

13715



ปศุสัตว์

เรื่อง

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกน้ำสับประดกระป๋องของประเทศไทย

The Market Share Analysis of Thai
Pineapple Juice Export



T097867

โดย

สมบูรณ์ มั่นกิจการ

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ เกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจ เกษตร)

พ.ศ. 2531

รฟพ.
ศ 857ก
2531

เลขที่.....
เลขทะเบียน..... 97867
วันเดือนปี..... 9 JUN 2008

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ทบรบบรองบปีหามปีเคษ

ภากวีหาบรหการฐรการเคษตร

คณะเทคโนโลยีการเคษตร สทาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกน้ำสับประดกระบองของประเทศไทย

The Market Share Analysis of Thai

Pineapple Juice Export

ของ

สมบูรณ์ มินร์การ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเคษตร)

เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2531

อาจารย์ที่ปรึกษาบปีหามปีเคษ

(อาจารย์รังสรรค์ อินชัย)

กรรมการบปีหามปีเคษ

(อาจารย์ศินย์ สิงข์รัมย์)

กรรมการบปีหามปีเคษ

(อาจารย์อานวย แสงนรี)

หัวหน้าภาควิชา

(อาจารย์อานวย แสงนรี)

ลพ.

ศ 2531

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับปี 2531 การเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดกระป๋องของไทย
 โดย : นายสมบุรณ์ พันธุ์กิจการ
 ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจ เกษตร)
 สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจ เกษตร
 อาจารย์ที่ปรึกษาพิเศษ : _____

(นายรังสรรค์ รนชัย)

อุตสาหกรรมน้ำสับปะรด เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย เนื่องจากสามารถผลิตได้จากสับปะรดสดซึ่งเป็นผลผลิตที่ได้จากสับปะรดกระป๋องและสับปะรดสดที่ไม่ได้ขนาด นอกจากนี้ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สามารถหารายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากและด้วยเหตุที่น้ำสับปะรดกระป๋องมีคุณค่าทางโภชนาการจึงเป็นที่นิยมบริโภคในต่างประเทศ ดังนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยมีความเป็นไปได้สูง

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยและภาวะตลาดโลก วิเคราะห์ส่วนแบ่งน้ำสับปะรดเพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดการเปลี่ยนแปลงการส่งออก รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด และเสนอแนะทางการส่งเสริม ปรับปรุงอุตสาหกรรมน้ำสับปะรดของไทยเพื่อการพัฒนาการส่งออก ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดจะใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด โดยจำแนกช่วงเวลาเป็นปี 2524-2529 ในประเทศลูกค้าที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ สเปน เยอรมันตะวันตก ญี่ปุ่น และนิวซีแลนด์

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งน้ำสับปะรดของไทยโดยแยกพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน สเปน และนิวซีแลนด์ เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการขยายขนาดคิดเป็นร้อยละ 29.19, -2.18, 9.02, 16.35, 40.77,

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.37 และ 125.55 ตามลำดับ และเห็นผลมาจากการแข่งขันในตลาด คิดเป็นร้อยละ 70.81, 102.18, 90.98, 83.65, 59.23, 94.63 และ -25.55 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประตของไทยโดยแยกพิจารณาเป็นกลุ่มประเทศ พบว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นทั้งสองกลุ่ม คือกลุ่มอเมริกาเหนือ และกลุ่มยุโรป เป็นผลมาจากการขยายขนาดงานตลาดดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 7.66 และ 14.99 ตามลำดับ ผลมาจากการแข่งขันคิดเป็นร้อยละ 332.54 และ 128.44 ตามลำดับ ส่วนผลการกระจายตัว คิดเป็นร้อยละ -240.20 และ -43.34 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประตของไทยโดยรวมประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มอเมริกาเหนือและยุโรป พบว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้น โดยเป็นผลมาจากการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 286.97 ส่วนผลการขยายขนาดและการกระจายตัว คิดเป็นร้อยละ 33.95 และ -220.92 ตามลำดับ จึงควรให้ความสำคัญกับการขยายขนาดและการกระจายตัวให้มากขึ้น โดยมุ่งขยายขนาดตลาดแคนาดาและกลุ่มยุโรป

ข้อเสนอแนะในการส่งออกและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประตของไทย คือ การลดต้นทุนการผลิต เพื่อเพิ่มผลจากการแข่งขัน ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เช่น คุณภาพ ข่าวสารข้อมูล และเพื่อเพิ่มผลจากการขยายขนาดต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ท่างให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักงานตลาดอย่างแพร่หลาย และเพื่อไม่ให้เกิดการกระจุกตัวของสินค้าในตลาด จึงควรกระจายสินค้าในตลาดเหล่านี้ให้ทั่วถึง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการศึกษา	7
วิธีการศึกษา	8
นิยามศัพท์	9
บทที่ 2	
เค้าโครงทางทฤษฎี	10
การตรวจ เอกสาร	10
แบบจำลองของการศึกษา	13
บทที่ 3	
ภาวะการผลิต การตลาดและการส่งออกน้ำส้มปรดของไทย	16
ภาวะการผลิต	16
ลักษณะสินค้าและวิธีการผลิต	17
โครงสร้างอุตสาหกรรม	19
การพัฒนาอุตสาหกรรม	19
บทบาทการค้าที่เกี่ยวข้อง	19
โรงงานและกำลังการผลิต	20
แนวโน้มการผลิต	20
ภาวะการตลาดน้ำส้มปรดของไทย	22
โครงสร้างการตลาด	22
ช่องทางการจำหน่าย	22
การเทียบท่อ	23
การส่งออกน้ำส้มปรดของไทย	25
การส่งเสริมการส่งออก	27
ปัญหาการส่งออก	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
การค้าน้ำส้มปรดของอาเซียนตลาดต่างประเทศ	30
ภาวะน้ำส้มปรดจันต่างประเทศ	30
ประเทศลูกค้าน้ำส้มปรดของอาเซียนและศักยภาพการนำเข้า	32
กลุ่มอเมริกาเหนือ	32
กลุ่มยุโรป	42
กลุ่มตะวันออกกลาง	53
กลุ่มเอเชีย	55
ประเทศคู่แข่งในการส่งออก	58
ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ	58
ประเทศฟิลิปปินส์	58
ประเทศเคนยา	59
ประเทศบราซิล	59
แอฟริกาใต้	59
ประเทศคู่แข่งอื่นๆ	60
ประเทศมาเลเซีย	60
ประเทศเม็กซิโก	60
บทที่ 5	
ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ	63
การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มปรดของอาเซียน	64
โดยแยกพิจารณาเป็นรายประเทศ	64
โดยแยกพิจารณาเป็นกลุ่มประเทศ	66
โดยพิจารณารวมประเทศนำเข้าที่สำคัญ	74
บทที่ 6	
สรุปและข้อเสนอแนะ	79
สรุป	79
ข้อเสนอแนะ	82
เอกสารอ้างอิง	84
ภาคผนวก	87

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกน้ำส้มประดของไทย ในปี 2530	3
2	การส่งออกน้ำส้มประดของไทย ปี 2530 ไปยังประเทศที่สำคัญ	5
3	ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด โดยใช้ข้อมูล สมมุติ ปีที่ 1 และปีที่ 2	15
4	กำลังการผลิตน้ำผลไม้กระป๋องของบริษัทต่างๆ ในประเทศไทย	21
5	รายนามผู้ขอเปิดโรงงานและกำลังการผลิตน้ำส้มประด ปี 2531 ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	21
6	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกน้ำส้มประดของไทย ช่วงปี 2520- 2530	26
7	กำลังการผลิตและการส่งออกน้ำส้มประดชนิดเข้มข้นของประเทศ ผู้ผลิตที่สำคัญของโลก	31
8	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของสหรัฐอเมริกา จาก ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และประเทศอื่นๆ ในปี 2524-2529	34
9	ปริมาณการส่งออกน้ำส้มประดของสหรัฐอเมริกา ปี 2527-2529	37
10	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของแคนาดา จากประเทศ ไทย ฟิลิปปินส์ และประเทศอื่นๆ ในปี 2524-2529	40
11	ร้อยละการนำเข้าน้ำผลไม้และน้ำผัก ของสหราชอาณาจักร ในปี 2524-2529	43
12	ส่วนแบ่งตลาดของตราน้ำผลไม้ในตลาดสหราชอาณาจักร ปี 2530	43
13	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของสหราชอาณาจักร จาก ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และเคนยา ในปี 2524-2529	44
14	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของเนเธอร์แลนด์ จาก ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และเคนยา ในปี 2524-2529	46
15	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของเยอรมันตะวันตก จาก ประเทศไทย และฟิลิปปินส์ ในปี 2524-2529	49
16	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของสเปน จากประเทศไทย และฟิลิปปินส์ ในปี 2524-2529	51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกน้ำส้มประตชนิตะ เข้มข้นของไทยไปยัง ประเทศซาอุดีอาระเบีย ในปี 2520-2530	54
18	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประตของนิวซีแลนด์ จากประเทศ ไทย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย ในปี 2525-2529	56
19	ปริมาณการส่งออกน้ำส้มประตชนิตะ เข้มข้นของประเทศบราซิล ฟิลิปปินส์ และเม็กซิโก ในปี 2527-2529	61
20	ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยและฟิลิปปินส์ โดยแยกพิจารณาเป็นรายประเทศ	65
21	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยในกลุ่มอเมริกา เหนือ ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	67
22	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยในประเทศ สหราชอาณาจักรและเนเธอร์แลนด์ ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	70
23	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยในกลุ่มยุโรป ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	72
24	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยกลุ่มอเมริกา- เหนือและกลุ่มยุโรป ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	75
25	ปริมาณการนำเข้าน้ำส้มประตของประเทศสหรัฐอเมริกาและ แคนาดา ในปี 2524-2529	88
26	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยในตลาดสหรัฐ- อเมริกา ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	89
27	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยในตลาดแคนาดา ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	90
28	ปริมาณการนำเข้าน้ำส้มประตของประเทศสหราชอาณาจักรและ เนเธอร์แลนด์ ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	91
29	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประตของไทยในตลาด สหราชอาณาจักร ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	92

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
30	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทยในตลาด เนเธอร์แลนด์ ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	93
31	ปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคของประเทศเยอรมันตะวันตกและ สเปน ในปี 2524-2530	94
32	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทยในตลาด เยอรมันตะวันตก ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	95
33	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทยในตลาดสเปน ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529	96
34	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทยในตลาดญี่ปุ่น	97
35	ปริมาณการนำเข้าน้ำสับประคของประเทศนิวซีแลนด์ ในปี 2525- 2529	98
36	ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประคของไทยในตลาด นิวซีแลนด์ ระหว่างปี 2525-2526 และปี 2527-2529	99

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ขบวนการผลิตน้ำลิบประด	18
2	ช่องทางกรรจำหน่ำน้ำลิบประดของไทย	24
3	ร่ำมละปริมาณนำเข้าน้ำลิบประดของสหรัฐอเมริกจำประเทศ ไทย และฟิลิปปินส์ ำปี 2524-2529	36
4	ร่ำมละปริมาณนำเข้าน้ำลิบประดของแคนดกจำประเทศไทย และฟิลิปปินส์ ำปี 2524-2529	41
5	ร่ำมละปริมาณนำเข้าน้ำลิบประดของเนเธอร์แลนด์จำประเทศ ไทย ฟิลิปปินส์ เกนย และบรจิล ำปี 2524-2529	47
6	ร่ำมละปริมาณนำเข้าน้ำลิบประดของเยอรมันตะวันตกจำประเทศ ไทย และฟิลิปปินส์ ำปี 2524-2529	50
7	ร่ำมละปริมาณนำเข้าน้ำลิบประดของสเบนจำประเทศไทย และฟิลิปปินส์ ำปี 2524-2529	52
8	ร่ำมละปริมาณนำเข้าน้ำลิบประดของนิวซีแลนด์จำประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย ำปี 2525-2529	57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของการศึกษา

ในอดีตการส่งออกของประเทศไทยขึ้นกับสินค้าเกษตรหรือสินค้าประมง เป็นส่วนใหญ่ ในปี 2513 สินค้าขึ้นประมงนี้มีสัดส่วนถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด แต่สัดส่วนนี้ค่อยๆ ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 45.4 ในปี 2526 (จ.ก.ส., 2529:29) ทั้งนี้สินค้าอุตสาหกรรมเข้ามามีบทบาทมากขึ้น 1/ สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็ง สับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด น้ำตาล กระจับปี่และผลิตภัณฑ์ปอ เฟอร์นิเจอร์ รองเท้า ยางและผลิตภัณฑ์ยาง และอื่นๆ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตเกษตร (Agricultural processing industry) ได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วจนสามารถส่งออกเป็นสัดส่วนไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกทั้งหมด (จ.ก.ส., 2529:29) โดยเฉพาะอาหารกระป๋อง 2/ มีสัดส่วนสูงมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมทั้งหมดของประเทศ พบว่าผลผลิตอาหารแปรรูปมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30.56 ในปี 2515 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 31.84 ในปี 2521 ของผลผลิตทั้งหมดในภาคอุตสาหกรรม (พรสวรรค์, 2523) และมีแนวโน้มอย่างมากตั้งแต่ปี 2523 แต่ในระยะที่ผ่านมา

