็นสต็อกจำนวนมากและมีการวางแผนการผลิตที่แน่นอน

การผลิตอาหารทะเลกระป๋องประมาณร้อยละ 80 เป็นการผลิตปลากระป๋อง ในจำนวนนี้เป็นการผลิตปลาทูน่ากระป๋องถึงร้อยละ 70 ที่เหลือเป็นปลาซาร์ดีนและปลาอื่น ๆ สำหรับอีกร้อยละ 20 เป็นการผลิตอาหารทะเลกระป๋องประเภทอื่น ได้แก่ กุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง หอยฉลามกระป๋อง ปลาหมึกกระป๋อง และสัตว์น้ำอื่น ๆ โดยที่โรงงานส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบและจังหวัดชายทะเล ผลผลิตประมาณร้อยละ 80 จะส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

### กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิต

อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องมีการขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเริ่มจาก 130,000 ตัน ในปี 2526 เป็น 324,000 ตัน ในปี 2531 ส่วนการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมนี้จัดว่าอยู่ในระดับที่สูงในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยในช่วงต้นปี 2527 ปริมาณการผลิตอาหารทะเลกระป๋อง รวมทั้งสิ้นมีประมาณ 126,728 ตัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือคิดเป็นร้อยละ 66.7 ของกำลังการผลิตทั้งสิ้น และการใช้กำลังการผลิตดังกล่าว ได้เพิ่มขึ้นจาก 154,969 ตัน ในปี 2528 (ร้อยละ 67.4) เพิ่มขึ้นเป็น 315,989 ตัน (ร้อยละ 97.5) ในปี 2531 (ตารางที่ 5) ผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวในการผลิตสูงในปี 2530 คือ ปลาหมึกกระป๋อง กล่าวคือเพิ่มจากปีก่อนถึงร้อยละ 60 ส่วนสัตว์น้ำทะเล มีเปลือกบรจกระป๋องและปลากระป๋อง มีผลผลิตเพิ่มประมาณร้อยละ 11.6 และร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

การใช้กำลังการผลิตในช่วงปีหนึ่ง ๆ นั้น จะขึ้นอยู่กับฤดูกาล ถ้าช่วงใดมี วัตถุประสงค์มากก็จะทำการผลิตวันละ 2 ผลิต (ผลิตละ 8 ชั่วโมง) ถ้าช่วงใดมีวัตถุประสงค์น้อยก็จะทำการผลิตเพียงวันละผลิตเดียว ดังนั้นในช่วงฤดูการประมง โรงงานส่วนใหญ่จะผลิตเพิ่ม กำลังการผลิตหรืออยู่ในระดับร้อยละ 80-100 ของกำลังการผลิต ส่วนนอกฤดูกาล คือ ช่วงฤดูลมมรสุม ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อกิจการการประมงการจับสัตว์น้ำทะเลทำได้น้อยโรงงานก็จะมีวัตถุประสงค์มาป้อนน้อย ทำให้มีการใช้กำลังการผลิตเพียงร้อยละ 40-45 ของกำลังการผลิตเท่านั้น อย่างไรก็ตามเนื่องจากลักษณะการผลิตอาหารทะเลกระป๋อง ส่วนใหญ่ เป็นการผลิตที่เน้นการใช้แรงงานดังนั้นการขยายการผลิตจึงทำได้ไม่มากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงงานที่ผลิตเพื่อการส่งออกจะค่อย ๆ เพิ่มกำลังการผลิตขึ้น ตามแนวโน้มและ ลู่ทางการส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น

#### ชนิดของสินค้าและกรรมวิธีในการผลิต

##### อาหารทะเลกระป๋องที่ผลิตประกอบด้วย

1. ปลาทูนากระป๋อง ใช้ปลาทูนาชนิดต่าง ๆ ในการผลิต เช่น ปลาโอด่า (Tonggol) ปลาโบลาย (Bonito) และปลาทูนาชนิดอื่น ๆ ตามความต้องการของตลาด ปลาทูนากระป๋อง แบ่งออกเป็น 3 เกรด คือ

1.1 ปลาทูนาชิ้นใหญ่ (Solid) เนื้อปลาแข็ง และต้องใช้เทคนิคการผลิต สูงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง การผลิตเกรดนี้จึงไม่เป็นที่นิยมในการผลิตมากนัก

1.2 ปลาทูนาขนาดปานกลาง (Chunk) เนื้อปลาเล็กกว่า Solid เป็น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น มิใช่เพื่อเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต อาจทำให้ผิดกฎหมายได้ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 5** กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิตอาหารทะเลกระป๋องของไทย ปี 2526-2531

(ปริมาณ: ตัน)

ปี	กำลังการผลิต	การใช้กำลังการผลิต	สัดส่วนของการใช้กำลังการผลิต ต่อกำลังการผลิต
2526	130,000	89,333	68.7
2527	190,000	126,728	66.7
2528	230,000	154,969	67.4
2529	250,000	233,136	93.3
2530	272,000	260,441	95.7
2531	324,000	315,989	97.5

ที่มา: (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกรดที่นิยมผลิตกันมาก เนื่องจากสามารถรักษาคุณภาพได้สูง จำหน่ายได้ราคาดีและไม่ต้อง  
ใช้เทคนิคการผลิตที่สูงนัก

1.3 ปลาทูน่าเศษเล็กเศษน้อย (Flake) เป็นเศษเนื้อปลาหลังจากการ  
ตกแต่งปลาทูน่าเกรด Solid หรือ Chunk ที่นำมาผลิตปลาแซนวิชทูนากระป๋อง โดยใส่  
ส่วนผสมหรือเครื่องปรุงแต่งที่ต่างกันไปคือ น้ำมันพืช น้ำเกลือหรือเครื่องปรุงอื่น ๆ เช่น  
หอมหัวใหญ่ เมล็ดถั่วลิสงคั่ว ซอสมะเขือเทศ และเครื่องผสมอื่น ๆ เป็นต้น

2. ปลาซาร์ดีนหรือปลาแมคเคอเรลกระป๋อง ใช้ปลาหลังเขียว ปลากระพงขาว  
หรือปลาแมคเคอเรล กรรมวิธีการผลิตจะใช้ส่วนผสมคือ น้ำมันพืชหรือซอสมะเขือเทศ  
หรือน้ำมันจากตัวปลาตามธรรมชาติ

3. ปลาอื่น ๆ กระป๋อง

4. ปลาหมึกกระป๋อง ใช้ปลาหมึกกล้วย ปลาหมึกกระดอง โดยผสมด้วย  
น้ำเกลือหรือน้ำมันพืช แบ่งออกเป็น

4.1 Medium คือขนาดบรรจุกระป๋องน้ำหนัก 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 5-7  
ตัวต่อกระป๋อง

4.2 Small คือขนาดบรรจุกระป๋องน้ำหนัก 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 8-12  
ตัวต่อกระป๋อง

4.3 Tiny คือขนาดบรรจุกระป๋องน้ำหนัก 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 13-20  
ตัวต่อกระป๋อง

4.4 Fancy คือขนาดบรรจุกระป๋องน้ำหนัก 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 20 ตัว  
ขึ้นไปต่อกระป๋อง

นอกจากนี้ยังมีปลาหมึกทอดกรอบด้วยน้ำมันพืชผสมซีอิ้วหั่นเป็นท่อน ๆ บรรจุ  
กระป๋องสำหรับตลาดภายในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่วางไว้สำหรับเป็นข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น ไม่ควรเอาไปใช้ประกอบการค้า  
5. กุ้งกระป๋อง ใช้กุ้งทราย กุ้งตาและหรือกุ้งเป็ลือกแห้ง ผสมด้วยน้ำเกลือ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุกระป๋อง แบ่งออกเป็น 4 ขนาด คือ

5.1 Small ขนาดบรรจุกระป๋องน้ำหนัก 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 60 - 80

ตัวต่อกระป๋อง

5.2 Tiny ขนาดบรรจุกระป๋องน้ำหนัก 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 81 - 120

ตัวต่อกระป๋อง

5.3 Cocktail ขนาดบรรจุกระป๋อง 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 121 - 180

ตัวต่อกระป๋อง

5.4 Picnic ขนาดบรรจุกระป๋องน้ำหนัก 6.5 - 7 ออนซ์ได้ 180 ตัว

ขึ้นไปต่อกระป๋อง

6. ปูกระป๋อง ใช้เนื้อปูมานำมาห่อด้วยกระดาษ Parchment paper เพื่อช่วยป้องกันสารเคมีในเนื้อปูที่จะทำปฏิกิริยากับแลคเกอร์ฉาบกระป๋อง เนื้อปูกระป๋องแบ่งออกเป็น 3 เกรด คือ

6.1 เกรด A (Fancy) เป็นเนื้อปูก้อนร้อยละ 40 เนื้อขาวส่วนของลำตัวร้อยละ 35 เนื้อขาและก้ามร้อยละ 25

6.2 เกรด B (Choice) เป็นเนื้อปูก้อนร้อยละ 10 เนื้อขาวร้อยละ 50 และเนื้อขาร้อยละ 15

6.3 เกรด C (Standard) เป็นเนื้อขาวก้อนร้อยละ 50 ที่เหลืออีกร้อยละ 50 เป็นเนื้อรวมเรียกว่า Body meat

การแบ่งเกรด A-C นั้นจะเป็นที่นิยมใช้ในตลาดยุโรป สำหรับ Fancy Choice และ Standard นิยมใช้เรียกในตลาดสหรัฐอเมริกา

7. หอยหลายกระป๋อง ใช้หอยหลายตัวให้สุกผสมในน้ำเกลือบรรจุกระป๋อง แบ่งออกเป็น 3 เกรด คือ

7.1 Tiny บรรจุหอยหลาย 30 - 70 ตัวต่อกระป๋องขนาด 4 ออนซ์

7.2 Cocktail บรรจุหอยหลาย 71 - 90 ตัวต่อกระป๋องขนาด 4 ออนซ์

7.3 Picnic บรรจุหอยหลาย 90 ตัวขึ้นไปต่อกระป๋องขนาด 4 ออนซ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หอยหลายกระป๋องโดยการนำไปใช้ปรุงอาหารต่อ เช่น ซุป หรือสลัด

#### 8. สัตว์น้ำอื่น ๆ บรรจุกระป๋อง เช่น หอยเชลล์

นอกจากนี้ยังมีการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงกระป๋อง (Pet food) ซึ่งใช้เลือด และเศษเนื้อปลาที่เหลือจากการผลิตปลากระป๋องมาผสม jelly และวิตามิน นอกจากนี้ผู้ผลิตบางรายก็เริ่มหันมาผลิตสัตว์น้ำทะเลบรรจุในขวดแก้วบ้างแล้ว เพราะตลาดขยายตัว โดยที่ผู้ซื้อมองเห็นสินค้าได้ชัดเจน ทำให้มั่นใจในคุณภาพสินค้ามากกว่า อย่างไรก็ตาม การจะใช้วัตถุดิบสัตว์น้ำชนิดใดมาทำอาหารทะเลกระป๋องนั้น ก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของประเทศผู้นำเข้าว่าจะสั่งซื้ออาหารทะเลกระป๋องชนิดใดด้วย ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็น ปลากระป๋องถึงร้อยละ 80 นอกนั้นเป็นกุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง หอยหลายกระป๋องและ ปลาหมึกกระป๋อง ตามลำดับ