1/ ในปี 2529-2530 อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น

ร้อยละ 6 และร้อยละ 8.5 ตามลำดับ ในขณะที่อัตราการขยายตัวของสาขาเกษตรกรรมลดลงร้อยละ 0.8 และร้อยละ 2.4 ตามลำดับ (สวนเศรษฐกิจ, 2531:25)

2/ อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง จำแนกตามวัตถุดิบที่จำใช้สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง อุตสาหกรรมผักกระป๋อง และอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในงานวิชาการเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ในการค้าและอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการพัฒนา และส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรมาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมน้อยประเภท จนขณะที่ประเทศไทยยังมีวัตถุดิบการเกษตรเป็นจำนวนมากที่ยังไม่มีการพัฒนาให้มีการแปรรูปให้มีมูลค่าสูงขึ้น^{1/} ในปี 2528 มูลค่าของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมีสัดส่วนถึงร้อยละ 24 ของมูลค่าสาขาอุตสาหกรรม และก่อให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรม 1.232 ล้านคน หรือร้อยละ 56 ของการจ้างงานภาคอุตสาหกรรมจำนวน 2.195 ล้านคน" (ร.ก.ส., 2529:29)

อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เป็นอุตสาหกรรมสำคัญหารายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี ด้วยเหตุผลที่ว่า น้ำผลไม้เป็นเครื่องดื่มที่มีค่ามากทางโภชนาการจึงเป็นที่นิยมในต่างประเทศ น้ำผลไม้ที่ประเทศไทยทำการส่งออก ได้แก่ น้ำสับปะรด น้ำส้ม น้ำฝรั่ง น้ำผลไม้จากผลส้มและมะนาว และน้ำผลไม้อื่นๆ น้ำผลไม้ที่ส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่ง คือน้ำสับปะรด (ตารางที่ 1) ในปี 2530 มีปริมาณการส่งออกสัดส่วนถึงร้อยละ 94.47 ของปริมาณการส่งออกน้ำผลไม้ทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าการส่งออกมีสัดส่วนร้อยละ 91.13 ของมูลค่าการส่งออกน้ำผลไม้ทั้งหมด เมื่อพิจารณาการส่งออกน้ำสับปะรดแล้ว มูลค่าการส่งออกลดลง จากสาเหตุภาวะเศรษฐกิจซบเซาและต้นทุนการผลิตของอาทยสูงในปี 2526 การส่งออกเพิ่มขึ้นโดยตลอดโดยเฉพาะปี 2528 เพิ่มขึ้นถึง 25 เท่าของปี 2527 เนื่องจากความต้องการสูงและการผลิตของต่างประเทศยังมีขึ้นตัว ส่วนปี 2530

^{1/} สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร เป็นสินค้าที่วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ อาทิ โรงงานมันสำปะหลังอัดเม็ดและมันเส้น(85%) โรงงานน้ำตาล(76%) โรงงานอาหารกระป๋อง(51%) โรงงานผลไม้กระป๋อง(66%) โรงงานเฟอร์นิเจอร์และไม้แปรรูป(54%) โรงงานกระดาษและผลิตภัณฑ์(39%) โรงงานผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ(35%)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าของการส่งออกน้ำส้มประเทศของาไทยในปี 2530

น้ำผลไม้	ปริมาณ(ตัน)	ร้อยละ	มูลค่า(ล้านบาท)	ร้อยละ
น้ำส้มประเทศ	28,220.06	94.47	447,673.73	91.13
น้ำส้ม	154.22	0.52	1,970.89	0.40
น้ำมะม่วง	69.24	0.23	1,437.18	0.29
น้ำผลไม้อื่นๆ	1,429.67	4.78	40,146.24	8.18
รวม	29,873.19	100.00	491,228.04	100.00

ที่มา : (Department of Customs , Foreign Trade Statistics
of Thailand , December , 1987)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24 มูลค่าได้ 28,200 เมตริกตัน มูลค่า 447.67 ล้านบาท
สาขาเหตุสำคัญ คือ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา ทำให้ประเทศไทยแข่งขันได้ดี
จนตลาดแนวรับการผลิตภายในปี 2531 คาดว่าจะส่งออกน้ำส้มปะรดถึง 28,600
เมตริกตันและมีมูลค่า 450 ล้านบาท (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531)

ตลาดส่งออกน้ำส้มปะรดของไทยอาจแบ่งออกได้ 4 กลุ่ม ดังนี้คือ
กลุ่มอเมริกาเหนือ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศแคนาดา กลุ่มยุโรป
ใต้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก เบลเยียม
สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี เดนมาร์ก ฟินแลนด์ และฝรั่งเศส กลุ่มเอเชีย
ใต้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ และนิวซีแลนด์ และ กลุ่มตะวันออกกลาง ได้แก่
ประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรต บาร์เรน อียิปต์ และเยเมนใต้

จะเห็นได้ว่า สินค้าอุตสาหกรรมน้ำส้มปะรดของไทยอาศัยความได้-
เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิต คือต้นทุนในด้านวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ แต่
การขยายตัวในด้านการส่งออกนั้นขึ้นกับอุปสงค์ในต่างประเทศและอุปทานการผลิต
ของในประเทศและประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ยังขึ้นกับตลาด มาตรการส่งออก
และนโยบายรัฐบาลที่จะช่วยสนับสนุนการส่งออก อย่างเด่นชัด ระยะเวลาที่ตลาด
ต่างประเทศน้ำส้มปะรดมีการกระจายตัวมาก โดยสามารถขยายตัวตั้งแต่ปี 2526
จากสาขาเหตุความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะในตลาดกลุ่มสหรัฐอเมริกาและ
ตะวันออกกลาง อีกทั้งภาวะการผลิตของคู่แข่งยังไม่ฟื้นตัว อย่างไรก็ตามโครง-
สร้างการตลาดไม่ดีนักเนื่องจาก ปริมาณการส่งออกร้อยละ 80 ส่งไปเฉพาะตลาด
สหรัฐอเมริกา แคนาดา และเนเธอร์แลนด์ (ตารางที่ 2) และมีสัดส่วนส่งออก
ไปประเทศอื่นๆ เพียงร้อยละ 20 นับว่าน้อยมาก ซึ่งในตลาดกลุ่มตะวันออกกลาง
ยังมีความต้องการสูงอยู่แต่ต้องเผชิญกับปัญหาการขนส่ง ส่วนกลุ่มเอเชียโดยเฉพาะ

ญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี 2531 ถึงปี 2532 ได้ประกาศไม่มีการกำหนดโควตา นับเป็น
โอกาสดีของผู้ส่งออกน้ำส้มปะรดไทย

ถึงแม้ว่าการส่งออกน้ำส้มปะรดจะเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังประสบปัญหาทั้งนี้คือ
การกีดกันทางการค้าทั้งระบบโควตา อกรขาเข้า ระบบคุณภาพ การแข่งขันกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 การส่งออกน้ำส้มประดของไทย ปี 2530 ไปถึงประเทศสำคัญ

ประเทศนำเข้า	ปริมาณ (ตันกิโลกรัม)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตราส่วน (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	17,426.98	282,247.87	63.05
เนเธอร์แลนด์	5,257.09	77,806.69	17.38
แคนาดา	1,372.26	26,161.10	5.84
สเปน	1,174.47	14,296.58	3.19
เยอรมันตะวันตก	561.34	7,778.76	1.74
ออสเตรเลีย	323.64	7,105.71	1.59
เบลเยียม	605.84	6,255.62	1.39
ญี่ปุ่น	215.41	5,552.79	1.24
ซาอุดีอาระเบีย	297.68	3,986.11	0.89
ฟินแลนด์	117.44	2,415.57	0.54
อื่นๆ	867.92	14,067.93	3.15

ที่มา : (Department of Customs , Foreign Trade Statistics of Thailand , 1987)

คู่แข่ง กลไกการพัฒนารัฐบาลกับเอกชนไม่ประสานเชื่อมโยงเป็นระบบและต่อเนื่องอย่างจริงจังและการส่งเสริมด้านการตลาดต่างประเทศยังไม่เพียงพอ จากปัญหาดังกล่าวหากได้หาการศึกษาส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประดที่จะหาให้เข้าใจสภาวะ และลักษณะการเปลี่ยนแปลงการส่งออกในตลาดคู่แข่งของไทย จนด้านการเจริญเติบโต การแข่งขัน การกระจายของตลาด ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดเพื่อนำไปสู่การเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการส่งออกน้ำส้มประดของไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. ศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการค้าน้ำลิบปะรดของไทยและภาวะตลาดโลก
2. วิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำลิบปะรด เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดการเปลี่ยนแปลงของการส่งออก
3. เสนอแนะแนวทางการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด และแนวทางการส่งเสริม ปรับปรุงอุตสาหกรรมน้ำลิบปะรดของไทย เพื่อพัฒนาด้านการส่งออก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงอุตสาหกรรมน้ำลิบปะรดของไทย ตลอดจนนโยบายและมาตรการที่รัฐบาลนำมาช่วยเหลือส่งเสริมสนับสนุน เพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น
2. ทราบถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโลกของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง
3. จากการศึกษารายละเอียดของส่วนแบ่งตลาด จะนำไปสู่การนิยามอุตสาหกรรมน้ำลิบปะรดของไทย ในอันที่จะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของผลผลิตแก่สินค้าเกษตรและการกระจายการผลิตรายให้ภาคเกษตรกรรมและการค้าขายตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาภาวะตลาดส่งออกน้ำส้มประดของไทย รวมทั้งการศึกษาประเทศลูกค้าโดยแยกเป็นกลุ่มๆ และกลุ่มประเทศที่จะขยายขนาดตลาดน้ำส้มประด อีกทั้งกลุ่มทรต่างๆ ในการเจาะตลาดต่างประเทศ ในการวิเคราะห์จะเน้นเรื่องการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก สเปน ญี่ปุ่น และนิวซีแลนด์ เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีการนำเข้ารวมกัน ประมาณร้อยละ 90 ของการส่งออกน้ำส้มประดทั้งหมดของไทย ประเทศคู่แข่งจะยึดตามประเทศลูกค้าเป็นหลักในการวิเคราะห์โดยจะใช้ข้อมูล 2 ช่วงเวลาตามความเหมาะสม การแบ่งช่วงเวลาดังกล่าว จะได้เปรียบเทียบให้เห็นว่าการพัฒนาการส่งออกได้เริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3-5 เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประดของไทยว่าเป็นไปจกทิศทางใด ตรงตามเป้าหมายหรือไม่ อีกทั้งยังได้ศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการพัฒนาและขยายตลาดพร้อมกันไปการศึกษาที่กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

ตลาดที่วิเคราะห์	ประเทศคู่แข่ง	ข้อมูลระหว่างปี
สหรัฐอเมริกา	ฟิลิปปินส์	2524-2529
แคนาดา	ฟิลิปปินส์	2524-2529
สหราชอาณาจักร	ฟิลิปปินส์และเคนยา	2524-2529
เนเธอร์แลนด์	ฟิลิปปินส์และเคนยา	2524-2529
เยอรมันตะวันตก	ฟิลิปปินส์	2524-2529
สเปน	ฟิลิปปินส์	2524-2529
ญี่ปุ่น	ฟิลิปปินส์	2528-2529
นิวซีแลนด์	ฟิลิปปินส์และออสเตรเลีย	2526-2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้เกี่ยวข้องในระบบตลาดน้ำลึบประตกระบอง เช่น บริษัทส่งออก ตัวแทนจำหน่ายเพื่อการส่งออก เพื่อให้ทราบถึงข้อเท็จจริงสถานะตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น สำหรับข้อมูลอีกประเภทหนึ่ง คือ ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลแบบอนุกรมเวลา อันเกี่ยวกับ ปริมาณการผลิต มูลค่าการส่งออก ตั้งแต่ปี 2524 ถึงปี 2529 ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ได้เก็บรวบรวมจาก เอกสารรายงานการศึกษา บทความ งานวิจัยต่างๆ ตลอดจนสถิติจากส่วนราชการ และเอกชนที่ได้รวบรวมไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมการค้าภายใน กรมศุลกากร กรมพาณิชย์สัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รวบรวมจากองค์การระหว่างประเทศ เช่น Economic and Social Commission of Asia and Pacific (ESCAP) เป็นต้น

วิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้ระนามาประกอบการอธิบาย การตลาด และสู่ทางพัฒนาตลาดน้ำลึบประตเพื่อการส่งออกของไทย โดยจะวิเคราะห์ทั้งเชิงพรรณนา และเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา อาศัยตารางและแผนภาพประกอบ เพื่ออธิบายให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของตลาดส่งออกภาวะตลาดในต่างประเทศ ประเทศคู่แข่งงานการส่งออก ตลอดจนปัญหาการส่งออก

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ หากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำลึบประตของไทยในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดยอาศัยแบบจำลองของส่วนแบ่งตลาด (A Market Share analysis model)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เค้าโครงทางทฤษฎี

การตรวจเอกสาร

การศึกษาน้ำลึบประรดเท่าที่ตรวจ เอกสารมาส่วนหนึ่ง เป็นการศึกษา การตลาดส่งออกเป็นส่วนหนึ่ง เอกสารที่เกี่ยวข้องคือการศึกษาเรื่องน้ำลึบประรด ของกองวิจัยสินค้าและตลาด และวิธีการส่งออกน้ำลึบประรด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาภาวะตลาดเกี่ยวกับอาหารกระป๋องของ สมิตี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ เป็นการศึกษาโดยตารางแสดงมูลค่าการส่งออกไม่มีการสร้าง แบบจำลองงานเชิง เศรษฐกิจมาวิเคราะห์ ดังนั้น เพื่อให้ทำได้มาซึ่งแบบจำลองงานเชิง เศรษฐกิจการส่งออกน้ำลึบประรด จึงได้ตรวจเอกสารของ เอกวุฒิ สหามา และ ประเจิด ลินทร์นัย เอกสารที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมีดังนี้

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2531) ได้ ท้าการศึกษาเรื่องน้ำลึบประรด พบว่าปี 2527-2528 มีการส่งออกน้ำลึบประรดเพิ่ม ขึ้น 122.0 และ 309.9 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นมูลค่าร้อยละ 27.27 และ 153.88 ตามลำดับ ทั้งนี้ด้วยผลจากการผลิตน้ำลึบประรดของไทยมีปริมาณมากขึ้น ประกอบกับ อุตสาหกรรมผลิตผลไม้และน้ำผลไม้ของสหรัฐอเมริกาประสบปัญหาด้าน แรงงาน และ ตลาดน้ำลึบประรดขยายตัว เนื่องจากความต้องการยังมีมาก และในปี 2530 ผลิตได้ 28,200 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 447.6 ล้านบาท สูงขึ้นร้อยละ 24 จากปี 2529 เนื่องจากการปรับอัตราค่าแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันได้ดีกับตลาดโลก

เอกวุฒิ สหามา (2531) ท้าการศึกษาการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ การส่งออกผลิตภัณฑ์ลึบประรดจในประเทศไทย ในสถานที่ทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และ การตลาด การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาด และปัจจัยสำคัญที่มี ผลต่ออุปสงค์ส่งออกผลิตภัณฑ์ลึบประรดไทยจประเทศไทยสู่ลูกค้าที่สำคัญ ผลการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การครองตลาดน้ำสับปะรดของไทยกับฟิลิปปินส์ ๖ ข้อมูลระหว่างปี 2521-2524 และ 2525-2528 ผลการขยายขนาดตลาดไทยในสหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และซาอุดีอาระเบีย มีค่าร้อยละ 22.25, -6.39, -114.29, -19.60, -40.16 และ 347.28 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ และ ผลการขยายขนาดตลาดของฟิลิปปินส์ในตลาดดังกล่าว มีค่าร้อยละ 128.90, -17.98, -53.25, -102.82, -93.42 และ 213.68 ของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ ส่วนการวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกา ปริมาณการผลิตและการส่งออกของไทยเป็นตัวแปรที่สำคัญ แคนาดา ผลิตภัณฑภายในประเทศแคนาดาและราคาส่งออกของไทย ส่วนญี่ปุ่น ตัวแปรที่สำคัญ คือการผลิตสับปะรดของญี่ปุ่น

สมมติ หงส์านศาสวิวัฒน์ (2529) ศึกษาถึงสภาวะอาหารกระป๋อง และกลยุทธ์การเจาะตลาดต่างประเทศ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์บริษัทส่งออกอาหารกระป๋องจำนวน 20 ราย ในเขตกรุงเทพฯ ระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน 2529 พร้อมทั้งข้อมูลจากเอกสารต่างๆ พบว่า สภาวะรวมของตลาดอาหารกระป๋องที่ส่งออกกว่า 20 ชนิด โดยเฉพาะปลาทูน่ากระป๋องส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี และมีส่วนครองตลาดร้อยละ 38 ของสินค้าในหมวดนี้ ปี 1985 มีมูลค่า 4,667 ล้านบาท ลูกค้าสำคัญได้แก่ อเมริกา และแคนาดา มีกกระป๋องส่งออกมี 13 ชนิด คือ กัวลิ้นเตา หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือเทศ หน่อไม้ฝรั่ง เห็ด ข้าวโพด กัวมิกยาว มันฝรั่ง แดงกวาง ผักคอง และโรสลิฟ ทั้งนี้สหรัฐอเมริกานำเข้ามากที่สุด แต่แนวโน้มลดลงจากปี 1985 ลดลงจากปี 1982 ร้อยละ 47 ในปี 1985 แคนาดากลับมา

นำเข้ามากที่สุด ส่วนผลไม้กระป๋องส่งออกมีมากกว่า 10 ชนิด ได้แก่ สับปะรดและน้ำสับปะรด สาลาย เงาะ ลิ้นจี่ มะม่วง มะละกอ ฝรั่ง กล้วยหอม แอปเปิ้ล และผลไม้อื่นๆ แนวโน้มตลาดอาหารกระป๋องเป็นที่น่าสนใจ และขยายออกไปได้ คือ ยุโรปตะวันออก และกลุ่มประเทศลึงคมนิยม รัฐบาลควรสนับสนุนโดยลดขั้นตอนการส่งออกช่วยเหลือผู้ประกอบการ และตั้งหน่วยงานหน้าที่เกี่ยวกับข้อมูลต่างประเทศ

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ (2526) ได้ทำการศึกษาเรื่องวิธีการส่งออกน้ำส้มประดกระบองปี 2526 และแนวโน้มปี 2527 ได้แสดงข้อมูลการส่งออกน้ำส้มประดของไทยและส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประดคู่แข่งพบว่าปี 2524-2525 การส่งออกน้ำส้มประดมีมูลค่าลดลงคือ 160.3 และ 90.6 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 36.3 และ 43.5 ตามลำดับ สาเหตุเกิดจากภาวะเศรษฐกิจโลกขบเซา โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาได้ประสบปัญหาหนักเป็นประวัติการณ์ อานาจอซื้อส่วนรวมประชาวขนลดลง ประกอบกับราคาส่งออกของไทยสูงกว่าฟิลิปปินส์ ส่วนปี 2526 สูงขึ้น และปี 2527 ก็มีแนวโน้มว่าจะส่งออกได้เพิ่มขึ้นกว่าปี 2526

ประเจิด สินทรัพย์ (2525) ได้ทำการศึกษาปัญหาการผลิตและการตลาดส้มประดกระบองของไทย โดยทำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส้มประดกระบองของไทย ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานในการส่งออก เมื่อคำนึงถึงราคาและรายได้ พบว่าการเพิ่มของปริมาณการส่งออกเป็นผลจากการแข่งขันในตลาด ฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งที่สำคัญสุดอ่อนของไทยอยู่ที่การกระจายตัวของตลาด สำหรับผลการศึกษาดูสงค์การส่งออกพบว่า ปัจจัยสำคัญได้แก่ รายได้ประชากรในประเทศลูกค้า และแนวโน้มเวลา

แบบจำลองของการศึกษา

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำดื่มประดกของไทย ในที่นี้จะใช้แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด กำหนดโดย L.R. Rigus , D.C. Sprott , G.L. Ochsner และ G.L. Cramer ภายใต้อธิษฐานที่ว่า ไม่มีการจำกัดทางด้านอุปทาน (Supply) แต่การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดนั้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์ (Demand) ตามแนวความคิดของแบบจำลองได้กำหนดส่วนแบ่งตลาดเป็น 3 ลักษณะคือ

1. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดมาจากขนาด (Size of market effect) นิยามจากการเพิ่มหรือลดลงของปริมาณสินค้าที่ตลาดนั้นนำเข้า โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงเวลาส่วนกับเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง อธิบายได้ว่าตลาดมีความเจริญทางเศรษฐกิจ โดยมีรายได้ประชาชาติ และจำนวนประชากรเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงการเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น

2. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาด (Competitive effect) นิยามจากการเปลี่ยนแปลงสินค้าที่ตลาดนั้นนำเข้า โดยกำหนดให้ขนาดตลาดนั้นคงที่ในช่วงเวลาส่วนกับเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นว่า กล่าวถึงส่วนแบ่งตลาดของประเทศหนึ่งลดลงในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่หมายความว่าผลการแข่งขันนั้นหาให้ผู้ส่งออกได้เปรียบ คือได้ตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวไม่เพียงพอแต่จะเนื่องมาจากการแข่งขันเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้า และทางการตลาดของประเทศผู้นำเข้าอีกด้วย

3. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากการกระจายของตลาด (Distributive effect) การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก อันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด โดยนิยามการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและขนาดตลาดคงที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ดังกล่าวปรากฏอยู่ในตารางที่ 3 ในที่นี้ให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาดคือ ตลาด A และ ตลาด B และประเทศส่งออกที่แข่งขันกับประเทศ X เพียงประเทศเดียว การวิเคราะห์มีจรรยาเพียง 2 ปีคือ ปีที่ 1 และปีที่ 2 ทยแบ่งการคำนวณออกเป็น 3 ลักษณะดังกล่าว

1. การคำนวณความสามารถในการส่งออก(Potential export) ของประเทศ X

1.1 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

$$S_1 = 0.25 \times 2,000 = 500 \text{ หน่วย}$$

1.2 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

$$S_2 = (0.40 \times 200) + (0.20 \times 1,800) = 400$$

ผลการเปลี่ยนแปลงตลาดของประเทศ X	หน่วย	ร้อยละ
ผลทั้งหมด $(A_2 - A_1)$	+240	+100
ผลการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาด $(S_1 - A_1)$	+100	+42
ผลการเปลี่ยนแปลงการแข่งขัน $(A_2 - S_2)$	+200	+83
ผลการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัว $(S_2 - S_1)$	-60	-25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณตัวอย่างพอสรุปได้ดังนี้ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และ ปีที่ 2 มีผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด 240 หน่วย งานจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วย หรือร้อยละ 42 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอื่นเนื่องมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 200 หน่วย หรือร้อยละ 83 และเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงอื่นเนื่องมาจากการกระจายตัวลดลง 60 หน่วย หรือร้อยละ 25 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดจนผล 3 ลักษณะดังกล่าวทำให้การส่งออกของประเทศ X ไปยังตลาด A และตลาด B เพิ่มขึ้น 240 หน่วย

ตารางที่ 3 ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้อัตราสัมฤทธิ์ ปีที่ 1 และปีที่ 2

	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ปริมาณการนำเข้าจากประเทศ X	ส่วนการครองตลาดของประเทศ X
<u>ปีที่ 1</u>			
ตลาด A	400	160	0.40
ตลาด B	1,200	240	0.20
รวม	1,600	400 (A ₁)	0.25
<u>ปีที่ 2</u>			
ตลาด A	200	100	0.50
ตลาด B	1,800	540	0.30
รวม	2,000	640 (A ₂)	0.32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะการผลิต การตลาด และการส่งออกน้ำสับประรดของไทย

ภาวะการผลิต

สับประรดสดที่ผลิตได้จากประเทศไทยในแต่ละปี จะนำไปใช้งานรูปต่างๆ โดยผลผลิตประมาณ 1 ล้านตันจะนำใช้งานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑสับประรด^{1/} ส่วนที่เหลือจะนำใช้งานการบริโภคสดในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ลักษณะสับประรดที่ส่งไปยังโรงงานแปรรูปจะเป็นสับประรดสดไม่มีรากและก้านรวมอยู่ด้วย โรงงานน้ำสับประรดส่วนใหญ่มักจะเป็นโรงงานเดียวกับสับประรดกระป๋อง วัตถุดิบที่นำใช้งานการผลิตน้ำสับประรดแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ส่วนที่เหลือจากระป๋องแล้วและส่วนที่เหลือใช้งานลักษณะทั้งผลที่ไม่เหมาะแก่การผลิตอาหารกระป๋อง เนื่องจากขนาดไม่เหมาะสม เมื่อนำค่าเฉลี่ยส่วนแรกมาใช้งานได้ เนื้อสับประรดสดประมาณร้อยละ 19.50 ส่วนที่เหลือจะเป็นกากโดยเฉลี่ยร้อยละ 28.00 สำหรับส่วนที่เหลือประเภทสองจะรวมถึงส่วนของเนื้อที่สามารถนำมาทำน้ำสับประรดได้ เฉลี่ยประมาณร้อยละ 72.00

^{1/} ปริมาณร้อยละ 85 ใช้งานผลิตสับประรดกระป๋อง และร้อยละ 15 ใช้งานการผลิตน้ำสับประรด สับประรดแช่แข็ง สับประรดเชื่อม เป็นต้น

ลักษณะสินค้าและวิธีการผลิต

น้ำสับปะรด (single streng juice) เป็นน้ำสับปะรดที่อยู่านลักษณะพร้อมดื่ม ทำจากสับปะรดสดและสะอาด ปอกเปลือกและนำเข้าเครื่องคั้นเอาเฉพาะน้ำ กรรมวิธีขั้นต่อไปจะเติมน้ำตาลหรืออาม์เติมก็ได้ ^{1/} บรรจุกระป๋องเข้าเครื่องไล่อากาศ มั่นึกกระป๋องเข้าเครื่องฆ่าเชื้อจุลินทรีย์อุณหภูมิสูงกว่า 100 องศาเซลเซียส