#### กรรมวิธีในการผลิต

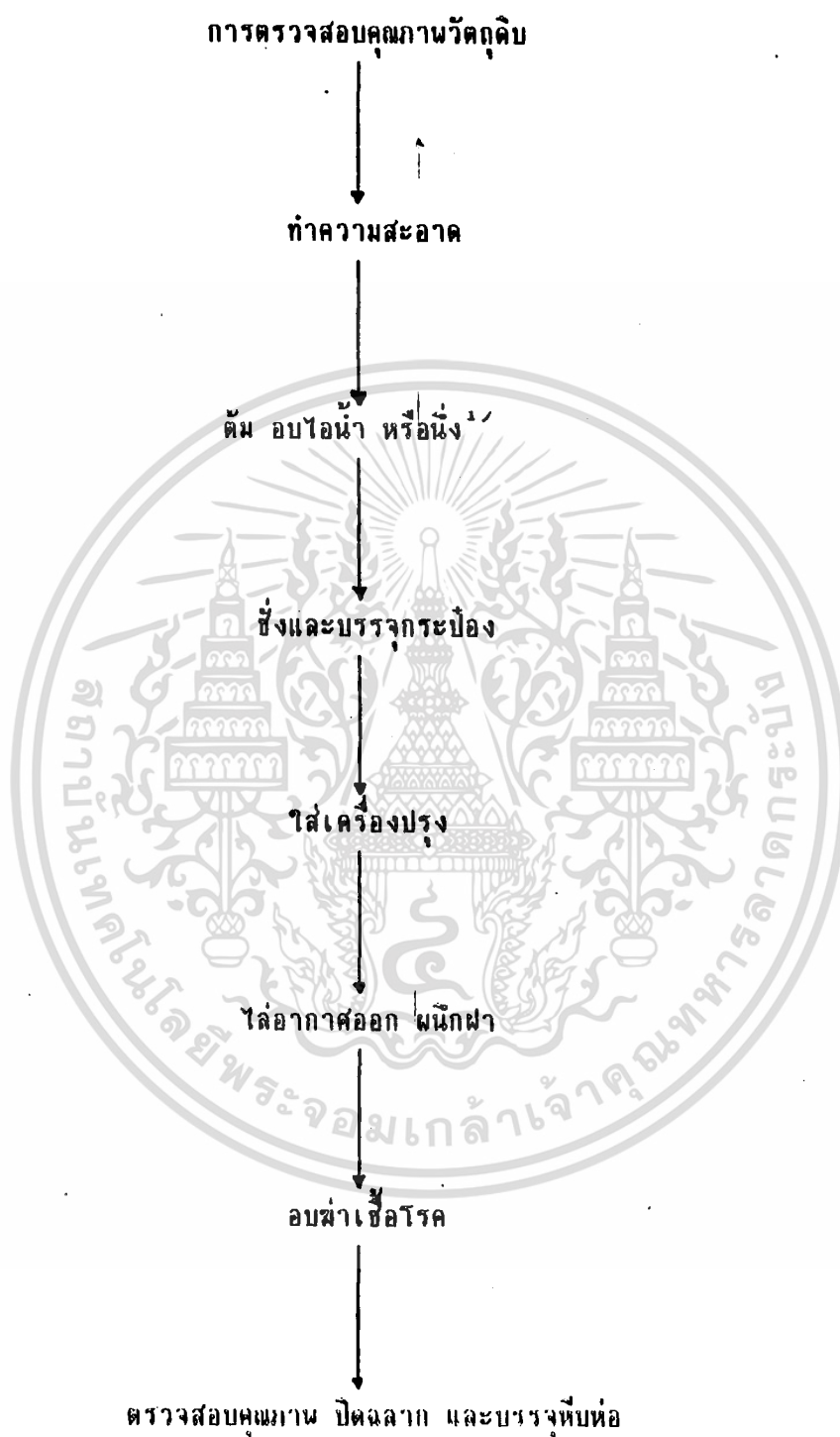
ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องนั้น วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ก็คือ สัตว์น้ำทะเล ซึ่งได้แก่ ปลาโอค่า (ปลาทูนาค่า) ปลาโอขาว (ปลาทูนาขาว) ปลาหลังเขียว (ปลาซาร์ดีน) ปูม้า กุ้ง กุ้ง หอยหลาย และปลาหมึก ส่วนเครื่องปรุงได้แก่ ซอสมะเขือเทศ น้ำมันพืชและเกลือ

กรรมวิธีการผลิตส่วนใหญ่จะมีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ดังมีขั้นตอนการผลิตต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และข้อมูลอ้างอิงจากเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ของสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีการเกษตร**

**สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง**



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ภาวะการตลาด

ตลาดสำคัญที่รองรับผลผลิตของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง ได้แก่ ตลาดต่างประเทศ การผลิตส่วนใหญ่จึงเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ 80 - 85 เนื่องจากประเทศไทยสามารถจับสัตว์น้ำได้เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ดังนั้น จึงนิยมการบริโภคอาหารสดมากกว่า หรือไม่ก็อาจจะเก็บรักษาในรูปของการทำเค็มหรือตากแห้ง ซึ่งสามารถรักษาไว้ได้นานพอสมควร ตลาดอาหารทะเลกระป๋องภายในประเทศจึงไม่เป็นที่นิยมมากนัก อย่างไรก็ตามความต้องการอาหารทะเลกระป๋องของตลาดภายในประเทศ ประเภทปลาซาร์ดีนหรือปลาแมคเคอรอลกระป๋อง หอยกระป๋อง และปลาหมึกกระป๋อง ก็มีแนวโน้มการบริโภคสูงขึ้นทุกปี โดยเฉพาะปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทยซึ่งตลาดต่างประเทศยังไม่ขยายตัวเท่าที่ควร ทำให้ผู้ผลิตสนใจตลาดภายในประเทศมากกว่า มีการโฆษณาสินค้า การออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด เช่น ปลาทอดกรอบราดพริก ปลากรอบหวาน หอยลายผัดเผ็ด เป็นต้น ประกอบกับอาหารทะเลกระป๋องชนิดที่จำหน่ายในประเทศมีราคาถูก หาซื้อง่าย สะดวกในการเก็บรักษา และไม่ต้องเสียเวลาในการเตรียมอาหาร ทำให้ความนิยมบริโภคของตลาดภายในประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉลี่ยความต้องการบริโภคของตลาดภายในประเทศในช่วงปี 2526 - 2531 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 18.7 ต่อปี (ตารางที่ 6)

ปริมาณอาหารทะเลกระป๋องที่ใช้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นปลาซาร์ดีนกระป๋อง ส่วนอาหารทะเลกระป๋องชนิดอื่นมีการบริโภคภายในประเทศน้อยมาก การผลิตเกือบทั้งหมดจะส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ดังนั้นอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง จึงขึ้นอยู่กับอัตราการขยายตัวของตลาดส่งออกเป็นสำคัญ (ตารางที่ 6) ซึ่งภาวะการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องขยายตัวในอัตราสูงถึงร้อยละ 47.8 ในปี 2527 ส่งผลให้การผลิตขยายตัวตามในอัตราสูงประมาณร้อยละ 41.9 ต่อปี และชะลอตัวลงในปี 2528 ตามภาวะการส่งออกที่ชะลอตัวโดยมีอัตราเพิ่มเพียงร้อยละ 19.9 จากปี 2528 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา และมาเพิ่มขึ้นอย่างมากอีกครั้งในปี 2529 โดยปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 55.3 และการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 50.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานที่การศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อมาในช่วงปี 2530-2531 ระดับการผลิตและการส่งออกยังคงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่การขยายตัวไม่สูงเท่าในช่วงปี 2527-2529 คือขยายตัวเพียงร้อยละ 16.6 ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านวัตถุดิบไม่เพียงพอและมีราคาสูงขึ้น รวมทั้งค่าขนส่งที่สูงขึ้น และเริ่มมีการกีดกันทางการค้ามากขึ้นโดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตามแนวโน้มการขยายตัวก็ยังอยู่ในระดับสูงพอสมควร หากพิจารณาอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2526-2528 อัตราการขยายตัวของการผลิตและการส่งออกจะใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 25.5 และร้อยละ 26.9 ตามลำดับ และในช่วงปี 2529-2531 ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.8 ต่อปี ในขณะที่ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 29.5 ต่อปี ส่วนการบริโภคภายในประเทศในช่วงแรกเฉลี่ยร้อยละ 18.8 ต่อปี และในช่วงหลังขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.6 ต่อปี (ตารางที่ 6)

#### ตลาดภายในประเทศ

ตามที่ได้กล่าวแล้วว่าตลาดอาหารทะเลกระป๋องในประเทศส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเป็นปลากระป๋อง ดังนั้นในที่นี้จะกล่าวถึงตลาดในประเทศเฉพาะที่มีต่อปลากระป๋อง ตลาดภายในประเทศของปลากระป๋องแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

1. ตลาดล่าง ราคาประมาณกระป๋องละ 5 - 6 บาท ปริมาณการขายประมาณเดือนละ 14,000,000 กระป๋อง มูลค่ารวม 70 ล้านบาท
2. ตลาดระดับบน ราคาประมาณกระป๋องละ 8 - 10 บาท ปริมาณการขายประมาณเดือนละ 1,000,000 กระป๋องหรือประมาณ 10 ล้านบาท
3. ตลาดพรีเมียม ราคาประมาณกระป๋องละ 21 - 24 บาท ปริมาณการขายเดือนละ 98,000 กระป๋อง หรือประมาณ 2 ล้านบาท

โดยที่ตลาดระดับล่าง มีสัดส่วนการตลาดสูงที่สุด มีการแข่งขันกันสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร. 0-2-646-1616 หรือ 0-2-646-1617 ในวันและเวลาราชการ

**ตารางที่ 6 ปริมาณการผลิต การบริโภคภายในประเทศ และการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2526-2531**

(หน่วย: ตัน)

ปี	ผลผลิต ทั้งหมด	อัตราการ เปลี่ยนแปลง	การบริโภค ภายในประเทศ	อัตราการ เปลี่ยนแปลง	สัดส่วนการ บริโภคต่อ การผลิต	การส่งออก	อัตราการ เปลี่ยนแปลง	สัดส่วนการ ส่งออกต่อ การผลิต
2526	89,333	12.4	15,040	10.0	16.8	74,293	12.9	83.2
2527	126,728	41.9	16,261	8.1	12.8	110,467	47.8	87.2
2528	154,969	22.3	22,483	38.3	14.5	132,486	19.9	85.5
2529	233,136	50.4	27,335	21.6	11.7	205,801	55.3	88.3
2530	260,441	11.7	33,150	21.3	12.7	227,291	10.4	87.3
2531	315,989	21.3	37,428	12.9	11.8	278,561	22.9	88.2
<b>อัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี</b>								
(2526-2528)		25.5		18.8			26.9	
(2529-2531)		27.8		18.6			29.5	

หมายเหตุ : การบริโภคภายในประเทศ = ผลผลิตทั้งหมด - การส่งออก

ที่มา : ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย

(กรมศุลกากร)

ทางออก เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้นทั้งวัตถุดิบปลาชารีดินและปลาทูนา ตลอดจนกระบือ และกระดาษพิมพ์ฉลาก ส่วนตลาดทวีปอเมริกาจะแข่งขันกันในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยเน้นคุณภาพและรสชาติที่แตกต่างกัน ปลากระบือที่ครองตลาดในประเทศมานาน ได้แก่ ปลาโคด หรือปุมปุย อย่างไรก็ตามในปี 2530 - 2531 ได้มีคู่แข่งรายใหญ่เข้ามาร่วมในตลาดนี้ด้วย คือ ปลากระบือโรซ่า (ของเครือโอสถสภาเด็กเฮงหมู) และปลากระบือโลดัส (ของลิเวอร์พูลราเซอร์) นอกเหนือจากนี้ยังมีปลากระบือยี่ห้ออื่นอีก 2 - 3 ยี่ห้อ เช่น ปลาอ้อม สามแม่ครัว เป็นต้น ทำให้ตลาดในประเทศมีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น และแนวโน้มจะเห็นการแข่งขันกันในตลาดระดับบนมากกว่า เพราะราคาขายต่อหน่วยมีกำไรมากกว่าตลาดระดับล่าง ทั้งนี้จากความกดดันด้านต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นดังกล่าว

### การส่งออก

การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระบือของไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะปลาทูนากระบือของไทย การส่งออกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีภาวะที่แจ่มใสมากสามารถครองตลาดปลาทูนากระบือที่สำคัญของโลกได้หลายตลาด เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่นำเข้าปลาทูนากระบือในน้ำเกลือมากเป็นอันดับหนึ่ง ตั้งแต่ปี 2526 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบันนี้ประเทศไทยก็ยังเป็นผู้ส่งออกรายสำคัญของตลาดนี้อยู่ ส่วนตลาดในแถบยุโรปไทยก็สามารถส่งออกปลาทูนากระบือจนครองตลาดเป็นอันดับหนึ่งในสาธารณรัฐเยอรมัน สหราชอาณาจักร และเดนมาร์ก ทำให้ไทยเป็นผู้ครองตลาดปลาทูนากระบือเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยร้อยละ 47 ของการนำเข้าปลาทูนากระบือของโลกนั้นไปจากประเทศไทย

การที่การส่งออกอาหารทะเลกระบือขยายตัวสูงเช่นนี้ เนื่องจากความต้องการของตลาดต่างประเทศซึ่งอยู่ในเกณฑ์สูง ขณะที่ประเทศผู้ผลิตรายอื่นที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทย เช่น ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน สามารถผลิตได้น้อยลงเพราะขาดแคลนวัตถุดิบประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับสองรองจากประเทศสหรัฐอเมริกาในการผลิตปลาทูนากระบือนั้นก็ประสบกับภาวะค่าเงินเยนแข็งตัว ทำให้การแข่งขันด้านการส่งออกค่อนข้างลำบากเพราะราคาสินค้าสูงขึ้นตามค่าเงินเยน จากกว่าที่ประเทศคู่แข่งสำคัญทั้ง 3 ด้านการนำเข้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศดังกล่าวผลิตได้น้อยลงและมีปัญหาค่าเงินแข็ง จึงเปิดโอกาสให้ไทยสามารถขยาย การส่งออกได้เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปี 2529 อีกส่วนหนึ่งก็เป็นผลจากการที่อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทยสามารถพัฒนาการผลิตจนมีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ ยอมรับของผู้นำเข้าต่างประเทศและสินค้ามีราคาถูกกว่า สามารถแข่งขันกับต่างประเทศ ได้ดี โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของโลกได้ปิดโรงงานภายในประเทศบางส่วนลง และนำเข้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะปลาทูนากระป๋องชนิดบรรจุในน้ำเกลือ สำหรับอาหารทะเลกระป๋องชนิดอื่น เช่น ปลาชาร์ตันกระป๋อง ปลาอื่น ๆ บรรจุกระป๋อง หอยหลายกระป๋อง และปูกระป๋อง ก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากความต้องการของตลาดต่างประเทศมีมาก ความนิยมบริโภคอาหารทะเลกระป๋องได้เพิ่มมากขึ้นเพราะสินค้ามีราคาไม่แพงและสะดวกประหยัดเวลา ไม่ต้อง เสียเวลาเตรียมอาหาร อย่างไรก็ตาม การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องบางชนิดได้ ลดลงในปี 2529 เช่น กุ้งกระป๋อง เนื่องจากการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ วัตถุดิบที่ใช้ผลิตกุ้งกระป๋องมีราคาแพงและปริมาณไม่เพียงพอ และสำหรับปลาหมึกกระป๋อง นั้นตลาดต่างประเทศไม่ค่อยนิยมและมีปัญหาด้านวัตถุดิบไม่เพียงพอ ผู้ผลิตมักส่งออกปลาหมึก ในรูปแช่แข็งมากกว่า สัดส่วนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังตลาดต่าง ๆ ในปี 2529 และปี 2530 ตลาดที่มีสัดส่วนสูง 5 อันดับแรกเรียงตามลำดับ คือ สหรัฐอเมริกา สัดส่วนร้อยละ 34.7 ในปี 2530 ลดจากปี 2529 ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 45 (ตารางที่ 7) รองไปคือสหราชอาณาจักร สัดส่วนร้อยละ 10.3 ลดจากปี 2529 ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 11.8 ตลาดแคนาดามีสัดส่วนการส่งออกไปตลาดนี้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.9 ในปี 2529 เป็นร้อยละ 10.2 ในปี 2530 เช่นเดียวกับตลาดฝรั่งเศสเพิ่มจาก ร้อยละ 8.2 ในปี 2529 เป็นร้อยละ 8.4 ในปี 2530 ในขณะที่ตลาดประเทศ เยอรมันตะวันตกลดจากร้อยละ 8.4 เหลือร้อยละ 6.5 มูลค่าการส่งออกไปตลาดทั้ง 5 ประเทศในปี 2530 มีมูลค่ารวมกันประมาณ 9,336 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 70.6 ของมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องรวมทั้งหมดของไทยเป็นที่น่าสังเกตว่าในปี 2530 นี้ ตลาดหลักที่มีแนวโน้มนำเข้าลดลงคือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักรและ เยอรมันตะวันตก ส่วนตลาดอื่นที่เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เช่น แคนาดา ออสเตรเลีย ประเทศยุโรปอื่น ๆ กลุ่มเอเชียและแอฟริกา รวมทั้งตะวันออกกลาง ปัจจุบันไทยมีตลาด อาหารทะเลกระป๋องมากกว่า 60 ประเทศทั่วโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่รวบรวมไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2527-2531

ประเทศ	2527		2528		2529		2530		2531	
	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า
สหรัฐฯ	54.6	3,200	54.6	4,014	45.0	4,919	34.7	4,762	42.0	7,748
อังกฤษ	4.1	240	5.6	412	11.8	1,291	10.3	1,412	14.2	2,618
เยอรมันตะวันตก	7.0	411	8.9	651	8.4	922	6.5	897	6.0	1,100
แคนาดา	8.2	480	6.6	483	7.9	866	10.2	1,403	7.2	1,324
ฝรั่งเศส	7.7	450	6.3	461	8.2	897	6.4	878	4.7	866
ฮอลแลนด์	1.2	73	2.1	158	2.8	305	3.7	506	3.4	637
มาเลเซีย	2.0	119	3.2	235	3.4	377	3.8	527	3.0	554
ออสเตรเลีย	3.6	209	2.6	191	2.2	245	2.7	364	3.7	688
สวีเดน	1.9	110	1.3	98	1.8	197	2.3	320	1.7	324
อื่น ๆ	9.7	566.2	8.8	642.9	8.3	909.1	19.3	2,644.8	14.1	2,606.6
รวม	100	5858.2	100	7,345.9	100	10,928.1	100	13,713.8	100	18,465.6

ที่มา : (ESCAP)

## การส่งออกอาหารทะเลระบียงของไทยจำแนกตามผลิตภัณฑ์

ปริมาณการส่งออกอาหารทะเลระบียงของไทยจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหญ่ ๆ ตามปริมาณส่งออกและอัตราการขยายตัวของการส่งออก ในช่วงปี 2527-2530 ได้ดังนี้ (ตารางที่ 8)

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการส่งออกสูง และมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกที่สูงด้วย ในช่วงปี 2527-2530 ได้แก่ ปลาทูนากระป๋อง ปลาชาร์ดีนกระป๋อง ปูกระป๋อง กุ้งกระป๋อง และหอยหลายกระป๋อง
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการส่งออกสูง แต่มีอัตราการขยายตัวของปริมาณส่งออกค่อนข้างต่ำหรือตกอยู่ในช่วงดังกล่าว ได้แก่ ปลากระป๋องชนิดอื่น ๆ (นอกจากปลาชาร์ดีนและปลาทูนากระป๋อง)
3. กลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการส่งออกต่ำ อีกทั้งมีอัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกสูง ได้แก่ กะปิบรรจุกระป๋อง (Black)
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการส่งออกต่ำ อีกทั้งมีอัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกต่ำด้วย ได้แก่ ปลาหมึกบรรจุกระป๋อง และสัตว์น้ำบรรจุกระป๋องอื่น ๆ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมาแล้ว

จากปริมาณการส่งออกอาหารทะเลระบียงทั้งหมดในปี 2531 นั้น ปลากระป๋องมีส่วนการส่งออกสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 83.3 โดยเฉพาะปลาทูนากระป๋องที่ส่งออกได้มากถึงร้อยละ 82.8 ของการส่งออกอาหารทะเลระบียงทั้งหมด และเป็นร้อยละ 69 ของการส่งออกอาหารทะเลระบียงทั้งหมดของไทย

ประเทศคู่ค้าสำคัญด้านอาหารทะเลระบองของไทย

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดสำคัญของปลาทุ่นากระบอง กุ้งกระบอง หอยลายกระบอง นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าอาหารทะเลระบองชนิดอื่นจากไทยอีกด้วย สหรัฐอเมริกานับเป็นตลาดสำคัญของโลกในการบริโภคปลาทุ่นากระบอง โดยกว่าร้อยละ 40 ของปลาทุ่นากระบองที่ผลิตได้ในโลกถูกใช้บริโภคในสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ตัวกัน สหรัฐอเมริกาก็เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกเช่นกัน แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการในประเทศจึงต้องนำเข้าปลานับล้านตัน และการนำเข้าได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ความนิยมบริโภคปลาทุ่นากระบองของตลาดสหรัฐฯ ได้เปลี่ยนไปนิยมบริโภคปลาทุ่นากระบองในน้ำเกลือแทนการบริโภคปลาทุ่นากระบองในน้ำมัน ประเทศต่าง ๆ ส่งปลาทุ่นากระบองชนิดบรรจุน้ำเกลือเข้าไปในสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น ในปี 2526 สหรัฐฯ จึงกำหนดโควตานำเข้าให้ไม่เกินร้อยละ 20 ของผลผลิตของสหรัฐฯ ซึ่งจะเสียภาษีนำเข้าเพียงร้อยละ 6 ถ้าเกินกว่าโควตาที่กำหนดในแต่ละปีจะต้องเสียภาษีนำเข้าร้อยละ 12.5 สำหรับปลาทุ่นากระบองชนิดบรรจุในน้ำเกลือ ส่วนปลาทุ่นากระบองชนิดบรรจุในน้ำมันเสียภาษีนำเข้าร้อยละ 35 สำหรับปลาทุ่นากระบองจากไทยนั้น ส่งออกภายใต้เครื่องหมายการค้าของสหรัฐฯ ยอดการนำเข้าปลาทุ่นากระบองจากไทยเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ปัจจุบันปลาทุ่นากระบองของไทยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณกว่าร้อยละ 50 นับเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่สำหรับตลาดนี้ ส่วนกุ้งกระบองของไทยประมาณร้อยละ 40 ส่งไปสหรัฐฯ โดยรวมแล้วมูลค่าส่งออกอาหารทะเลระบองของไทยที่ส่งเข้าไปในตลาดสหรัฐฯ ในปี 2529-2530 มีมูลค่าประมาณ 4,919 ล้านบาท และ 4,762 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 และ 34.7 ของมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลระบองทั้งหมดในปี 2529 และปี 2530 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

อังกฤษ เป็นตลาดสำคัญของปลาทุ่นากระบอง ปูกระบอง อาหารสัตว์เลี้ยงกระบอง ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา สหราชอาณาจักรได้หันมานำเข้าปลาทุ่นากระบองจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2527 นำเข้า 1,600 เมตริกตัน ปี 2528 นำเข้า 5,589 เมตริกตัน ปี 2529 และปี 2530 นำเข้า 19,789 เมตริกตัน และ 19,673 เมตริกตัน ตามลำดับ คิดเป็นอัตราเพิ่มเฉลี่ยในช่วงปี 2527 - 2530 สูงถึงร้อยละ 130.8 ต่อปี ส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 66.5 ล้านบาท ในปี 2527 เป็น 1,117.6 ล้านบาท

แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย แยกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ ปี.ศ. 2526-2531