น้ำสับปะรดชนิดเข้มข้น (concentrated juice) ได้จากการนำสับปะรดสดซึ่งจะใช้ทั้งชนิดเปรี้ยวและชนิดหวานมาทำความสะอาดและปอกเปลือกและนำไปเข้าเครื่องคั้นเอาเฉพาะน้ำเท่านั้น ต่อจากนั้นก็นำมาขึ้นและผ่านเข้าหาความเข้มข้น ^{2/} โดยจะทำได้ด้วยระบบไอระเหยซึ่งใช้หลักการถ่ายเทความร้อนเมื่อน้ำสับปะรดผ่านเข้าเครื่องน้ำก็จะระเหยออกมาสิ่งที่ได้จะเป็นน้ำสับปะรดชนิดเข้มข้น กรรมวิธีขั้นตอนนี้จะเป็นการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วย ขั้นตอนต่อไปก็เติมวัตถุกันเสีย (สารกันบูด) ซึ่งสามารถเก็บได้นาน 1 ปี แล้วบรรจุใส่ถุงพลาสติกและใส่ลงในถังอีกชั้นหนึ่งหรือบรรจุถึงเหล็ก และขนส่งทางเรือโดยใส่ตู้คอนเทนเนอร์ (container) แต่ในกรณีที่เก็บไว้นานสีจะเปลี่ยนสีบ้างเล็กน้อย

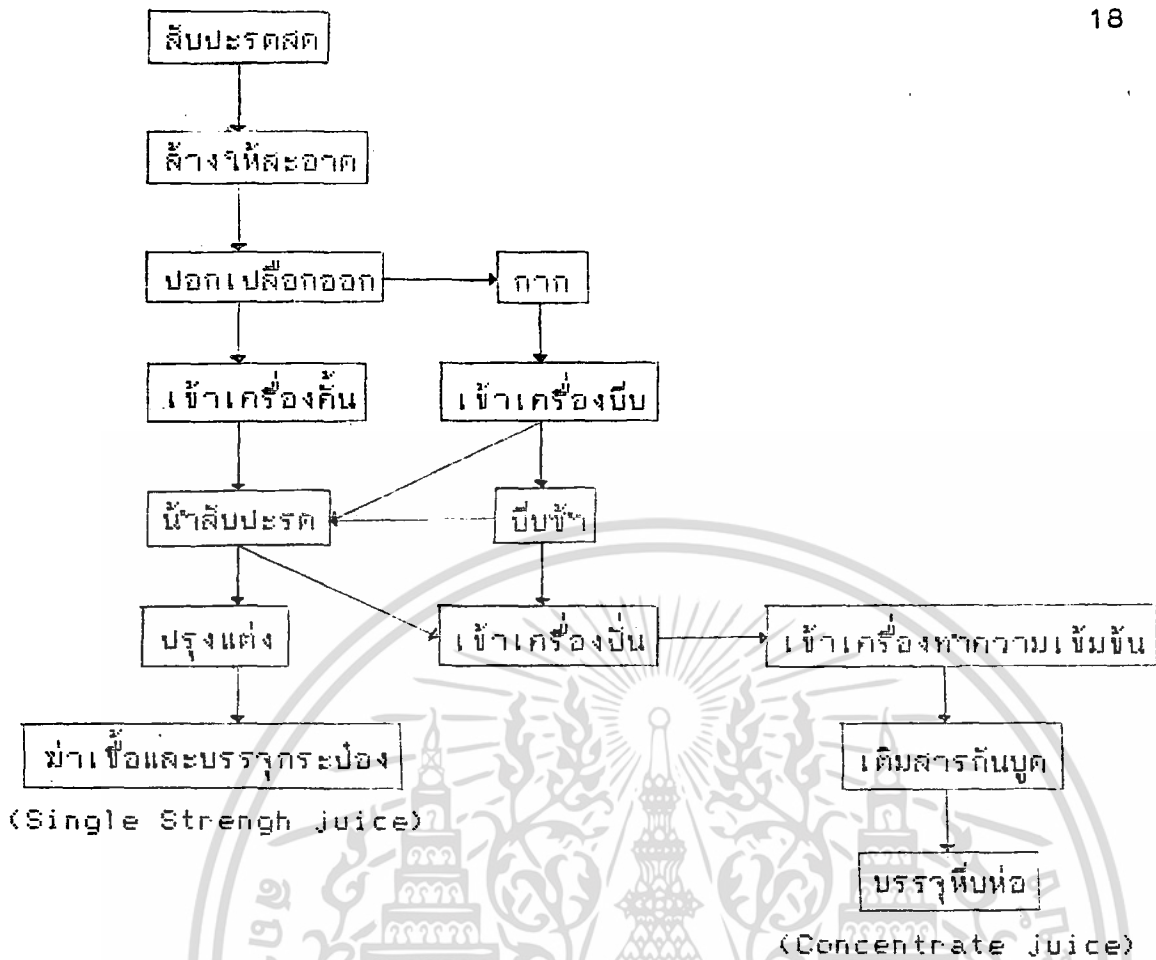
ในกรณีที่ลูกค้ามีความต้องการให้ใส่วัตถุกันเสียเมื่อผลิตเสร็จจะต้องเก็บไว้นานที่เย็นที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียสต้องนำเข้าเรือห้องเย็นบรรจุทุกที่อุณหภูมิเท่ากัน เพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ วัตถุกันเสียส่วนใหญ่จะรับซื้อจากชาวไร่ประมาณร้อยละ 50 ส่วนอีกร้อยละ 50 มักจะเป็นผลผลิตจากไร่ตนเอง หรือบางโรงงานก็ใช้วัตถุกันเสียเองทั้งหมด ขั้นตอนการผลิตแบ่งได้ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนเตรียมวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิตตลอดจนรักษาคุณภาพ และขั้นตอนการจำหน่าย

^{1/} หรือเติมสาร Sugar Syrup

^{2/} แบ่งได้ 2 ชนิด คือ ความเข้มข้นชนิด 61 brix หมายถึงเมื่อผลิต

เสร็จแล้วจะต้องแช่เย็นที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส และ ความเข้มข้น 72 brix

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของเว็บบอร์ดวิชาการใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด
 หมายถึง เมื่อผลิตเสร็จไม่จำเป็นต้องแช่เย็นและสามารถส่งออกจำหน่ายโดยบรรจุเรือ
 ไม่สามารถใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
 ธรรมดาและเก็บได้นาน 1 ปี



ภาพที่ 1 ขบวนการผลิตน้ำลืบปะรด

ที่มา : (Tropical Development and Research Institute , 1984.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างอุตสาหกรรม

โรงงานผลิตน้ำสับปะรดส่วนใหญ่มักจะเป็นโรงงานเดียวกับโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องและน้ำผลไม้ เป็นโรงงานขนาดใหญ่และมีห้องเย็น โรงงานเหล่านี้จะตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ เพื่อสะดวกในการขนส่ง ดังนั้นโรงงานจะอยู่แถบอำเภอ บ้านฉาง จังหวัดชลบุรี อำเภอปราณบุรี อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และที่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จากการสอบถามโดยทั่วไปโครงสร้างอุตสาหกรรมผลิตน้ำสับปะรดของไทยจะมีลักษณะดังนี้

1. เป็นโรงงานเดียวกับโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องและน้ำผลไม้
2. มีหุ้นส่วนชาวต่างประเทศ (อเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น) ร่วมลงทุน โดยมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ต่างประเทศ
3. ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เช่นได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า เครื่องจักรทันสมัย
4. เป็นโรงงานผลิตเพื่อการส่งออกด้วยตนเองหรือส่งออกนามบริษัทอื่นหรือ
5. เป็นโรงงานที่ผลิตเพื่อจำหน่ายให้ผู้ส่งออกรายอื่น

การพัฒนาอุตสาหกรรม

โรงงานที่ผลิตน้ำสับปะรดในปัจจุบันได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และจัดได้ว่าเป็นโรงงานที่ทันสมัยทางด้านเทคนิคและกรรมวิธีการผลิต บางโรงงานมีการร่วมหุ้นกับชาวต่างประเทศ ซึ่งจะมีผู้เชี่ยวชาญมาให้การแนะนำกรรมวิธีการผลิต สนับสนุนให้ความช่วยเหลือทางการเงินตลอดจนหาตลาดในต่างประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ กระทรวงวิทยาศาสตร์ยังได้มีการศึกษาวิจัยการผลิตน้ำสับปะรดเพื่อรักษาคุณภาพในเรื่องของสี กลิ่น และรสอีกด้วย

บทบาทสมาคมการค้าที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยปกติโรงงานผู้ผลิตและส่งออก จะเข้าเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปหรือไม่ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของแต่ละโรงงาน ในการเข้าเป็นสมาชิกสมาคมจะได้รับการช่วยเหลือในด้าน การเสวนาราคา เพื่อมิให้ผู้ส่งออกตัดราคาสินค้ากันเอง นอกจากนี้ยังช่วยเหลือในการเจรจาแก้ไขปัญหาด้านขั้นตอนการส่งออกกับภาครัฐบาลอีกด้วย

โรงงานและกำลังการผลิต

โรงงานที่ทำการผลิตน้ำสับปะรด จะมีทั้งโรงงานขนาดเล็กและขนาดใหญ่ (ตารางที่ 4) น้ำสับปะรดผลิตมากที่สุดโดยบริษัท ชะอำพันธ์แอปเปิ้ล จำกัด และยังมีผู้ต้องการขอรับใบอนุญาตเปิดโรงงานผลิตน้ำสับปะรดเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 5) จะเห็นได้ว่าการขยายตัวทางด้านการผลิตมาจนปี 2531 เนื่องจากความต้องการน้ำผลไม้ต่างประเทศ เพิ่มขึ้นด้านกำลังการผลิตบริษัทต่าง ๆ ได้มีการขยายกำลังการผลิตให้สูงขึ้น แต่ในช่วงปี 2525-2526 มลผลผลิตจริงประมาณ 2,475,000 แกลลอน หรือร้อยละ 76.4 ของกำลังการผลิตเต็มๆ เมื่อเกิดอัตราการส่งออกของน้ำผลไม้ไทย คิดเป็นร้อยละ 62.69 (กรมศุลกากร, 2526) สาเหตุที่ไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลัง เนื่องจากน้ำสับปะรดชนิดเข้มข้นมีราคาค่อนข้างแพง ผู้บริโภคภายในประเทศจึงไม่นิยม ฉะนั้นจึงทำการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ อีกประการหนึ่งสินค้าดังกล่าวผลิตขึ้นตามความต้องการของลูกค้านานาชาติซึ่ง เป็นความต้องการที่มีอย่างสม่ำเสมอ การผลิตไว้นานเกินไปจะทำให้เสื่อมคุณภาพ รสชาติเสียไป เพราะเมื่อผลิตแล้วต้องเก็บไว้นานในห้องเย็น หรือใส่สารกันบูด จึงเป็นการยากที่จะสต็อกสินค้าไว้ล่วงหน้าได้ ประกอบกับการหันไปปลูกอ้อยแทนสับปะรดของเกษตรกร เพราะได้ราคาดีกว่าในช่วงปี 2526

แนวโน้มการผลิต

การผลิตน้ำสับปะรดของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีนักลงทุนหลายรายขอเปิดโรงงานดังกล่าวแล้ว และความต้องการของตลาดโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นอีก ทั้งผลจากการส่งเสริมการลงทุนและการร่วมมือกับภาครัฐบาลในด้าน การลดหย่อนภาษี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 กำลังการผลิตน้ำมันกระบองของบริษัทต่างๆ ในประเทศไทย

รายนามบริษัทน้ำมันกระบอง	น้ำมัน	กำลังการผลิต (ตัน)
บริษัท โรงงานมาลี สามพราน จำกัด	น้ำมันเชื้อเพลิง	30,000
บริษัท อาหารสากล จำกัด	น้ำมัน	6,650
บริษัท ทropicoolแคนนิ่ง(ประเทศไทย) จำกัด	น้ำมัน	7,203
บริษัท สยามอุตสาหกรรมเกษตร(สับปะรด) จำกัด	น้ำสับปะรด	45,000
บริษัท ชะอำนน์แอปเปิ้ล จำกัด	น้ำสับปะรด	2,000,000
บริษัท สลิมฟิตฟู้ด โปรดักส์ จำกัด	น้ำมัน	27,900
บริษัท รังสิตอุตสาหกรรม จำกัด	น้ำส้มเข้มข้น	1,124,373
นายเทียนชัย มหากิจศิริ	น้ำมัน	18,500

ที่มา : (กมลลักษณ์, 2529:332)