ปี	2526		2527		2528		2529		2530		2531	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ปลาซาร์ดีน	2,280.00	57.00	2,412.00	60.00	3,022.00	92.00	8,782.00	244.00	14,281.00	335.00	1,842.00	403.00
ปลาทูนา	35,660.00	1974.00	39,862.00	1,854.00	87,135.00	4,620.00	141,759.00	7,090.00	144,880.00	8,154.00	200,982.00	12,965.00
ปลากระป๋องอื่น ๆ	29,947.00	1,478.00	39,145.00	1,782.00	12,798.00	492.00	20,870.00	765.00	25,113.00	968.00	21,462.00	628.00
ปลาหมึก	1,227.00	56.90	1,805.00	66.00	1,101.00	47.00	1,438.00	64.00	2,400.00	228.40	-	-
กะปิ	30.10	0.99	22.00	0.92	25.00	1.15	64.00	3.11	45.00	2.18	76.00	4.57
หอยลาย	1,539.00	84.60	6,710.00	303.00	8,462.00	305.00	8,808.00	295.00	8,601.00	385.60	10,022.00	617.00
ปู	1,327.00	152.00	11,613.00	918.00	12,231.00	1,029.00	14,444.00	1,666.00	17,489.00	1,588.00	21,367.00	2,334.00
อาหารทะเลกระป๋อง	629.90	17.51	1,892.00	73.28	1,334.00	59.75	1,398.00	75.89	2,296.00	37.90	1,556.00	28.01
รวม	74,293.00	3,963.00	11,046.00	5,858.20	132,486.00	7,435.90	205,736.00	10,958.10	26,695.00	13,123.80	278,561.00	18,465.58
อื่น ๆ												

ที่มา : (Foreign Trade Statistics of Thailand)

ล้านบาท ในปี 2530 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 156.15 เฉลี่ยต่อปี การที่นำเข้าเพิ่มขึ้นสูงนี้เนื่องจากความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าจากไทย ประกอบกับการนำเข้าจากแหล่งอื่นลดลงโดยเฉพาะญี่ปุ่น ซึ่งได้รับผลกระทบจากค่าเงินเยนแข็งตัว ส่วนแหล่งผลิตอื่นก็ผลิตได้ลดลงเช่น ฟิลิปปินส์ ใต้หวัน ไต้หวัน ใอเวอรัตี้ดี เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม การส่งออกของไทยค่อนข้างจะเสียเปรียบประเทศผู้ผลิต ในแถบทวีปอเมริกา ซึ่งไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า เนื่องจากอยู่ภายใต้สนธิสัญญาโลเม (LOME/APC) แต่ผู้ส่งออกของไทยซึ่งถึงแม้จะอยู่ภายใต้ระบบ G.S.P. (Generalized System of Preferences) ก็ตาม แต่ก็ต้องเสียภาษีสูงถึงร้อยละ 19 และหากส่งเข้าไปเต็มโควต้าแล้วส่วนที่เกินโควต้าต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 25 ดังนั้นการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดนี้จึงค่อนข้างเป็นไปได้ยาก นอกจากต้องอาศัยความได้เปรียบทางด้านคุณภาพและความสะอาดเป็นหลัก ตลาดนี้เป็นตลาดใหญ่รองจากตลาดสหรัฐฯ สำหรับอาหารทะเลกระป๋องของไทย โดยมีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.8 และร้อยละ 10.3 ของมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องทั้งหมดของไทยในปี 2529 และปี 2530 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

เยอรมันตะวันตก เป็นตลาดใหญ่อีกแห่งหนึ่ง โดยมีการนำเข้าปลากระป๋องจากต่างประเทศปีละกว่า 2 หมื่นตัน โดยนำเข้าจากไทย ฟิลิปปินส์ ฝรั่งเศส ใต้หวัน เซเนกัล เป็นต้น ทั้งนี้ได้นำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง ปริมาณการนำเข้าได้สูงขึ้นทุกปี และยังเป็นตลาดสำคัญสำหรับปลากระป๋องประเภทอื่นของไทยด้วย ความต้องการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องจากแถบนี้ได้เพิ่มขึ้นมากเนื่องมาจากปัญหาการระเบิดของโรงงานนิวเคลียร์ในสหภาพโซเวียต ทำให้การบริโภคอาหารสดและอาหารประเภทอื่นที่ผลิตในแถบยุโรปที่อยู่ใกล้รัสเซียลดลง หันไปนำเข้าจากต่างประเทศที่อยู่ห่างออกไปซึ่งไม่ได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าวแทน ในปี 2529 และปี 2530 มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังตลาดนี้มีมูลค่าประมาณ 922 ล้านบาท และ 897 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

นอกจากนี้ยังมีประเทศต่าง ๆ ที่นำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยในปริมาณ

ค่อนข้างมากได้แก่ แคนาดา ฝรั่งเศส มาเลเซีย ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สวีเดน เดนมาร์ก

เยอรมัน อิตาลี กรีซ และออสเตรเลีย เป็นต้น อีกตลาดหนึ่งที่น่าสนใจคือ กลุ่มประเทศไมวารภูมิใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุผลเบื้องเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเงาของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะวันออกกลางซึ่งมีการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก แต่การนำเข้าจากไทยยังอยู่ในระดับต่ำโดยส่วนใหญ่ตลาดนี้จะนำเข้าจากญี่ปุ่น การที่ผู้ผลิตของไทยยังส่งออกไปตะวันออกกลางได้น้อยนั้น เนื่องจากผู้ส่งออกยังขาดข้อมูลในเรื่องการตลาดและยังไม่สามารถติดต่อจนมีความสัมพันธ์ทางการทูตที่ดีพอ ความพยายามในการเปิดตลาดแห่งนี้จึงยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

### แนวโน้มด้านการผลิตและการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย

#### แนวโน้มด้านการผลิต

จากการศึกษาโครงสร้างการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทย จะเห็นว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวสูงมากอุตสาหกรรมหนึ่ง เนื่องจากสามารถขยายการส่งออกได้มากจนครองส่วนแบ่งตลาดในตลาดที่สำคัญ ๆ ได้หลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมันตะวันตก แคนาดา และเดนมาร์ก เป็นต้น และก้าวขึ้นมาเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารทะเลกระป๋องที่ใหญ่ที่สุดในโลกในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปี แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสูงจนสามารถส่งออกได้แข่งขันในตลาดโลกได้ดี มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ แม้ว่าในช่วงหลังอัตราการขยายตัวของการส่งออกจะชะลอลงบ้าง เนื่องจากปัญหาวัตถุดิบไม่เพียงพอป้อนโรงงาน อย่างไรก็ตามปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบจนทำให้ราคาสัตว์น้ำทะเลมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงตามไปด้วยนั้น ทางภาครัฐบาลก็ได้พยายามแก้ไขโดยการเจรจาทำประมงร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อช่วยให้เรือประมงไทยสามารถออกไปจับปลานอกน่านน้ำทะเลไทยได้ ในด้านเอกชนก็ได้พยายามแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเพื่อนำมาป้อนเข้าโรงงานของตน เช่น บริษัทยูนิคอร์น ได้สั่งซื้อเรือห้องเย็นเพื่อใช้ออกไปจับปลาและสัตว์น้ำทะเลจากเรือประมงในทะเล ไม่ต้องคอยจนกระทั่งเรือประมงเอามาขึ้นท่าที่ชายฝั่ง ทางด้านบริษัทสงขลาคนึงผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องส่งออกอีกรายหนึ่งก็ได้เห็นสัญญากับสาธารณรัฐประชาชนจีน ในการร่วมผลิตอุตสาหกรรมประมง

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในเกาะไต้หวัน ซึ่งจะได้ผลตอบแทนเป็นปลาที่จับได้จากการทำประมงร่วมดังกล่าว อย่างไรก็ตามก็ดีสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่คิดจะเข้ามาในวงการอุตสาหกรรมนี้ ในปัจจุบันคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ประกาศศให้การส่งเสริมแล้วเป็นการชั่วคราว เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานในการผลิตมาก (Labor-Intensive Industry) ซึ่งประเทศกำลังพัฒนาจะได้เปรียบในการผลิตเพราะมีค่าจ้างแรงงานถูกกว่าประเทศพัฒนาแล้วหลายเท่า ดังนั้นการผลิตจึงมีแนวโน้มจะเคลื่อนย้ายแหล่งผลิตไปสู่กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีค่าจ้างแรงงานถูกกว่ามากขึ้น

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในการผลิตอาหารทะเลกระป๋อง เนื่องจากมีพื้นที่ประเทศติดทะเลซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์ มีอุตสาหกรรมประมงที่มีประสิทธิภาพและทันสมัยทำให้สามารถจับสัตว์น้ำได้มาก ทั้งยังมีการประมงนอกน่านน้ำไทยอันเป็นการขยายอาณาเขตจับปลาออกไป เพื่อให้มีสัตว์น้ำมาป้อนตามความต้องการของผู้บริโภคและโรงงานอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศ สำหรับปลาชนิดที่ไม่มีในน่านน้ำแถบนี้หรือมีไม่เพียงพอับความต้องการ ก็มีการทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นการขาดแคลนวัตถุดิบจึงมีในบางช่วงฤดูกาลเท่านั้น ในด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงานในประเทศไทยก็ยังต่ำกว่ามากเมื่อเปรียบเทียบกับค่าจ้างแรงงานในประเทศคู่แข่ง เช่น ใต้หวัน นิปปินส์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้ว แต่มีคู่แข่งรายใหม่จากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาด้วยกันเข้ามาในตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาในอเมริกาใต้ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นมากในช่วงปี 2525 - 2530 และประเทศนิปปินส์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีน่านน้ำกว้างขวางกว่าไทยมาก รวมทั้งผู้ผลิตในสหรัฐอเมริกาที่เริ่มฟื้นตัวขึ้นหลังจากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนตัวลง นอกจากนี้กลุ่มประเทศยุโรปได้แก่ ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ซึ่งจะรวมตลาดกันในปี 2535 ทำให้อัตราการเพิ่มกำลังการผลิตสูงมาก จนเป็นกลุ่มประเทศที่ผลิตได้สูงเป็นอันดับสองของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา

### แนวโน้มการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการศึกษาของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องขึ้นด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของไทยนั้นตลาดหลักจะเป็นตลาดต่างประเทศ โดยประมาณร้อยละ 80 ของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องที่ผลิตได้ในประเทศจะถูกส่งออกไปจำหน่ายในตลาดโลก ตลาดส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในประเทศพัฒนาแล้ว ดังนั้นแนวโน้มความต้องการอาหารทะเลกระป๋องของไทยจึงขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นผู้นำเขารายใหญ่ของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมันตะวันตก แคนาดา เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เป็นต้น ตลาดเหล่านี้ยังคงเป็นตลาดใหญ่ของโลก มีมูลค่าการนำเข้าในแต่ละปีสูง ความต้องการของตลาดกลุ่มนี้ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต และยังคงเป็นตลาดที่สำคัญของอาหารทะเลกระป๋องของโลกที่ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ต่างก็ต้องการเข้ามาในตลาดนี้เช่นกัน จึงคาดว่า จะมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นโอกาสและช่องทางส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยจะมีมากขึ้นเท่าใดในอนาคตนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องใหม่ให้มากขึ้น เพื่อฉีกหนีจากสงครามการแข่งขันทางการค้า

แนวโน้มตลาดจะมีการกีดกันทางการค้ามากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งในปี 2531 ได้กำหนดโควตาการนำเข้าปลากระป๋องชนิดบรรจุในน้ำเกลือจากไทยให้นำเข้าได้ลดลงจากปี 2530 ประมาณร้อยละ 7 คู่แข่งของไทยในตลาดนี้คือ บริษัท Starkist ผู้ผลิตรายใหญ่ของประเทศแคนาดา ผู้ผลิตในเม็กซิโก และในสหรัฐอเมริกาเอง เพราะมีความได้เปรียบที่อยู่ใกล้ตลาดมากกว่า ส่วนในตลาดร่วมยุโรปก็เพิ่มมาตรการควบคุมสินค้านำเข้าเข้มงวดมากขึ้นทั้งด้านตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และในตลาดนี้ไทยยังเสียเปรียบด้านภาษีขาเข้าในขณะที่ผู้ผลิตในแถบแอฟริกาไม่ต้องเสียภาษีขาเข้า นอกจากนี้ประเทศฝรั่งเศส และอิตาลียังควบคุมการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยคือ ต้องขออนุญาตก่อนนำเข้าและห้ามนำเข้าถ้าตรวจพบว่าอาหารทะเลกระป๋องมีสาร EDTA ซึ่งเป็นสารกันหืนและป้องกันการตกผลึกในผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องและช่วยให้เนื้อกุ้ง ปู มีความขาวขึ้น ดังนั้นจะต้องระวังและต้องแข่งขันด้านคุณภาพ ความสะอาดเป็นหลัก ส่วนตลาดอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มจะนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องเพิ่มขึ้นและเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจได้แก่ ตลาดออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง ยุโรปตะวันออก และประเทศแถบแอฟริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาการส่งออกอาหารทะเลระบองของไทย

1. ปัญหาที่เกิดจากกฎระเบียบข้อบังคับของทางราชการไทยที่ทำให้เกิดความล่าช้าและไม่สะดวกในการส่งออก อาทิเช่น การตรวจสอบคุณภาพไว้ประสิทธิภาพ ทำให้ล่าช้า ระบบการจัดเก็บภาษีที่ซ้ำซ้อน

2. ปัญหาการเพิ่มค่าระวางเรือมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ต้นทุนการจำหน่ายสูงขึ้นไปด้วยเป็นเหตุให้ต้องเสียเปรียบในด้านการแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ผู้ส่งออกบางรายจึงพยายามหาทางลดต้นทุนด้านการขนส่งโดยใช้เรือนอกชมนรม ซึ่งก็ก่อให้เกิดปัญหาการขนส่งถึงเมืองปลายทางล่าช้ากว่ากำหนด เช่น ปัญหาการขนส่งอาหารกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกา ในช่วงไตรมาสแรกปี 2527 ประสบปัญหาดังกล่าวโดยปรากฏว่าอาหารกระป๋องซึ่งมีทั้งอาหารทะเลกระป๋องและสับปะรดกระป๋องที่ส่งไปยังสหรัฐฯ ได้ติดค้างอยู่ตามท่าเรือของประเทศต่าง ๆ หลายแห่ง เช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน และฮ่องกง ซึ่งคิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทเรือที่ทำการขนส่งสินค้าดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นของญี่ปุ่นและไต้หวันซึ่งอยู่นอกชมนรมสายการเดินเรือไทย-สหรัฐฯ ซึ่งคิดค่าขนส่งสูงกว่าสายการเดินเรือในชมนรมถึงร้อยละ 15 โดยไม่มีการกำหนดโควตาในการบรรทุก ทำให้มีการขนส่งสินค้าออกไปทีละมาก ๆ ก่อนที่จะไปทำการเปลี่ยนเป็นเรือใหญ่ที่ท่าเรือในประเทศดังกล่าวอีกครั้ง แต่เรือใหญ่อดังกล่าวจะไม่รับสินค้าไทยโดยอ้างว่าระวางเรือเต็มไม่มีที่บรรทุก เพราะได้ให้โควตาการบรรทุกแก่สินค้าในประเทศตนก่อนจึงส่งผลให้ผู้ซื้อในสหรัฐฯ หันเหที่จะไปนำเข้าจากญี่ปุ่นและไต้หวันแทน เพราะการนำเข้าล่าช้า ทำให้ต้องเสียอากรขาเข้าปลายทางระบองชนิดในน้ำและในน้ำเกลือในอัตราร้อยละ 12.5 เนื่องจากโควตาการนำเข้าเต็มแล้ว

3. ขาดแคลนข้อมูลทางด้านตลาดต่างประเทศ ทำให้ไม่ทราบความเคลื่อนไหวของตลาดโลกได้ทันทั่วถึง บางครั้งทำให้พลาดโอกาสการหาตลาดใหม่ ๆ และบางครั้งทำให้เกิดการเสียหายแก่ผู้ส่งออก ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบการนำเข้าหรือมาตรฐานสินค้าที่นำเข้าของบางประเทศ เช่น สหรัฐฯ ได้ประกาศเปลี่ยนแปลงมาตรฐาน

ของ INDOLE TEST จากเดิม 100 PPM เหลือ 25 PPM สำหรับการผลิตกุ้งกระป๋อง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้ผู้ผลิตเพื่อส่งออกหลายรายได้รับความเสียหายหลายสิบล้านบาท เนื่องจากสินค้าถูกส่งคืน เพราะผู้ส่งออกไม่ทราบระเบียบดังกล่าวล่วงหน้า

4. ปัญหาที่กีดกันจากประเทศผู้นำเข้า ในปัจจุบันปัญหาการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลก นับวันจะทวีความเข้มข้นมากขึ้นทุกที ทั้งในด้านการกำหนดมาตรฐานสินค้าให้สูงขึ้น การตั้งกำแพงภาษี การจำกัดการนำเข้า และการห้ามนำเข้า

5. ปัญหาด้านการส่งเสริมการจำหน่ายในต่างประเทศ การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้าในต่างประเทศ ตลอดจนการปรับปรุงสินค้าให้เข้ากับความต้องการของตลาดต่างประเทศ เพราะขาดข้อมูล ขาดกำลังคนทางด้านนี้

6. ปัญหาด้านการแข่งขัน ในปัจจุบันได้มีผู้ผลิตประเทศต่าง ๆ นพยายามเข้ามาแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกาเองก็กลับเข้ามาจับบทบาทในตลาดมากขึ้น รวมทั้งผู้ผลิตในประชาคมเศรษฐกิจยุโรป คือ ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ซึ่งกำลังขยายการผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้นจนกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีกำลังการผลิตรวมกันมากเป็นที่สองรองจากสหรัฐฯ และกลุ่มนี้มีแนวโน้มจะกลายเป็นกลุ่มผู้ผลิตส่งออกรายใหญ่ของโลกแทนกลุ่มอาเซียน คือ ไทย และฟิลิปปินส์ นอกจากนี้เม็กซิโกซึ่งเป็นประเทศที่ส่งออกปลาทูนากระป๋องไปยังสหรัฐฯมากประเทศหนึ่งซึ่งได้ถูกห้ามส่งเข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯ ถึง 3 ปี ต่อมาในปี 2532 ได้รับอนุญาตให้ส่งปลาทูนากระป๋องเข้าไปจำหน่ายยังสหรัฐฯได้อีกครั้งหนึ่ง จึงเป็นที่คาดว่าสหรัฐฯ อาจจะหันไปนำเข้าจากเม็กซิโกมากขึ้น เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า นอกจากนี้สหรัฐฯได้ร่วมมือกับแคนาดาในการยกเว้นภาษีนำเข้าของอาหารทะเลกระป๋องระหว่าง 2 ประเทศทำให้ต้นทุนทางการตลาดของแคนาดาถูกลงทำให้ได้เปรียบในด้านราคาแข่งขัน ปัญหาด้านการแข่งขันที่ทวีขึ้นเป็นลำดับนี้จะส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยได้ในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยโดยอาศัยแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (The Model of Market Share Analysis) เพื่อให้ทราบการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น เป็นผลมาจากปัจจัยอะไรบ้าง และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องแล้วประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบคู่แข่งในตลาด ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดต่างประเทศ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดแยกเป็นรายประเทศในกลุ่มประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง ที่สำคัญของไทยคือ ฟิลิปปินส์และไต้หวัน
  2. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดรวมประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
- 3 ประเทศดังกล่าว

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยแยกรายประเทศ

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทย โดยแยกรายประเทศนี้ จะทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอาหารทะเลกระป๋องที่สำคัญของไทย และเป็นตลาดที่ประเทศคู่แข่งของไทยคือฟิลิปปินส์ และไต้หวัน ให้ความสนใจและต้องการครอบครองส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น โดยใช้ข้อมูลการนำเข้า

รายปีเฉลี่ยระหว่างปี 2526-2528 และ 2529-2531 ซึ่งเป็นคาบที่ 1 และคาบที่ 2 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกาจาก  
ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ. 2526-2528  
และปี พ.ศ. 2529-2531.

	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)			
	รวมทั้งหมด	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากไต้หวัน
2526	322,930	57,980	33,007	27,931
2527	377,085	108,940	23,747	25,971
2528	470,378	155,308	31,623	28,700
เฉลี่ย 3 ปี	390,131	107,409	29,459	27,534
2529	526,489	193,165	31,793	43,835
2530	319,637	158,608	23,030	27,846
2531	672,415	238,607	28,976	65,794
เฉลี่ย 3 ปี	506,180	196,793	27,933	45,825

ที่มา : (U.S.General Imports and Exports for Consumption Yearbook)

ตารางที่ 10 ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศอังกฤษ จากประเทศไทย  
ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ. 2526-2528 และปี พ.ศ. 2529-2531

	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)			
	รวมทั้งหมด	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากไต้หวัน
2526	101,468	2,867	2,956	890
2527	107,120	4,379	2,995	510
2528	136,721	6,536	2,803	930
เฉลี่ย 3 ปี	115,103	4,594	2,918	777
2529	135,086	21,744	2,339	1,370
2530	240,688	24,853	1,818	460
2531	382,336	32,804	3,329	1,120
เฉลี่ย 3 ปี	252,703	26,467	2,495	983

ที่มา : (Business Monitor Overseas Trade Statistic of The United Kingdom)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 11** ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศเยอรมันตะวันตกจาก  
ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ. 2526-2528  
และปี พ.ศ. 2529-2531

	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)			
	รวมทั้งหมด	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากไต้หวัน
2526	57,290	6,694	2,825	3,348
2527	54,946	8,544	4,263	2,767
2528	69,895	12,513	3,796	1,350
เฉลี่ย 3 ปี	60,710	9,250	3,628	2,488
2529	76,541	16,537	6,053	1,343
2530	78,231	19,284	8,584	1,441
2531	79,105	14,571	8,579	895
เฉลี่ย 3 ปี	77,959	16,797	7,739	1,226

ที่มา : (West Germany Trade Yearbook)

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2526-2528 และปี พ.ศ.2529-2531

	ปริมาณการนำเข้า อาหารทะเลกระป๋อง ของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2526-2528 (เฉลี่ย)	ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด	ปริมาณการนำเข้า อาหารทะเลกระป๋อง ของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2529-2531	ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด
รวมทั้งหมด	390,131 <sup>A<sub>1</sub></sup>	100.00	506,180 <sup>A<sub>2</sub></sup>	100.00
จากไทย	107,409 <sup>A<sub>1</sub></sup>	27.53	196,793 <sup>A<sub>2</sub></sup>	38.88
จากฟิลิปปินส์	29,459	7.55	27,983	5.52
จากไต้หวัน	27,534	7.06	45,825	9.05

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_u$  )

$$S_u = 0.2753 \times 506,180 = 139,351.35$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_p$  )

$$S_p = 0.0755 \times 506,180 = 38,216.59$$

ส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_w$  )

$$S_w = 0.0706 \times 506,180 = 35,736.31$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐ  
อเมริการะหว่างปีพ.ศ. 2526-2528 และปีพ.ศ. 2529-2531**

การเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากไต้หวัน	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	89,384.00	100.00	-1,526.00	-100.00	18,291.00	100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	31,950.25	35.74	8,762.92	574.24	8,192.31	44.78
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	57,433.75	64.26	-10,288.92	-674.24	10,100.69	55.22