ตารางที่ 5 รายนามผู้ขอเปิดโรงงานและกำลังการผลิตน้ำสับปะรด ปี 2531
ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รายนามผู้ขอเปิดโรงงาน	กำลังการผลิต/เดือน	คนงาน
นายรมชิต ชินทุรสกน	1,500,000 กระบอง	153
นายบุษชัย ริธีระ	20,000 ทีบ	180
นายวิทยา วิสูตรวิฒนศักดิ์	250,000 กระบอง	170
นายเมธี นิตักษณ์สิทธิ์	2,000,000 กระบอง	155

หมายเหตุ : จำนวนนี้ได้รับอนุญาตแล้ว 2 ราย

ที่มา : (ประชาชาติธุรกิจ, 2531)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ถึงแม้ว่าสิ่งนี้ไม่ได้มีผลผูกพันและต้องแจ้งคืนสิ่งนี้ไปยังเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง**

การหาตลาดจำหน่าย นโยบายต่างๆ ที่สนับสนุนการส่งออก รวมถึงการควบคุมคุณภาพ
 ล้าเนาท " (กรมพาณิชย์สัมพันธ์ , 2531)

ภาวะการตลาดน้ำลิบประรดของไทย

โครงสร้างการตลาด

น้ำลิบประรดที่บริโรกภายในประเทศ จะเป็นชนิด single streng ส่วนชนิด concentrate จะผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก เนื่องจากความต้องการของตลาดภายในประเทศมีน้อย วิธีการบริหารการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศของโรงงานผู้ผลิตมีลักษณะดังนี้คือ

1. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออกมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในด้านการขายหน้าท่าวา โดยมืพนักงานติดต่อลูกค้า ทางงานด้านเอกสาร การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนหาลูกค้าให้กับโรงงาน
2. โรงงานผู้ผลิตมีชาวต่างชาติร่วมลงทุน โดยจะมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ และทำหน้าที่หาลูกค้า
3. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออก มีบริษัทสาขาตั้งอยู่ในต่างประเทศ ทำหน้าที่หาลูกค้ารายใหม่ และหาทางขยายขนาดตลาดเพิ่มขึ้น
4. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออก จ้างพนักงานขายเพื่อทำหน้าที่หาตลาดติดต่อด้านศุลกากร และท่าเรือ มีการจ้างบริษัทขนส่งสินค้า เป็นผู้ดำเนินการจำหน่าย
5. โรงงานผู้ผลิตและผู้ส่งออก ได้ร่วมกับคณะกรรมการผู้แทนการค้าเพื่อเจาะตลาดต่างประเทศ

ช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ แบ่งได้ 3 ช่องทางดังนี้

1. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับพ่อค้าส่ง และส่งต่อไปยังพ่อค้าปลีกหรือจำหน่ายให้กับผู้บริโภค
2. โรงงานผู้ผลิตส่งให้กับตัวแทนจำหน่ายส่ง และส่งต่อไปยังพ่อค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งหรือพอสักหรือจำหน่ายหน้าจหกับผู้บริโภค

3. โรงงานผู้ผลิตส่งจำหน่ายปลีกหรือซูเปอร์มาเก็ต และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

ช่องทางการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ แบ่งออกได้ 3 ทางดังนี้

1. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับผู้ส่งออก ส่งให้ผู้นำเข้าเข้ามาต่างประเทศ ซึ่งอาจจะเป็น Wholesalers, Retailers, Supermakets และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

2. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้กับบริษัทตัวแทนในประเทศ เพื่อส่งสินค้าไปยังผู้นำเข้า และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

3. โรงงานผู้ผลิตส่งสินค้าให้ผู้นำเข้า และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

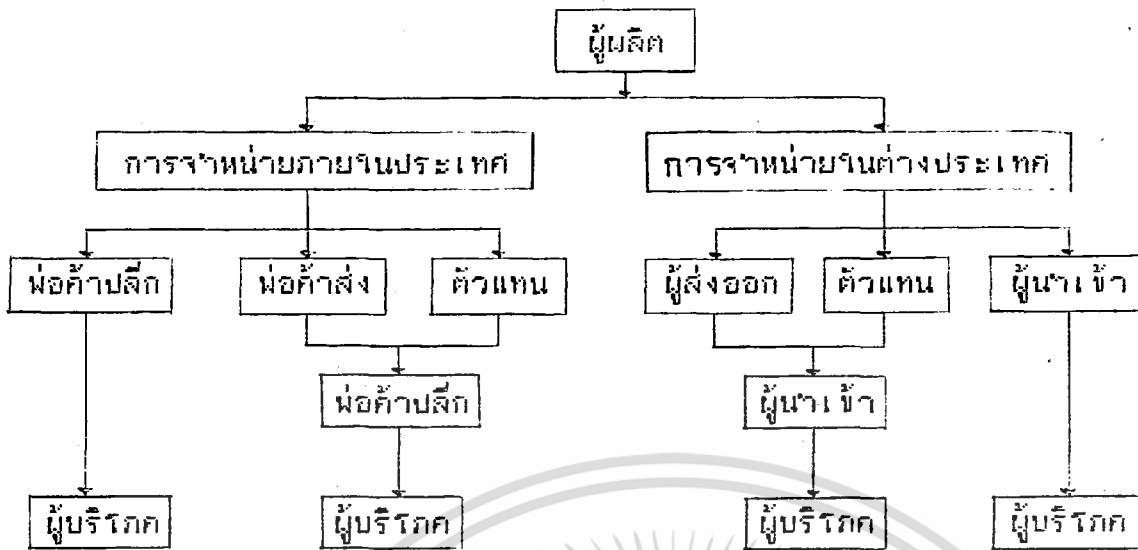
การหีบห่อ

เนื่องจากน้ำส้มประรดเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมาก จึงต้องบรรจุหลายชั้นคือ บรรจุในถุงพลาสติกและใส่ในลังไม้อีกชั้นหนึ่งหรือบรรจุถึงเหล็กหรือ DRUMS หรือ BINS ซึ่งมีขนาดแตกต่างกันออกไปคือ

1. บรรจุในถุงพลาสติกและใส่ในลังไม้หรือ BINS ขนาดบรรจุ 325 แกลลอน และ 6 แกลลอน

2. บรรจุถึงเหล็ก หรือ DRUMS ขนาดบรรจุ 54 แกลลอน หรือ

200 ลิตร



ภาพที่ 2 ช่องทางการจำหน่ายน้ำดื่มประดของไทย

ที่มา : (กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2525.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกน้ำส้มประดของไทย

การส่งออกน้ำส้มประดของไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มอเมริกาเหนือและกลุ่มยุโรป โดยคิดเป็นร้อยละ 90 ของการส่งออกทั้งหมด เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกทั้งหมดตั้งแต่ปี 2520-2523 จะเห็นได้ว่าปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทยจากตารางที่ 2 เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในปี 2522 ปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 169.23 และ 210.44 ตามลำดับ ในปี 2524-2526 ปริมาณการส่งออกกลับลดลงร้อยละ 47.40, 48.75 และ 1.54 ตามลำดับ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกซบเซา โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาถูกภัยร้ายใหญ่ประสบปัญหาจากอำนาจซื้อของประชาชนลดลงประกอบกับราคาส่งออกน้ำส้มประดมีราคาสูงกว่าคู่แข่ง คือ ประเทศฟิลิปปินส์ เพราะต้นทุนการผลิตสูงขึ้นไม่ว่าจะเป็นค่าน้ำ ไฟฟ้า และวัตถุดิบส่งโรงงานมีจำนวนน้อยมาไม่เพียงพอกับกำลังการผลิต ราคาส่งออก F.O.B. เฉลี่ยเมตริกตันน้ำส้มประดของไทยในระดับ 16,000 บาท เปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์ ราคาส่งออก F.O.B. ในระดับ 13,000 บาท ซึ่งสูงกว่าคู่แข่งประมาณร้อยละ 20 ส่วนในปี 2527-2530 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.85, 157.46, 34.04 และ 20.56 ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นผลมาจากผลผลิตน้ำส้มประดของไทยเพิ่มขึ้นจากช่วงปี 2529-2530 ค่อยๆชะลอลงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ กอปรอุตสาหกรรมผลิตผลได้ของสหรัฐอเมริกาประสบปัญหาด้านแรงงาน แต่ตลาดน้ำส้มประดของไทยยังสามารถขยายตัว จากการที่ความต้องการในต่างประเทศมีสูง โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ยุโรป สแกนดิเนเวีย และตะวันออกกลาง อีกทั้งการผลิตน้ำส้มประดของโลกยังมีแนวโน้มฟื้นตัว จึงช่วยส่งเสริมให้การผลิตของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ ๘ ปริมาณและมูลค่าการส่งออกน้ำส้มประเทศของไทย ช่วงปี 2520-2530

ปี	ปริมาณส่งออก (เมตริกตัน)	การเปลี่ยนแปลง (%)	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลง (%)
2520	2,408.72	-	19,402.03	-
2521	4,540.03	88.48	44,294.26	128.30
2522	12,223.00	169.23	137,506.00	210.44
2523	21,133.89	72.90	251,636.58	83.00
2524	11,116.00	-47.40	160,293.00	-36.30
2525	5,696.64	-48.75	90,632.89	-43.46
2526	5,608.75	-1.54	95,936.24	5.85
2527	6,778.36	20.85	122,095.64	27.27
2528	17,451.34	157.46	309,982.10	153.88
2529	23,391.75	34.04	361,124.60	16.50
2530	28,200.02	20.56	447,673.37	23.97

ที่มา : (Foreign Trade Statistics of Thailand, 1977-1987.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการส่งออก

เพื่อให้การส่งออกบรรลุเป้าหมายจึงจำเป็นต้องส่งเสริมการส่งออก โดยอาศัยความร่วมมือจากภาคเอกชน และภาครัฐบาล กล่าวคือ

ภาคเอกชน

1. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจัดโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชน
2. เข้าร่วมไปกับคณะผู้แทนการค้า เพื่อพบปะผู้ซื้อต่างประเทศ
3. ผู้ผลิตและผู้ส่งออก เพิ่มสาขาของบริษัทในต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเผยแพร่สินค้าของตนให้เป็นที่รู้จักในตลาดเป้าหมาย
4. ผู้ผลิตและผู้ส่งออกพยายามเผยแพร่สินค้า โดยการลงโฆษณาในหนังสือและแมกกาซีน
5. ผู้ผลิตและผู้ส่งออก ต้องพยายามรักษาคุณภาพสินค้า หรือปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น และติดตามการเคลื่อนไหวของตลาด

ภาครัฐบาล

1. การเจรจาทางการค้า โดยรัฐบาลจัดคณะผู้แทนการค้า (Trade Mission) ประกอบด้วยบุคคลากรภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อพบปะเจรจากับผู้ซื้อจากต่างประเทศ
2. การเข้าร่วมการแสดงผลงานต่างประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคได้พบเห็นและรู้จักสินค้าไทย
3. กรมพาณิชย์สัมพันธ์ และกระทรวงอุตสาหกรรม จัดทำเอกสารค้น

การส่งเสริมการส่งออก และจัดส่งไปตามศูนย์พาณิชย์กรรมต่างประเทศ สภาอุตสาหกรรมต่างประเทษ ให้ผู้สนใจได้ทราบรายละเอียด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาการส่งออก

ปัญหาด้านการผลิต

1. ปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตยังสูง เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เนื่องจากวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้มีราคาสูงขึ้น ได้แก่
 - 1.1 น้ำตาล เมื่อน้ำตาลมีราคาสูง โรงงานลับประดกกระป๋องก็จะหันมาใช้น้ำลับประดกใช้แทนน้ำตาล ทำให้น้ำลับประดกส่งออกได้น้อยลง
 - 1.2 ผลาสติ๊ก เม็ดผลาสติ๊กต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
2. ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพ ผู้ผลิตรายย่อยมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ล้าสมัย ไม่มีการควบคุมคุณภาพ เช่น น้ำหนัก ค่าสุญญากาศ ปริมาณสารกันบูด เป็นต้น
3. ปัญหาด้านโรงงาน ได้แก่ ขนาดแปลงเงินทุนหมุนเวียนโดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตลับประดกออกมาก ทำให้ต้องกู้และเสียดอกเบี้ยสูง ต้นทุนในการผลิตก็สูง ความสามารถในการแข่งขันลดลง

ปัญหาด้านการตลาด

1. ปัญหาค่าระวางเรือ การส่งออกน้ำลับประดกของไทยต้องอาศัยการขนส่งทางเรือ แต่จนปัจจุบันต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าคู่แข่ง และเรือที่บรรทุกมีขนาดจำกัด เป็นปัญหาระบบการขยายขนาดตลาด
2. ปัญหาการรวมกลุ่มของผู้ส่งออก และบทบาทสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป เนื่องจากประเทศคู่ค้ามีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมผู้นำเข้า ทำให้มีอำนาจต่อรองสูง ซึ่งการรวมกลุ่มของไทยยังมิได้ทำกันอย่างจริงจัง
3. ปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียนของผู้ส่งออก ผู้ส่งออกหาสินค้าลักษณะผูกมัด คือหาสินค้าซื้อขายล่วงหน้าราคาต่ำกว่าตลาดโลก (Giveaway Prices) เพื่อให้ได้เงินมาดำเนินการ ราคาที่ได้จึงต่ำกว่าที่ควรจะได้ แม้ว่าธนาคารแห่งประเทศไทยจะให้ความช่วยเหลือโดยขยายสินเชื่ออุตสาหกรรม แต่ก็มิเป็นที่นิยมของผู้ส่งออก เนื่องจากระเบียบและขั้นตอนต่างๆ มุ่งยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ๕๒หาการตลาด ตลาดน้ำสับประตของไทย งามกว้างขวางนอก
 กล่าวคือ มีเพียงตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลัก ส่วนตลาดอื่นๆ มีการนำเข้า
 น้อย และการส่งออกต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อีกด้วย