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตามลำดับ (ตารางที่ 9, 10, 11, 12) ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความไม่แน่นอนของปริมาณ การนำเข้าปีใดปีหนึ่งของประเทศลูกค้า ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก (ตารางที่ 13, 14, 15) จะเห็นได้ว่าในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงปี 2526-2528 และช่วงปี 2529-2531 ส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.53 เป็น 38.88 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ลดลงจากร้อยละ 7.55 เป็นร้อยละ 5.52 ส่วนประเทศไต้หวันมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.06 เป็น ร้อยละ 9.05 โดยที่การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้น 89,384 ตัน ใน จำนวนนี้เป็นผลที่เกิดจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 31,950.25 ตันหรือร้อยละ 35.74 และเป็นผลที่เกิดจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 57,433.75 ตัน หรือร้อยละ 64.26 ซึ่งเมื่อเปรียบ เทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งกัน จะเห็นได้ว่าประเทศฟิลิปปินส์ได้ เปรียบในด้านการขยายตัวของตลาด แต่เสียเปรียบในด้านการแข่งขัน กล่าวคือปริมาณ การส่งออกของฟิลิปปินส์ในช่วงระยะเวลาเดียวกันได้ลดลงจาก 29,459 ตัน เป็น 27,933 ตันหรือลดลง 1,526 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 8,762.92 ตัน หรือร้อยละ 574.24 และเป็นผลจากการแข่งขันลดลง 10,228.92 ตัน หรือร้อยละ 674.24 ส่วนประเทศไต้หวันซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งอีกประเทศหนึ่งมีปริมาณการเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น 18,291 ตัน ในช่วงเวลาเดียวกันซึ่งเป็นผลจากขนาดของตลาด เพิ่มขึ้น 8,190.31 ตัน หรือร้อยละ 44.78 และเป็นผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 10,100.69 ตัน หรือร้อยละ 55.22 (ตารางที่ 12)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องใน ตลาดสหรัฐอเมริกาดังกล่าว จะเห็นได้ว่าประเทศฟิลิปปินส์ได้เปรียบในด้านขนาดของ ตลาดที่เพิ่มขึ้น กล่าวคือการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 574.24 ในขณะที่ไทยและไต้หวันเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 35.74 และร้อยละ 44.78 ตามลำดับ ซึ่งความได้เปรียบในด้านขนาดตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นเพราะประเทศฟิลิปปินส์มี บริษัทแม่อยู่ในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งบริษัทแม่จะเป็นผู้จัดจำหน่าย และส่งเสริมการ จำหน่ายให้แก่ฟิลิปปินส์ ทำให้การกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้กว้างขวางและทั่วถึง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า มากกว่าประเทศไทยและประเทศไต้หวัน แต่ในด้านการแข่งขันประเทศไทยได้เปรียบมาก ไม่วางกรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 14** ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทย  
ในตลาดอังกฤษระหว่างปี พ.ศ. 2526-2528 และปี พ.ศ.2529-2531

	ปริมาณการนำเข้า อาหารทะเลกระป๋อง ของอังกฤษ ปี พ.ศ.2526-2528 ( เฉลี่ย )	ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด	ปริมาณการนำเข้า อาหารทะเลกระป๋อง ของอังกฤษ ปี พ.ศ.2529-2531 ( เฉลี่ย )	ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด
รวมทั้งหมด	115,103	100	252,703	100
จากไทย	4,594	3.99	26,467	10.47
จากฟิลิปปินส์	2,918	2.54	2,495	0.99
จากไต้หวัน	777	0.68	983	0.39

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_u$  )

$$S_u = 0.0399 \times 252,703 = 10,085.90$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_{u_1}$  )

$$S_{u_1} = 0.0254 \times 252,703 = 6,406.33$$

ส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_{u_2}$  )

$$S_{u_2} = 0.0681 \times 252,703 = 1,075.87$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 15** ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋อง  
ของไทยในตลาดอังกฤษระหว่างปี พ.ศ. 2526-2528 และปี พ.ศ. 2529-2531

การเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากไต้หวัน	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	21,873.00	100.00	-423.00	-100.00	206.00	100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	5,419.90	25.11	3,488.33	824.66	928.87	450.91
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	16,881.10	74.89	-3,911.33	-924.66	-722.87	-350.91

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ที่สุด กล่าวคือผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 64.26 รองลงมาได้แก่ได้หวันคือร้อยละ 55.22 และประเทศฟิลิปปินส์จะเสียเปรียบมากที่สุดคือลดลงถึงร้อยละ 674.24 สาเหตุที่ประเทศไทยได้เปรียบในด้านการแข่งขันเพราะสินค้าไทยมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดและมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำทำให้ได้เปรียบในด้านราคาแข่งขัน

สำหรับการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดอังกฤษ ในช่วงปี 2526-2528 และปี 2529-2531 ส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.99 เป็นร้อยละ 10.47 โดยปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยในช่วงดังกล่าวได้เพิ่มขึ้นจาก 4,594 ตัน เป็น 26,467 ตัน หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 21,873 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลที่เกิดจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 5,491.90 ตัน หรือร้อยละ 25.11 และเป็นผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 16,381.10 ตัน หรือร้อยละ 74.89 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ลดลง 423 ตัน ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 3,488.33 ตันหรือร้อยละ 824.66 แต่ผลจากการแข่งขันกลับลดลง 3,911.33 ตัน หรือร้อยละ 924.66 สำหรับส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น 206 ตัน ซึ่งในจำนวนนี้เป็นผลจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 928.87 ตัน แต่ผลจากการแข่งขันลดลง 722.87 ตัน หรือร้อยละ 350.91 (ตารางที่ 14)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องในตลาดอังกฤษดังกล่าว จะเห็นว่าฟิลิปปินส์และไต้หวันได้เปรียบไทยในด้านขนาดของตลาดเป็นจำนวนมาก กล่าวคือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 824.66 และ 450.91 ตามลำดับ ขณะที่ไทยเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 25.11 แต่ในด้านการแข่งขันไทยได้เปรียบฟิลิปปินส์และไต้หวัน กล่าวคือเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.89 ในขณะที่ฟิลิปปินส์และไต้หวันกลับลดลงถึงร้อยละ 924.66 และ 350.91 ตามลำดับ สาเหตุที่ไทยเสียเปรียบในด้านการขยายตัวของตลาดก็เพราะว่าสินค้าของฟิลิปปินส์และไต้หวันเข้าสู่ตลาดนี้มาก่อนสินค้าไทย ทำให้สินค้าของฟิลิปปินส์และ

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดเขอรมันตะวันตกระหว่างปี พ.ศ. 2526-2528 และปี พ.ศ.2529-2531

	ปริมาณการนำเข้า อาหารทะเลกระป๋อง ของเขอรมันตะวันตก ปี พ.ศ.2526-2528 ( เฉลี่ย )	ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด	ปริมาณการนำเข้า อาหารทะเลกระป๋อง ของเขอรมันตะวันตก ปี พ.ศ.2529-2531 ( เฉลี่ย )	ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด
รวมทั้งหมด	60,710	100	77,959	100
จากไทย	9,271	15.27	16,773	21.52
จากฟิลิปปินส์	3,618	5.96	7,720	9.90
จากไต้หวัน	2,492	4.10	1,640	2.10

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_u$  )

$$S_u = 0.1527 \times 77,959 = 11,878.12$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_{pu}$  )

$$S_{pu} = 0.0596 \times 77,959 = 4,658.79$$

ส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกปี 2529-2531 (  $S_{pw}$  )

$$S_{pw} = 0.0410 \times 77,959 = 3,194.89$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋อง  
ของไทยในตลาดเยอรมันตะวันตกระหว่างปี.ศ. 2526-2528 และปี.ศ. 2529-2531**

การเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากไต้หวัน	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	7,502.00	100.00	4,102.00	100.00	-852.00	-100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	2,633.34	35.10	1,028.36	25.07	712.12	83.58
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	4,868.66	64.90	3,073.64	74.93	-1,564.12	-183.58

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ไต้หวันเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากกว่าสินค้าไทย ส่วนในด้านการแข่งขันไทยได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านราคาและคุณภาพของสินค้า ทำให้ได้เปรียบในด้านการแข่งขัน

ในตลาดเยอรมันตะวันตกส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในช่วงปี 2526-2528 และปี 2527-2529 (ตารางที่ 15) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.27 เป็นร้อยละ 21.52 เช่นเดียวกับฟิลิปปินส์ที่ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.96 เป็นร้อยละ 9.90 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันกลับลดลงจากร้อยละ 4.11 เป็นร้อยละ 2.10 โดยการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไทยของเยอรมันตะวันตกเพิ่มขึ้น 7,502 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 2,633.34 ตัน หรือร้อยละ 35.10 และเป็นผลเนื่องจากการแข่งขัน 4,868.66 ตัน หรือร้อยละ 64.90 การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากฟิลิปปินส์ของเยอรมันตะวันตก เพิ่มขึ้นจาก 3,618 ตัน เป็น 7,720 ตัน ทำให้การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น 4,102 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นในขนาดของตลาด 1,028.36 ตัน หรือร้อยละ 25.07 และเป็นผลมาจากการแข่งขันทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้น 3,073.64 ตัน หรือร้อยละ 74.93 สำหรับการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากไต้หวันของเยอรมันตะวันตก กลับลดลงจาก 2,492 ตัน เป็น 1,640 ตัน หรือลดลงทั้งหมด 852 ตัน ซึ่งในจำนวนนี้เป็นผลจากการแข่งขัน ทำให้การส่งออกลดลงถึง 1,564.12 ตัน หรือร้อยละ 183.58 แต่ผลจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดเพิ่มขึ้น 712.12 ตัน หรือร้อยละ 83.58 จะเห็นว่าการเพิ่มปริมาณการนำเข้าของตลาดเยอรมันตะวันตก คือเพิ่มจาก 60,710 ตัน เป็น 77,959 ตัน ประเทศที่ได้เปรียบการเพิ่มขนาดของตลาดมากที่สุดก็คือไต้หวันคือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 83.58 รองลงมาได้แก่ ประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ คือเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.10 และ 25.07 ตามลำดับ แต่ในด้านการแข่งขันประเทศฟิลิปปินส์จะได้เปรียบมากที่สุดคือส่งออกได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 74.93 รองลงมาได้แก่ประเทศไทยคือส่งออกได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 64.90 ในขณะที่ประเทศไต้หวันเสียเปรียบในด้านการแข่งขันมากทำให้การส่งออกลดลงถึงร้อยละ 183.58 การที่ประเทศฟิลิปปินส์ได้เปรียบในด้านการแข่งขันก็เพราะประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศผู้ส่งออกที่ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปให้ความพอใจเป็นพิเศษ (Most Favourable Countries) ทำให้ประเทศฟิลิปปินส์ได้รับการลดหย่อนอากรนำเข้าจากประเทศเยอรมันตะวันตก ซึ่งเป็นสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ทำให้ต้นทุนการตลาดของประเทศฟิลิปปินส์ต่ำ ทำให้ได้เปรียบในด้านราคาแข่งขัน แต่การที่สินค้าของไทยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ เซอร์มันตะวันตก  
จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ. 2526-2528 และปี พ.ศ. 2529-2531

(หน่วย: ตัน)

ตลาดส่งออก	ปริมาณการนำเข้าปี 2526-2528 (เฉลี่ย)				ปริมาณการนำเข้าปี 2529-2531 (เฉลี่ย)			
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากไต้หวัน	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากไต้หวัน
สหรัฐอเมริกา	390,131	107,409	29,459	27,534	506,180	196,793	27,933	45,825
อังกฤษ	115,103	4,594	2,918	777	252,703	26,467	2,495	983
เซอร์มันตะวันตก	60,710	9,250	3,628	2,488	77,959	16,797	7,739	1,226
รวม	565,944	121,254	36,005	30,799	836,843	240,057	38,167	48,024
<u>ร้อยละของส่วนแบ่งตลาด</u>								
สหรัฐอเมริกา	100	27.53	7.55	7.06	100	38.88	5.52	9.05
อังกฤษ	100	3.99	2.54	0.67	100	10.47	0.99	0.39
เซอร์มันตะวันตก	100	15.27	5.96	4.10	100	21.52	9.90	2.10
รวม	100	21.43	6.36	5.44	100	28.68	4.56	5.79