5. การผลิตน้ำสับประตชนิดเข้มข้น ผลิตตามใบสั่งซื้อ เนื่องจาก
 เก็บมาสด้านาน เพราะจะหาให้คุณภาพไม่ดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การค้าน้ำลิบประรดของไทยในต่างประเทศ

ภาวะน้ำลิบประรดในต่างประเทศ

" ปัจจุบันการนำเข้าน้ำลิบประรดของตลาดสำคัญาานโลกมีปริมาณปีละ 1700,000 ตัน " (Food News, 1987) โดยเป็นการนำเข้าของกลุ่มอเมริกาเหนือ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ประมาณ 83,000 ตัน ตลาดในกลุ่มยุโรป ได้แก่ประเทศสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก สเปน เบลเยียม เป็นต้น ประมาณ 50,000 ตัน และตลาดอื่นๆ ประมาณ 37,000 ตัน (Monograph on Trade Channels, 1987) ตลาดน้ำลิบประรดที่สำคัญของโลกคือ สหรัฐอเมริกา ส่วนตลาดรองลงมาคือ กลุ่มยุโรป โดยเฉพาะสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ มีการนำเข้าในปี 2529 ปริมาณ 17,000 ตันและ 12,000 ตัน ตามลำดับ (International Trade Centre UNLAD/GATT, 1987:4)

การนำเข้าน้ำลิบประรดของประเทศไทยในกลุ่มอเมริกาเหนือส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์ ไทย เคนยา และแอฟริกา สำหรับการนำเข้าน้ำลิบประรดในกลุ่มเอเชียส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศอินเดีย เอเชียด้วยกันเอง โดยเฉพาะประเทศฟิลิปปินส์ และไทย ส่วนตะวันออกกลางนำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์ และแอฟริกา

ประเทศผู้ส่งออกน้ำลิบประรดรายใหญ่ของโลก ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี 2529 มีการส่งออกมากกว่า 30,000 เมตริกตัน รองลงมาคือประเทศไทย มีกำลังการผลิต 24,000 เมตริกตัน และมีการส่งออกเกือบทั้งหมด ส่วนประเทศอื่นๆ ได้แก่ ประเทศเคนยา แอฟริกาใต้ และเม็กซิโก ซึ่งมีกำลังการผลิตปริมาณ 8,040 , 3,251 และ 1,465 เมตริกตัน ตามลำดับ และมีการส่งออกปริมาณ 9,832 , 3,334 และ 1,190 เมตริกตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 กำลังการผลิตและการส่งออกน้ำส้มประดชนิด concentrate ของ
ประเทศผู้ผลิตที่สำคัญของโลก

หน่วย: (เมตริกตัน)

ประเทศ	กำลังการผลิต		การส่งออก	
	2528	2529	2528	2529
ฟิลิปปินส์	40,086	44,723	24,322	29,836
ไทย	18,000	24,000	17,451	23,392
เคนยา	7,236	8,040	5,448	9,832
แอฟริกา	4,152	3,251	3,053	3,334
แม็กซิโก	2,000	1,465	1,411	1,190
รวม	71,474	81,479	51,688	67,584

ที่มา : (Food News, 1987:16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศลูกค้าน้ำสับประรดของไทยและศักยภาพการนำเข้า

เนื่องจากตลาดน้ำสับประรดของไทยในต่างประเทศส่วนใหญ่ จะเป็น ประเทศในกลุ่มอเมริกาเหนือและกลุ่มยุโรป โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วน การส่งออกน้ำสับประรดของไทยคิดเป็นร้อยละ 63 สัดส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 37 ส่งไปยังประเทศลูกค้านื่นว เช่น สหราชอาณาจักร แคนาดา เนเธอร์แลนด์ สเปน ญี่ปุ่น เป็นต้น

กลุ่มอเมริกาเหนือ

ประเทศลูกค้าน้ำสับประรดของไทยในกลุ่มอเมริกาเหนือ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดา ในปี 2530 การส่งออกของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและแคนาดา คิดเป็นมูลค่า 282 และ 26 ล้านบาท ตามลำดับ

ประเทศสหรัฐอเมริกา

น้ำสับประรดเป็นที่นิยมนำมาตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา โดยมีแนวโน้มจะเป็นที่นิยมมากขึ้น และมีสัดส่วนการทดแทนน้ำผลไม้ชนิดอื่น ๆ เพิ่มขึ้น (กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2525) น้ำสับประรดที่มีจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา ได้แก่ น้ำสับประรดกระป๋อง (Canned pineapple juice) และน้ำสับประรดชนิดเข้มข้น (Frozen concentrated pineapple juices) น้ำสับประรดที่วางขายตามร้านสามารถแยกได้ 3 ลักษณะคือ ซุปเปอร์มาเก็ตและร้านของชำ เวนดิง แมชีน และภัตตาคาร และสายการบิน การนำเข้าน้ำสับประรดจากไทยส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าในรูปแบบน้ำสับประรดชนิดเข้มข้นเพื่อนำไปผสมต่อเป็นน้ำ

สับประรดกระป๋องอีกทอดหนึ่ง ส่วนใหญ่ผู้ใช้น้ำสับประรดนี้ ได้แก่ ผู้ผลิตน้ำผลไม้อื่น ๆ อยู่แล้วจากรัฐฟลอริดา และรัฐแคลิฟอร์เนีย น้ำสับประรดที่มีจำหน่ายในตลาดมีขนาด ดังนี้ คือขนาด 6 ออนซ์ จำหน่ายตามเวนดิง แมชีน ขนาด 1 ออนซ์จำหน่ายตาม ซุปเปอร์มาเก็ต และขนาด 48 ออนซ์ จำหน่ายตามภัตตาคาร ร้านอาหารและสาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขนถ่าย, ตลอดจนโรงแรมต่างๆ นอกจากนี้ยังมีขนาด 20 ออนซ์ เป็นขนาดที่
แม่บ้านนิยมมาก

การนำเข้าน้ำลิบประคองของสหรัฐอเมริกา จะมีลักษณะบรรจุหีบห่อเป็น
ผลาสติกขนาดใหญ่ 325 แกลลอน แล้วจึงนำสิ่งนี้มาอีกทีหนึ่ง ผู้นำเข้ารายหนึ่งได้แก่
ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศไทย

ฉลากกระป๋องต้องเป็นไปตามเกณฑ์ของ F.D.A. ต้องแสดงรูป
ลิบประคองขนาดใหญ่พร้อมภาษาบรรจุน้ำลิบประคอง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่ไม่สามารถอ่าน
ภาษาอังกฤษได้ เข้าใจสินค้าในกระป๋อง โดยเฉพาะบริเวณไวมอามี มีคนอพยพจาก
ประเทศคิวบาและแอฟริกาใต้ ซึ่งไม่สามารถอ่านภาษาอังกฤษได้ ภาชนะนำเข้าน้ำ
ลิบประคองไม่ได้รับสิทธิ GSP อัตราภาษีแยกเก็บดังนี้ คือ น้ำลิบประคองชนิดเข้มข้นเสีย
5 เซนต์/แกลลอน และน้ำลิบประคองเหลว 20 เซนต์/แกลลอน

น้ำลิบประคองเป็นสินค้าที่จำหน่ายได้จนล้นตลาดมาก สำหรับฤดูหนาว
ผู้บริโภคจะหันไปซื้ออาหารว่างที่เก็บสำรองในบ้านเพื่อเลี่ยงการออกตลาดบ่อยครั้ง
รัฐฟลอริดา จอร์เจีย อลาบามา นับว่าเป็นตลาดที่มีความต้องการสูงกว่ารัฐอื่นฯ โรง-
งานผลิตน้ำลิบประคองได้มีการผลิตน้ำลิบประคองกระป๋องด้วยนับว่าเป็นศูนย์กลางการผลิต
ส่วนในรัฐนิวยอร์ก และบอสตัน ส่วนใหญ่จะนำเข้าในรูปแบบน้ำลิบประคองกระป๋อง

จากตารางที่ 8 สหรัฐอเมริกานำเข้าน้ำลิบประคองจากไทยโดยเฉลี่ย
ในรอบ 6 ปี ตั้งแต่ปี 2524-2529 ปริมาณ 2,474.67 ตัน หรือร้อยละ 20.51
ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด คู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศฟิลิปปินส์ ฟิลิปปินส์ส่งออกได้
เฉลี่ยปริมาณ 42,213.17 ตัน หรือร้อยละ 64.41 ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด
ในช่วงปี 2524-2526 การส่งออกของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ส่วนช่วงปี
2527-2529 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยในปี 2528 และปี 2529 เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.84
และ 42.78 ตามลำดับ และมูลค่า 12,250 และ 17,209 พันดอลลาร์ ตามลำดับ
ส่วนฟิลิปปินส์ ในช่วงปี 2525-2526 ลดลงร้อยละ 7.61 และ 37.77 ตามลำดับ
แต่ช่วงปี 2527-2529 กลับเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 2.36, 25.25 และ 13.02
ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของสหรัฐอเมริกา จากประเทศไต้หวัน ฟิลิปปินส์ และประเทศจีน ปี 2524-2529

ปี	ไต้หวัน		ฟิลิปปินส์		จีน		ทั้งหมด	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)
2524	11,661 (17.19) ^{1/}	8,888	54,376 (88.14)	24,254	1,813 (2.67)	1,649	67,858 (100.00)	34,711
2525	10,082 (16.25)	8,274	58,248 (88.97)	24,286	1,727 (2.78)	1,501	62,049 (100.00)	34,061
2526	10,785 (23.94)	8,755	31,266 (69.92)	15,971	2,744 (6.14)	2,173	44,715 (100.00)	26,899
2527	10,647 (21.67)	8,822	32,085 (65.13)	19,421	6,491 (13.28)	7,787	49,143 (100.00)	35,313
2528	13,079 (19.78)	12,250	40,087 (68.62)	27,427	12,964 (19.68)	13,676	6,6138 (100.00)	53,353
2529	18,674 (24.98)	17,209	15,385 (68.41)	38,382	16,023 (14.69)	18,338	75,002 (100.00)	57,921
เฉลี่ย	12,474.67 (20.15)		42,213.17 (69.41)		6,127 (10.08)		68,814.83 (100.00)	

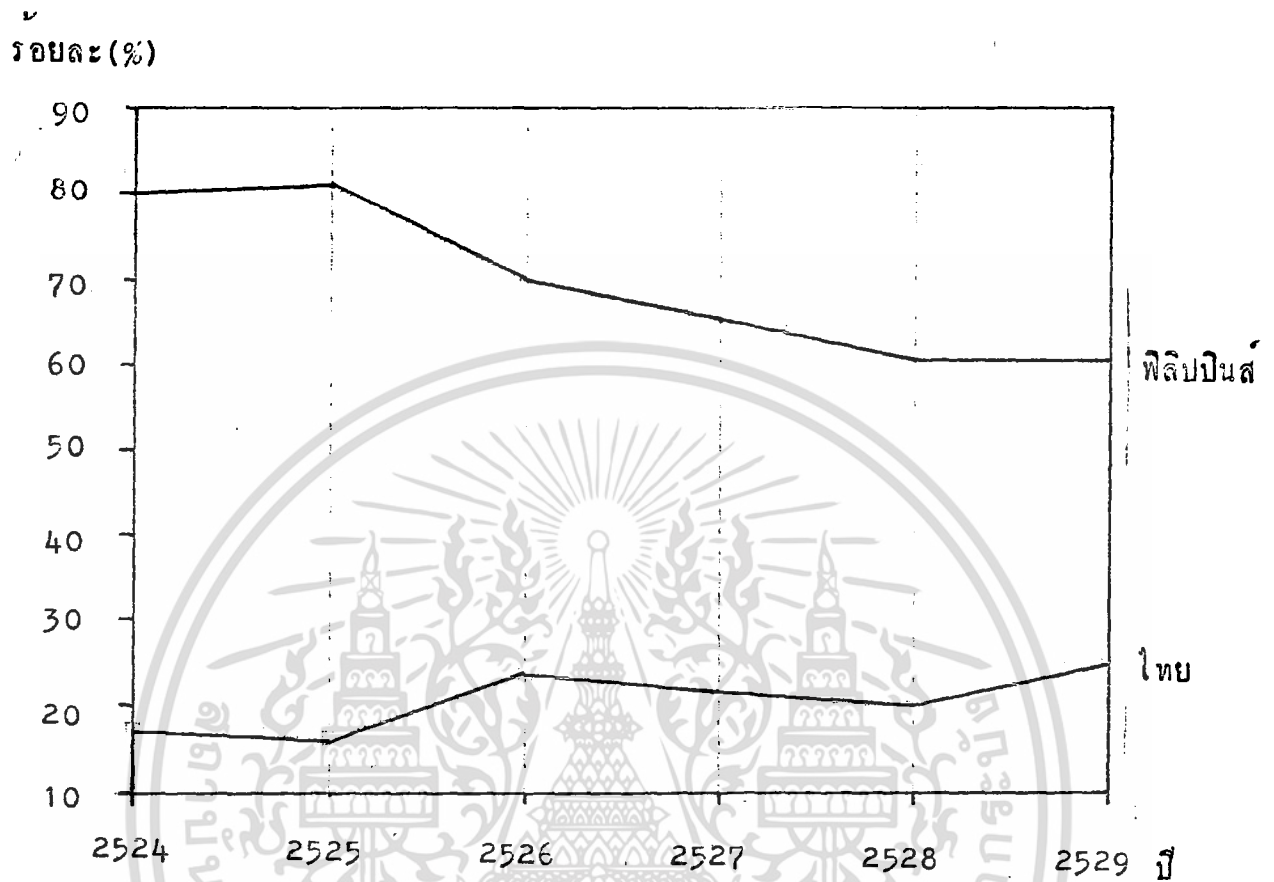
^{1/} ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการนำเข้าน้ำส้มประดของประเทศสหรัฐอเมริกา

ที่มา : (U.S. Department of Agricultural, 1981-1986)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละปริมาณนำเข้าน้ำลิ้นปะรดที่สหรัฐอเมริกา นำเข้าจากไทยและฟิลิปปินส์ (ภาพที่ 3) เปลี่ยนแปลงงานทิศทางตรงข้ามกัน ในช่วงปี 2524-2526 และตั้งแต่ปี 2526 ร้อยละของการนำเข้ากลับเป็นไปงานทิศทางเดียวกันคือลดลงทั้งที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นในปี 2527 สำหรับคู่แข่งได้แก่ ฟิลิปปินส์ เกนยาและแอฟริกาใต้ แม้ว่าตลาดสหรัฐอเมริกาจะมีมั่นคงแต่ก็กำหนดมาตรการสวนการนำเข้าน้ำลิ้นปะรดตามมาตรฐาน USFDA (United Stated Food and Drug Administration)

ในด้านการผลิตน้ำลิ้นปะรดของสหรัฐอเมริกา แม้ว่าจะผลิตได้แต่ก็ไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ จึงมีการนำเข้าจาก ไทย ฟิลิปปินส์ บราซิล และเม็กซิโก โดยนำเข้าน้ำลิ้นปะรดชนิดเข้มข้นจากฟิลิปปินส์ บราซิลและไทย ในปี 2529 ปริมาณ 26,038 เมตริกตัน 12,356 เมตริกตัน และ 18,598 เมตริกตัน ตามลำดับ (Food News, 1987) การส่งออกส่วนใหญ่ของสหรัฐอเมริกาในลักษณะ re-export ประเทศลูกค้าที่สำคัญ (ตารางที่ ๑) ได้แก่ จาไมกา แคนาดา เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย เมลเบิร์น ซาอุดีอาระเบีย และอิตาลี ในปี 2529 มีการส่งออกน้ำลิ้นปะรดชนิดเข้มข้นในประเทศดังกล่าวปริมาณ 227 เมตริกตัน 88 เมตริกตัน 74 เมตริกตัน 36 เมตริกตัน 32 เมตริกตัน 14 เมตริกตัน 7 เมตริกตัน และ 2 เมตริกตัน ตามลำดับ



ภาพที่ 3 รอยละปริมาณนำเข้าข้าวสาลีประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย และฟิลิปปินส์ ในปี 2524-2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ปริมาณการส่งออกน้ำตาลปีระตของสหรัฐอเมริกา ปี 2527-2529

(หน่วย: เมตริกตัน)

น้ำตาลปีระต	ประเทศนำเข้า	ปี 2527	ปี 2528	ปี 2529
ชนิดเข้มข้น ^{1/}				
จาไมกา		47	38	227
แคนาดา		20	114	88
เนเธอร์แลนด์		142	28	74
โคลัมเบีย		9	24	36
ออสเตรเลีย		31	18	32
เบลเยียม		15	166	14
ซาอุดีอาระเบีย		15	55	7
อิตาลี		-	30	2
เยอรมันตะวันตก		15	31	-
อื่นๆ		262	49	138
รวม		556	553	618
พร้อมดื่ม		2,046	1,666	1,503

^{1/} 61 brix.

ที่มา : (Food News, 1987)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศแคนาดา

การนำเข้าน้ำส้มประดของประเทศไทยแคนาดา มีทั้งชนิดเข้มข้นและชนิดพร้อมดื่ม การขนส่งส่วนใหญ่นำเข้าจากแคนาดาจากใช้รถยนต์ การนำเข้าจะบรรจุใน Poly-Bags ขนาด 200 ลิตร ประเทศคู่แข่งได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และบราซิล สิ่งที่ต้องคำนึงงานการส่งออกจกตลาดแคนาดา คือ คุณภาพ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด

การตลาดน้ำส้มประดจกตลาดแคนาดา แบ่งได้ 3 พวก คือ

1. ตัวแทน นายหน้า และผู้นำเข้า ซึ่งตัวแทน และผู้นำเข้าทำหน้าที่ทางการค้าแลกเปลี่ยนประมาณร้อยละ 3 ถึงร้อยละ 5 ส่วนผู้นำเข้าจะนำเข้าน้ำส้มประดมาสต็อกไว้และขายให้กับผู้บริโภคต่อไป

2. อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม หากการติดต่อกับตัวแทน นายหน้า หรือผู้นำเข้าจากนั้นนำมาทำการบรรจุ ติดตราสินค้าและส่งจำหน่ายตามซูเปอร์มาเก็ต ผอค้าขายปลีก และร้านของชำ

3. อุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมน้ำส้มประดไปแปรรูปก่อนออกจำหน่าย เช่น เบเกอรี่ อุตสาหกรรมอาหารต่างๆ จะทำการสั่งซื้อโดยตรงกับตัวแทนจำหน่าย นายหน้า และผู้นำเข้า โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเบเกอรี่ใช้ประมาณร้อยละ 95 และมีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นด้วย

สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับการจำหน่าย ได้แก่ ประเทศแคนาดา มีพื้นที่กว้าง 7,000 กิโลเมตร คนส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60 อาศัยอยู่ที่ Quebec และ Ontario (กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2525) Quebec จะใช้ภาษาฝรั่งเศส ส่วนที่เหลือใช้ภาษาอังกฤษ

การส่งออกน้ำส้มประดของประเทศไทยจกตลาดแคนาดา ในปี 25230 คิดเป็นร้อยละ 5.84 และมีมูลค่า 26.16 ล้านบาท การนำเข้าส่วนใหญ่เป็นตราของ USA multi-nation ได้แก่ Castle & Cooke และ Del Monte Corporation ซึ่งบริษัททั้งสองมีขบวนการผลิตโดยฯ วัตถุประสงค์ของตนเองและมีตราเป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 10 การนำเข้าสินค้าประเภทของไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์แล้ว นับว่าต่างกันมาก แคนาดานำเข้าจากไทยในปี 2527-2529 ปริมาณ 251, 410 และ 22 ตัน ตามลำดับ และนำเข้าจากฟิลิปปินส์ในปี 2524-2526 ลดลง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และปี 2527 เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขนาดตลาดส่วนงานปี 2528-2529 ฟิลิปปินส์ส่งออกลดลงแต่ไทยกลับส่งออกได้มากขึ้น เพราะไทยได้เปรียบในด้านวัตถุดิบ ปี 2529 ไทยส่งออกปศุสัตว์หรืออเมริกา มากทำให้ส่งออกแคนาดาน้อยลง

ร้อยละปริมาณนำเข้าจากไทยและฟิลิปปินส์ (ภาพที่ 4) เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ เพิ่มขึ้นในปี 2528 และลดลงในปี 2529 แม้ว่า การนำเข้าของแคนาดาจะลดลงในปี 2528 แต่การส่งออกของไทยและฟิลิปปินส์คิดเป็นร้อยละกลับเพิ่มขึ้น



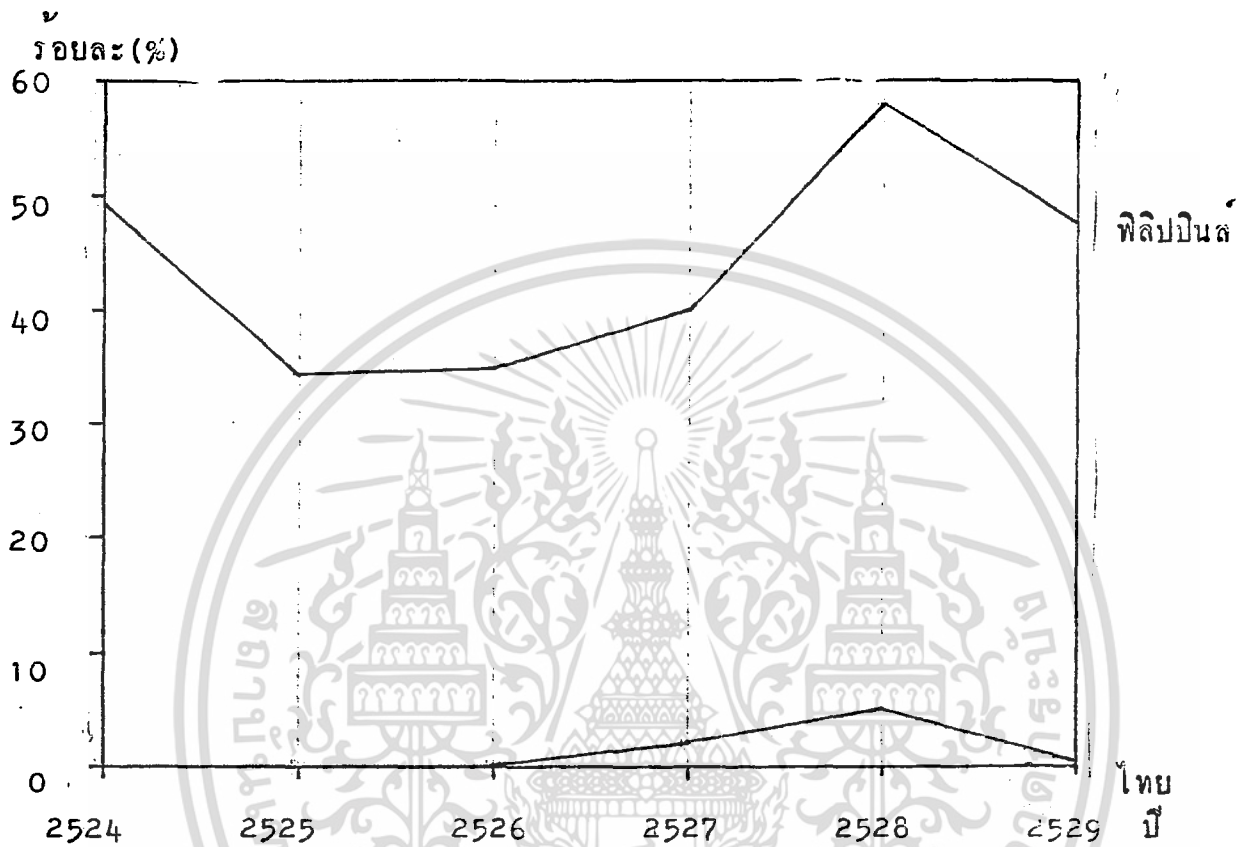
ตารางที่ 18 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าไม้ลิ้นประดองมคณาจากประเทศไทย พิลิปินส์ และประเทศอื่น ๆ ในปี 2524-2529

ปี	ไทย		ฟิลิปปินส์		ทั้งหมด	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)
2524	34.00 (0.23) ^{1/}	22	7,322 (49.29)	2,288	14,856 (100.00)	4,823
2525	7.81 (0.05)	N.A.	5,368 (34.39)	1,736	15,611 (100.00)	5,381
2526	6.63 (0.08)	N.A.	3,820 (34.99)	977	8,630 (100.00)	3,246
2527	251.00 (1.98)	66	5,063 (39.95)	1,587	12,672 (100.00)	7,787
2528	410.00 (4.99)	134	4,764 (57.93)	1,357	8,224 (100.00)	2,694
2529	22.00 (0.28)	27	3,798 (48.64)	1,058	7,955 (100.00)	2,487

^{1/} ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการนำเข้าไม้ลิ้นประดองมคณาจากประเทศไทย

ที่มา : (microfiche จาก ESCAP)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 ร้อยละปริมาณนำเข้าสินค้าประเภทของแคนาดาจากประเทศไทยและฟิลิปปินส์ ในปี 2524-2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มยุโรป

ประเทศลูกค้าของไทยในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก และ สเปน ซึ่งปริมาณการนำเข้าของตลาดในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นมาก แต่ปริมาณการส่งออกของไทยสู่ตลาดนี้เมื่อเทียบกับการส่งออกทั้งหมดยังมีสัดส่วนอยู่น้อย