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกในปี 2529-2531 ( $S_{e_1}$ )

$$S_{e_1} = 0.2143 \times 836,843 = 179,323.85$$

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2526-2528 ในตลาดสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก ณ ระดับการส่งออก ปี 2529-2531 ( $s_{e_2}$ )

$$\begin{aligned} S_{e_2} &= (0.2753 \times 506,180) + (0.0399 \times 252,703) + (0.1527 \times 77,959) \\ &= 161,349.85 \end{aligned}$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกในปี 2529-2531 ( $S_{p_1}$ )

$$S_{p_1} = 0.0636 \times 836,843 = 53,224.62$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2526-2528 ในตลาดสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก ณ ระดับการส่งออก ปี 2529-2531 ( $s_{p_2}$ )

$$\begin{aligned} S_{p_2} &= (0.0755 \times 506,180) + (0.0254 \times 252,703) + (0.0596 \times 77,959) \\ &= 49,274.23 \end{aligned}$$

ส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในปี 2526-2528 ณ ระดับการส่งออกในปี 2529-2531 ( $S_{w_1}$ )

$$S_{w_1} = 0.0544 \times 836,843 = 45,546.88$$

ส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในปี 2526-2528 ในตลาดสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก ณ ระดับการส่งออก ปี 2529-2531 ( $s_{w_2}$ )

$$\begin{aligned} S_{w_2} &= (0.0706 \times 506,180) + (0.0067 \times 252,703) + (0.0410 \times 77,959) \\ &= 40,629.50 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 19** ปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ  
เยอรมันตะวันตก จากประเทศไทยฟิลิปปินส์ ใต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ.2526-  
2528 และปีพ.ศ.2529-2531

(หน่วย : ตัน)

การเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากใต้หวัน	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	118,759.33	100.00	2,153.33	100.00	17,645.67	100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	58,049.85	48.88	17,229.62	800.14	14,744.21	83.58
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	78,683.48	66.25	-11,123.90	-516.68	7,818.83	44.31
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-17,974.00	-15.13	-3,950.39	-183.46	-4,917.38	-27.87

ที่มา : (จากการคำนวณ)

และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำถึงไม่ได้รับการลดอาหารการนำเข้าก็ไม่ทำให้เสียเปรียบมากนัก ส่วนในด้านขนาดของตลาดการที่ประเทศไทยได้เปรียบมากที่สุดก็เพราะสินค้าของประเทศไทยได้เข้าสู่อุตสาหกรรมตะวันตกก่อนไทยและประสิทธิภาพทางการตลาดของไทยค่อนข้างสูง ในขณะที่ไทยยังประสบปัญหาในด้านการส่งเสริมการจำหน่าย การจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้าในตลาดดังกล่าวเพราะขาดแคลนข้อมูลและบุคลากรทางด้านนี้

### ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทย รวมประเทศลูกค้าที่สำคัญ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดลูกค้ารวม 3 ประเทศ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก เพื่อจะได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดลูกค้าที่สำคัญ ๆ ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องมากกว่าร้อยละ 60 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของไทยนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง คือ ประเทศฟิลิปปินส์และประเทศไทย แล้วประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไปในอนาคต (ตารางที่ 12)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยรวมตลาดประเทศลูกค้าที่สำคัญ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก จาก 2 ช่วงระยะเวลาดังกล่าวปรากฏว่าปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยได้เพิ่มขึ้น 118,759.33 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเพิ่มของขนาดตลาด 58,049.85 ตัน หรือร้อยละ 48.88 ผลจากการแข่งขัน 78,683.48 ตันหรือร้อยละ 66.25 และผลจากการกระจายตัวของตลาดทำให้ปริมาณการส่งออกลดลง 17,947.00 ตัน หรือลดลงร้อยละ 15.13 สำหรับปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในช่วงระยะเวลาเดียวกันปริมาณการส่งออกของประเทศไทยเพิ่มขึ้นเพียง 2,153.33 ตัน ซึ่งด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นในขนาดของตลาด 17,229.62 ตัน หรือร้อยละ 800.14 แต่ผลจากการแข่งขันและการกระจายตัวของตลาดกลับทำให้ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยลดลง 11,125.90 ตันและ 3,950.39 ตัน ตามลำดับ หรือลดลงร้อยละ 516.68 และร้อยละ 183.45 ตามลำดับ ส่วนปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยซึ่งเป็นที่แข่งขันของไทยอีกประเทศหนึ่ง มีปริมาณการส่งออกในช่วงระยะเวลาเดียวกันเพิ่มขึ้น 17,645.67 ตัน โดยเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นในขนาดของตลาด 14,744.21 ตัน หรือร้อยละ 83.56 เป็นผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 7,818.83 ตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.31 และเป็นผลจากการกระจายตัวของตลาดลดลง 4,917.38 ตันหรือร้อยละ 27.87

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดแบบรวมประเทศ คู่ค้าที่สำคัญ จะเห็นได้ว่าไทยจะเสียเปรียบประเทศคู่แข่งในด้านขนาดของตลาดมาก กล่าวคือผลจากการเพิ่มขึ้นในขนาดของตลาดทำให้ปริมาณการส่งออก อาหารทะเลกระป๋องของประเทศไทยและประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 800.14 และร้อยละ 83.56 ตามลำดับ ในขณะที่ไทยเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 48.88 ดังนั้น ไทยจึงควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในการให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคให้มากขึ้นและทั่วถึง รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น รสนิยม ชนิดของสินค้าที่ต้องการบริโภคเพื่อให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น สำหรับในด้านการแข่งขันไทยจะได้เปรียบมากที่สุด กล่าวคือ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 66.25 โดยที่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 44.31 และประเทศไทยจะเสียเปรียบมากที่สุดคือ ผลของการแข่งขันทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงถึงร้อยละ 516.68 สาเหตุที่ไทยได้เปรียบในด้านการแข่งขันก็เพราะรัฐบาลให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น การลดหย่อนการส่งออกการส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ทำให้ได้เปรียบในด้านราคาแข่งขัน นอกจากนี้สินค้าไทยยังมีมาตรฐานการผลิตเป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้า ในขณะที่ประเทศไทยมีปัญหาด้านภาวะการผลิต และการเมืองภายในประเทศ ทำให้ปริมาณการผลิตเพื่อการส่งออกไม่แน่นอน และสินค้ายังไม่มีความเพียงพอ ทำให้เสียเปรียบในด้านการแข่งขันกับไทย ส่วนประเทศไทยก็ประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สงวนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของตลาด ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะได้เปรียบมากกว่าประเทศไต้หวันและประเทศฟิลิปปินส์ แต่จากผลการวิเคราะห์ก็แสดงให้เห็นว่าไทยและประเทศคู่แข่งอื่น คือประเทศฟิลิปปินส์และประเทศไต้หวันมีการกระจุกตัวทางการตลาดสูง กล่าวคือจะนั่งพาดตลาดหลัก ๆ ดังกล่าวค่อนข้างสูง ทำให้ผลจากการกระจายตัวของตลาดส่งผลให้ปริมาณการส่งออกของไทย ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน ลดลงร้อยละ 15.13, 183.45 และร้อยละ 27.87 ตามลำดับ ดังนั้นไทยจึงควรหาหนทางที่เกี่ยวกับการกระจายตลาดให้กว้างขวางออกไป เพราะมีแนวโน้มว่าตลาดหลักทั้ง 3 ตลาดจะมีการแข่งขันในเชิงการค้าที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น การหาตลาดใหม่จึงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นไปได้ในการเพิ่มปริมาณการส่งออกของไทยต่อไป



สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย เป็นอุตสาหกรรมซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยเนื่องจากใช้วัตถุดิบภายในประเทศมาผลิตเพื่อการส่งออกเป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ให้กับสินค้า จากการส่งออกสามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศนับหมื่นล้านบาท ซึ่งจัดเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศมากเป็นอันดับหนึ่งในหมวดอาหาร นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น และยังช่วยให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมหีบห่อ อุตสาหกรรมการผลิตกระป๋อง อุตสาหกรรมการผลิตกล่อง หีบห่อ เป็นต้น

ในด้านการตลาดต่างประเทศปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้นจาก 74,293 ตันในปี 2526 เป็น 278,561 ตันในปี 2531 โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 67.25 ประเทศลูกค้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมันตะวันตก แคนาดา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เดนมาร์ก เป็นต้น โดยเงาะตลาดของ 3 ประเทศแรกมีปริมาณการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องรวมกันประมาณร้อยละ 60 ของปริมาณการส่งออกของไทย การที่ปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องก็เพราะประเทศไทยสามารถพัฒนาการผลิตจนได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศลูกค้า ประกอบกับสามารถผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำ ทำให้สินค้าจากไทยมีราคาถูกเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ยังสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามต้องการของตลาด

ซึ่งจากปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยนั้นปลากระป๋องมีส่วนการส่งออกสูงที่สุดคือประมาณร้อยละ 80 นอกนั้นเป็นกุ้งกระป๋อง ปลากระป๋อง หอยลาย-กระป๋อง และปลาหมึกกระป๋องตามลำดับสำหรับประเทศคู่แข่งอื่นในการส่งออกอาหารทะเล-กระป๋องของไทยได้แก่ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์และไต้หวัน ซึ่งทั้งสองประเทศมีศักยภาพในการพัฒนาขึ้นด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตและการส่งออกได้เพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยทั้งฟิลิปปินส์และไต้หวันจะเป็นคู่แข่งของ ไทยในตลาดที่สำคัญ ๆ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมันตะวันตก ซึ่งทั้ง 2 ประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับตลาดนี้มากโดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศ ผู้ผลิตและผู้นำเข้าอาหารทะเลกระป๋องมากที่สุด และตลาดอังกฤษ และเยอรมันตะวันตก ก็เป็นตลาดปลายทางที่สำคัญของทั้ง 2 ประเทศ และประเทศคู่แข่งที่น่าจับตามองก็คือ กลุ่มประเทศผู้ผลิตในประชาคมยุโรป คือ ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ซึ่งจะรวมตลาด กันในปี 1992 ทำให้มีการขยายการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้นและมีแนวโน้มจะกลายเป็น กลุ่มผู้ผลิตส่งออกรายใหญ่ของโลกแทนกลุ่มอาเซียน คือ ไทยกับฟิลิปปินส์

สำหรับปัญหาการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยนั้นมียุทธศาสตร์หลายประการด้วยกัน ได้แก่ ปัญหาด้านการขนส่ง เนื่องจากการพาณิชย์นาวีของไทยยังไม่ค่อยเจริญเท่าที่ควร ทำให้การขนส่งล่าช้าและต้นทุนการส่งออกสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาการกีดกันทางการค้า โดยการตั้งมาตรฐานสินค้าให้สูงขึ้น การกำหนดโควตาการค้าตั้งกำแพงภาษี เป็นต้น รวมทั้งปัญหาการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกด้วยกันซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น และในด้านการบริการทางด้านข่าวสารการค้าของไทยยังล่าช้าและไม่ต่อเนื่องทำให้ ไทยต้องเสียโอกาสทางการตลาดเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทางรัฐบาล และภาคเอกชนผู้ส่งออกต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้หมดไป เพื่อให้สามารถส่งออก อาหารทะเลกระป๋องได้มากขึ้น อันจะนำมาซึ่งภาวะเศรษฐกิจที่ดีของประเทศ

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยโดยพิจารณาแยกเป็นรายประเทศ ผลจากการแข่งขันทำให้ไทยได้ประโยชน์ใน ตลาดสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 64.26, 74.89 และ ร้อยละ 65.18 ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่าความสามารถในเชิงการค้าแข็งแกร่ง สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้เป็นอย่างดีในตลาดสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมัน ตะวันตก เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นคือประเทศฟิลิปปินส์และประเทศไต้หวัน แต่ใน ด้านการขยายขนาดของตลาดไทยยังเสียเปรียบประเทศคู่แข่งเป็นจำนวนมากใน

ทุกตลาด ดังนั้นประเทศไทยควรมีนโยบายด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดย เฉพาะในด้านการส่งเสริมการตลาด (Market Promotion) โดยการเพิ่มการโฆษณา โฆษณาทุกชนิด ทั้งสื่อ อิทธิพลให้คิดค้นเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

สำหรับผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดรวมตลาดที่สำคัญ 3 ประเทศในช่วงปี 2526 - 2528 และช่วงปี 2529 - 2531 จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเพิ่มขึ้นโดยเป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 66.25 ส่วนผลจากการขยายขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 48.88 แต่ผลจากการกระจายตัวของตลาดกลับลดลงร้อยละ 15.13 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งคือ ประเทศฟิลิปปินส์และประเทศไต้หวันแล้วจะเห็นว่า ไทยได้ประโยชน์จากผลการขยายขนาดของตลาดน้อยมาก ด้วยเหตุที่ว่า สินค้าของประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์เป็นที่รู้จักในตลาดมากกว่าสินค้าไทย ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักของตลาดให้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ไทยได้ประโยชน์ในด้านการขยายขนาดของตลาดมากขึ้น ส่วนด้านการแข่งขันในตลาดนั้นว่าประเทศไทยประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าไทย รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การลดภาษีอากรขาออก การส่งเสริมการลงทุน การลดดอกเบี้ยเงินกู้ ทำให้ไทยได้เปรียบในด้านราคาแข่งขัน แต่ความสามารถในการกระจายสินค้าของประเทศไทยยังต้องปรับปรุงแก้ไข เพื่อไม่ให้เกิดการกระจุกตัวของสินค้าอยู่ในตลาดหลักคือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก เท่านั้น โดยการประชาสัมพันธ์และให้ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้ส่งออก เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการผลิต ให้ตรงกับความต้องการของประเทศลูกค้ารวมทั้ง ตลาดใหม่ ๆ ที่น่าสนใจให้กว้างขวางมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาภาวะการผลิต การตลาด และการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทย รวมทั้งการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดลูกค้าที่สำคัญนั้น ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการเพิ่มปริมาณการส่งออก และการขยายตลาดส่งออกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น สามารถสรุปและเสนอแนะในประเด็นที่

สำคัญดังนี้ เอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. จากผลการศึกษาส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยในตลาดลูกค้าที่สำคัญพบว่าประเทศไทยยังได้รับประโยชน์จากการขยายขนาดของตลาดน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งคือ ประเทศฟิลิปปินส์และประเทศไต้หวัน ในการส่งออก นอกจากนี้จะต้องอาศัยการดำเนินงานทางด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพของภาคเอกชน แล้วรัฐบาลก็ควรให้การสนับสนุนด้วย เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกและส่วนแบ่งตลาด โดยเฉพาะผลในการขยายขนาดของตลาดน่าจะมีการปฏิบัติดังต่อไปนี้

1.1 รัฐบาลควรลดขั้นตอนการส่งออกที่ไม่จำเป็นและก่อให้เกิดความล่าช้า รวมทั้งการจัดระบบการเก็บภาษีให้มีความสะดวกมากขึ้นไม่จัดเก็บภาษีซ้ำซ้อน เช่น การปรับปรุงระบบการตรวจสอบคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการส่งออก รวมทั้งการจัดระบบการเก็บภาษีให้มีความสะดวกมากขึ้น ไม่จัดเก็บภาษีซ้ำซ้อน

1.2 ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักของตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น เช่น ร่วมมือกับผู้ส่งออกในการนำผลิตภัณฑ์ไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยได้มีโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารระดับโลก นอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักของตลาดต่างประเทศแล้ว ยังทำให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกได้เรียนรู้เทคนิคการผลิตอาหารการบรรจุหีบห่อ จากประเทศผู้ผลิตอาหารอื่น ๆ ที่สำคัญ เพื่อนำมาปรับปรุงเทคนิคการผลิตของไทยอีกด้วย

1.3 ข้อมูลความต้องการของตลาดต่างประเทศมีความสำคัญต่อการวางแผนการผลิตเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าแต่ละตลาดย่อมแตกต่างกันไป ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ สำนักงานทูตพาณิชย์และสถานทูตของไทยในต่างประเทศควรเพิ่มบทบาทด้านการเจาะตลาดต่างประเทศที่อยู่ภายใต้การดูแลของตน ด้วยการส่งข่าวสารข้อมูลทางการค้า ตลอดจนมาตรการทางการนำเข้าของแต่ละประเทศที่ประกาศเปลี่ยนแปลง โดยส่งข่าวให้ผู้ประกอบการผลิตเพื่อการส่งออกทราบเหตุการณ์โดยรวดเร็วและถูกต้อง จะได้ดำเนินการได้ทันที่

2. จากการศึกษาส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทย พบว่าตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยยังกระจุกตัวอยู่ในตลาดหลัก 3 ตลาด คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก แนวโน้มที่ควรนำมาใช้ในการขยายตลาดเพื่อไม่จำกัดเฉพาะ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มปริมาณการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องให้มากขึ้นคือ หาดตลาดใหม่โดยมีตลาดที่น่าสนใจคือตลาดประเทศตะวันออกกลาง สแกนดิเนเวีย ออสเตรเลีย และกลุ่มประเทศสังคมนิยม เช่น ยุโรปตะวันออก รัสเซีย เป็นต้น กลยุทธ์ในการตลาดเหล่านี้ต้องใช้วิถีทางการเมือง โดยรัฐบาลต้องติดต่อเพื่อเปิดประตูทางการค้าระหว่างประเทศซึ่งกันและกัน รวมทั้งการติดต่อระหว่างผู้ผลิตในประเทศไทยกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศลูกค้าหรือการจัดแสดงสินค้าในตลาดต่างประเทศ

3. จากการศึกษาพบว่า การที่ประเทศไทยได้เปรียบในด้านการแข่งขันก็เพราะ สินค้าที่ผลิตส่งออกเน้นคุณภาพต้องได้มาตรฐานต่างประเทศ เพราะต้องผ่านการตรวจสอบอย่างเคร่งครัด แต่ก็ยังมีผู้ส่งออกบางรายส่งสินค้าคุณภาพต่ำไปจำหน่ายต่างประเทศในราคาที่ถูก นอกจากจะเป็นการตัดราคาสินค้าไทยด้วยกันแล้ว ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำเหล่านี้เกิดไปเสียหายในต่างประเทศ ทำให้ตลาดขาดความเชื่อมั่นในสินค้าไทย บางครั้งก็เลิกการสั่งซื้อหรือห้ามนำเข้าอีกต่อไป ซึ่งเท่ากับทำลายตลาดไปอย่างน่าเสียดาย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์หรือสมาคมอุตสาหกรรมไทยควรจัดระเบียบผู้ส่งออก โดยกำหนดให้ผู้ส่งออกเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปรวมทั้งกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ส่งออกที่ไม่รักษาชื่อเสียงของประเทศ โดยการส่งออกสินค้าที่ต่ำกว่ามาตรฐานที่ตกลงไว้กับลูกค้า นอกจากนั้นสมาคมควรจะมีบทบาทในการกำหนดราคาส่งออกร่วมกัน เพื่อป้องกันการขายตัดราคากันเองของผู้ส่งออก

4. จากการศึกษาพบว่า การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยมีความหลากหลายในชนิดของผลิตภัณฑ์น้อย กล่าวคือ ร้อยละ 80 ของปริมาณการส่งออกของปริมาณการส่งออกเป็นปลากระป๋อง ที่เหลืออีกร้อยละ 20 เป็นกุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง หอยลายกระป๋อง ปลาหมึกกระป๋อง ถ้าหากได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายกว่าประเทศคู่แข่ง กล่าวคือ ผลิตอาหารทะเลกระป๋องให้เป็นแบบอาหารอบแห้ง ทอดกรอบ ให้มีรสชาติอร่อยเป็นอาหารกระป๋องที่รับประทานเป็นของว่างได้ทันที หรือนำไปรับประทานกับข้าวก็ได้ ซึ่งจะช่วยให้ตลาดอาหารทะเลกระป๋องของไทยขยายได้มากขึ้น โดยเฉพาะตลาดเอเชีย เพราะชาวเอเชีย เช่น คนจีนมี

อบกรอบ ที่ใช้รับประทานกับข้าวต้มมากอยู่แล้วและชาวจีนตลอดจนชาวเอเชียอื่น ๆ ได้อพยพย้ายถิ่นฐานไปอยู่ในประเทศแถบตะวันตกมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จึงขายได้อย่างแน่นอน

5. จากการศึกษาพบว่า ตลาดอาหารทะเลกระป๋องที่สำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมันตะวันตก ปัญหาด้านการแข่งขันนับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นในการรักษาส่วนแบ่งตลาดของไทยเอาไว้ กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ก็คือ ต้องพยายามรักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานของแต่ละประเทศผู้นำเข้า มีรูปแบบการบรรจุหีบห่อ และกระป๋องที่สวยงามเพื่อจูงใจผู้บริโภค มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม รวมทั้งมีข้อมูลเกี่ยวกับตลาดและคู่แข่งขึ้น เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดอยู่เสมอ

6. จากการศึกษาพบว่า ปัญหาการร่วมมือกันกีดกันทางการค้าเช่น สหรัฐกับแคนาดา หรือตลาดร่วมยุโรปที่ร่วมกันกีดกันสินค้าจากประเทศที่ไม่ใช่สมาชิก อีอีซี กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ก็คือ การร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องที่สำคัญ เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ใต้หวัน เพื่อให้สามารถมีอำนาจต่อรองกับกลุ่มประเทศผู้นำเข้าได้ดียิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

กมลลักษณ์ โตสกุล. 2529. " ความหวังของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง " .

วารสารเศรษฐกิจ. 15 (พฤษภาคม 2529) : 31-37

\_\_\_\_\_ . 2527 . " อาหารทะเลกระป๋องเพื่อการส่งออก " . วารสารไทยแลนด์

ธุรกิจ. 18 (เมษายน 2527) : 43-57

✓ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2530. วิถีทางการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องปี 2529 และ  
แนวโน้มปี 2530 . กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กองบริหารเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

\_\_\_\_\_ . 2531. วิถีทางการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องปี 2530 และแนวโน้ม  
ปี 2531 . กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กองบริหารเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

กรมพาณิชย์สัมพันธ์. 2528. รายงานการสำรวจอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กองข้อมูลการส่งออก

\_\_\_\_\_ . 2527. อาหารทะเลกระป๋อง . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์กอง  
ข้อมูลการส่งออก

กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2529. อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย

วิชัย กมลนฤเมธ. 2530. การศึกษาโครงสร้างต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋อง.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อักษรวิทยา

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2527. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง

เพื่อการส่งออกของไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ฝ่ายวิชาการธนาคารแห่ง

เอกสารนี้เป็น ประเทศไทย วนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2531. ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

✓ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2529. อาหารทะเลกระป๋อง .

กรุงเทพมหานคร

ศิริโสภาคย์ บุรพาเดช . 2530. " สรุปผลการวิจัย: การพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อ  
การส่งออก: อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง ". วารสารจุฬาลงกรณ์ปริทัศน์.  
24 (มีนาคม 2530): 71-79

สมดี หงส์ไศลวิวัฒน์. 2530. " สภาวะอาหารกระป๋องของไทย ". วารสาร  
บริหารธุรกิจ. 11 (ตุลาคม-ธันวาคม 2529): 100-113

สมศักดิ์ ศรีสิงห์. 2531. " อาหารทะเลกระป๋องโอกาสทองของไทย ". วารสาร  
สรุปข่าวธุรกิจ. 25 (พฤศจิกายน 2531): 5-15

Department of Custom. 1983-1988. Foreign Trade Statistics of  
Thailand

Information Trade Center ESCAP. 1984-1988. The World Market for  
Seafood Can

Embassy of United Kingdom. 1983-1988. Business Monitor Overseas  
Trade Statistic of The United Kingdom

Embassy of United States of America. 1983-1988. U.S. General  
Imports and Exports for Consumption Yearbook

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

European Economic. 1983-1989. Euro stat Yearbook



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้