ประเทศสหราชอาณาจักร

ตลาดสหราชอาณาจักรมีผู้บริโภค 2 พวกคือ อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม โดยจะนำไปทำอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมอาหารได้แก่ ice-cream yoghurt, jam และ baby food การนำเข้านิยมบรรจุ double poly-bags รูปประมาณ 200 ลิตร ความเข้มข้น 50 brix น้ำผลไม้ที่นิยมมากที่สุด คือ น้ำส้ม (ตารางที่ 11) รองลงมาคือ น้ำส้มแปรรูป น้ำผลไม้ในตลาดสหราชอาณาจักรในปัจจุบัน มีตราอยู่ไม่น้อยกว่า 40 ตรา โดยร้อยละ 38 จะเป็นตราที่ถูกจำหน่ายโดย Supermarket ได้แก่ Sainbury และ Tesco (International Trade Centre UNLTD/GATT, 1987:4) ส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่เป็นตรา Del Monte (ตารางที่ 12) ส่วนตรา Libby's, Just Juice, Sainsbury และ Tesco จะมีส่วนแบ่งจกเล็กเคียงกัน

การนำเข้าน้ำผลไม้ของสหราชอาณาจักรในแต่ละปีมีไม่ต่ำกว่า 200 พันตัน โดยในปี 2528-2529 มีการนำเข้า 217,265 ตัน และ 240,859 ตัน ตามลำดับ (Trade Statistics of the United Kingdom, 1985-1986) โดยมีการนำเข้าจากประเทศ เนเธอร์แลนด์ เคนยา แอฟริกาใต้ อิสราเอล ไทย และฟิลิปปินส์ จากตารางที่ 13 การนำเข้าจากไทย ฟิลิปปินส์ และเคนยา เฉลี่ย 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.31, 5.67 และ 15.45 ตามลำดับ ในปี 2524-2527 การส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นจากปริมาณการผลิตมีมาก และความต้องการในตลาดเพิ่มขึ้น ประกอบกับฟิลิปปินส์มีปัญหาด้านการผลิต ปี 2528 ทั้งไทยและฟิลิปปินส์ส่งออกผลสด จากสาเหตุที่อำนาจซื้อลดลง และปี 2529 เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ร้อยละการนำเข้าผลไม้และน้ำผัก ของสหราชอาณาจักร ใน
ปี 2524-2529

(หน่วย: เปอร์เซ็นต์)

ชนิดของน้ำผลไม้	ปี					
	2524	2525	2526	2527	2528	2529
น้ำส้ม	58	51	47	49	53	58
น้ำส้มแปรรูป	7	8	7	7	7	7
น้ำองุ่น	10	8	7	7	7	6
น้ำมะเขือเทศ	4	4	3	3	3	3
อื่นๆ	19	26	26	30	28	24
น้ำผลไม้ผสม	2	3	10	4	2	2
รวม	100	100	100	100	100	100

ที่มา : (Overseas trade Statistics of United Kingdom, 1981-1987)

ตารางที่ 12 ส่วนแบ่งตลาดของตราน้ำผลไม้ในตลาดสหราชอาณาจักร ปี 2530
(หน่วย: เปอร์เซ็นต์)

ตราผลไม้	ส่วนแบ่งตลาด
Del Monte	15
Ribby's	9
Just Juice	8
Sainsbury (own label)	10
Tesco (own label)	8
Other own label	20
All other brands	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ที่มา : (Monograph on Trade Channels, 1987)

ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าไม้สับประคของสหราชอาณาจักร จากประเทศไทย พิลิปปินส์ และเคนยา ในปี 2524-2529

ปี	ไทย		ฟิลิปปินส์		เคนยา		ทั้งหมด	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)
2524	16 (0.12) ^{1/}	19	878 (6.75)	673	1,313 (10.18)	1,043	12,898 (100.00)	11,321
2525	58 (0.45)	62	1,465 (11.28)	1,710	1,737 (13.17)	1,737	12,985 (100.00)	12,258
2526	241 (1.20)	257	1,014 (6.75)	1,032	1,420 (9.45)	1,749	15,030 (100.00)	13,719
2527	319 (1.68)	404	1,049 (6.52)	1,078	1,698 (10.55)	1,965	16,094 (100.00)	14,852
2528	253 (1.98)	213	340 (2.60)	381	4,581 (26.51)	4,679	16,978 (100.00)	17,037
2529	262 (1.88)	277	323 (2.32)	322	2,941 (21.13)	3,789	13,916 (100.00)	14,725
เฉลี่ย	191.50 (1.31)		843.58 (5.76)		2,263.83 (15.45)		14,650.58 (100.00)	

^{1/} ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการนำเข้าไม้สับประคของประเทศสหราชอาณาจักร

ที่มา : (Department of Statistics United Kingdom Trade statistics, 1981-1986)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศเนเธอร์แลนด์

การนำเข้าน้ำดิบประคตของประเทศเนเธอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี 2524-2527 เพิ่มขึ้นโดยตลอด และลดลงเล็กน้อยในปี 2528 การส่งออกของไทยตั้งแต่ปี 2524-2528 มีปริมาณ 16, 48, 72, 378 และ 404 ตัน ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นว่าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากความต้องการเพิ่มขึ้น การปรับค่าเงินของไทยในปี 2526 ทำให้ไทยแข่งขันได้ดีในตลาด แต่ในปี 2529 กลับลดลงเหลือเพียง 72 ตัน ในขณะที่คู่แข่ง ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ เกนยา และบราซิล ต่างก็ส่งออกได้เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 14)

จากภาพที่ 5 ร้อยละโดยเฉลี่ย 6 ปี ในปี 2524-2529 ประเทศบราซิล เกนยา ฟิลิปปินส์ และไทย ร้อยละปริมาณนำเข้าจากไทย ในปี 2524-2526 เปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ปี 2528 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 แต่กลับลดลงมาเป็นร้อยละ 0.48 ในปี 2529 ส่วนร้อยละของประเทศคู่แข่งทั้งสามในปี 2524-2526 ลดลงและในปี 2526-2527 ร้อยละของฟิลิปปินส์และบราซิลมีทิศทางตรงกันข้ามกัน เป็นที่น่าสังเกตร้อยละของบราซิลกลับมากกว่าของเกนยาในปี 2526-2529 แสดงว่าประเทศบราซิลมีการพัฒนาการส่งออก ได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น คือ ได้เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่แทนเนเธอร์แลนด์ในปี 2526-2529

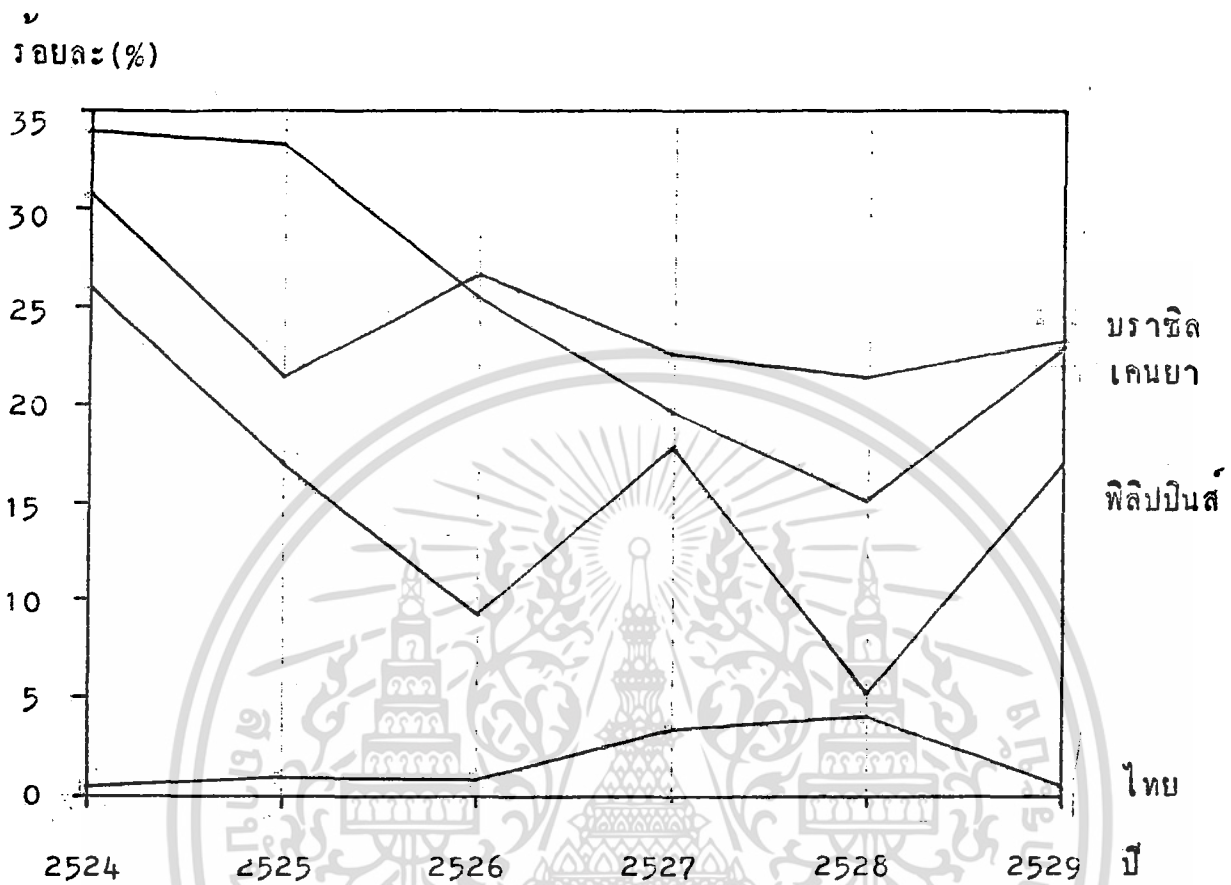
ตารางที่ 14 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าไม้ประดับประเภทเบเรอร์มอนด์ จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และเคนยา ในปี 2524-2529

ปี	ไทย		ฟิลิปปินส์		เคนยา		บราซิล		ทั้งหมด	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (พันดอลลาร์)
2524	16	7	956	810	1,257	1,710	1,137	1,363	3,686	4,147
	(0.43) ^{1/}		(25.94)		(34.10)		(30.85)		(100.00)	
2525	48	42	960	891	1,876	2,495	1,206	1,465	5,611	6,268
	(0.86)		(17.11)		(33.43)		(34.43)		(100.00)	
2526	72	87	793	737	2,216	2,677	2,313	2,431	8,679	8,440
	(0.83)		(9.14)		(25.53)		(26.65)		(100.00)	
2527	378	465	1,194	2,167	2,195	2,989	2,513	2,725	11,149	11,050
	(3.39)		(17.89)		(19.69)		(22.54)		(100.00)	
2528	404	561	512	519	1,550	2,087	2,169	2,625	10,100	9,702
	(4.00)		(5.07)		(13.35)		(21.40)		(100.00)	
2529	56	58	2,005	1,896	2,604	3,136	2,737	2,731	11,752	10,616
	(0.40)		(17.06)		(22.04)		(23.29)		(100.00)	
เฉลี่ย	162.33		1,203.33		1,963.00		2,012.50		8,496.17	
	(1.91)		(14.16)		(23.10)		(23.69)		(100.00)	

^{1/} ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการนำเข้าไม้ประดับประเภทเบเรอร์มอนด์

ที่มา : (microfiche จาก กรมพาณิชย์ฟิลิปปินส์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 ร้อยละปริมาณน้ำเขาน้ำดิบประคกของเนเชอรัลแลนคจากประเทศไทย บราซิล เคนยา และฟิลิปปินส์ ในปี 2524-2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศเยอรมันตะวันตก

ประเทศเยอรมันตะวันตก มีการนำเข้าน้ำส้มประรดสูงขึ้นโดยตลอด ปี 2525-2529 นำเข้าโดยเฉลี่ย 4,464.33 (ตารางที่ 15) ปริมาณการนำเข้าจากประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากปี 2525 ปริมาณ 142 ตัน เป็น 674 ตันในปี 2529 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์แล้วการนำเข้าเพิ่มขึ้นมากจากปี 2527 เนื่องจากฟิลิปปินส์มีปัญหาด้านการผลิตและการลดค่าเงินของไทย เมื่อพิจารณาร้อยละการนำเข้าจากไทย (ภาพที่ 6) เปลี่ยนแปลงเล็กน้อยจากปี 2525-2527 และเพิ่มขึ้นในปี 2528 และปี 2529 ร้อยละ 9.10 และ 91.14 ตามลำดับ แต่ฟิลิปปินส์ลดลงจากปี 2525-2528 และเพิ่มขึ้นปี 2529 ร้อยละ 5.45 และร้อยละปริมาณนำเข้าต่ำกว่าไทยตั้งแต่ปี 2527 เป็นต้นมา

ประเทศสเปน

ปริมาณการนำเข้าของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 16) จะเห็นได้จากปี 2529 นำเข้าเพิ่มขึ้น 1,605 ตันจากปี 2528 ปริมาณการนำเข้าจากไทยในปี 2524-2526 ลดลง แต่ปี 2527-2529 เพิ่มขึ้น เนื่องจาก การปรับค่าเงินและนโยบายของรัฐบาลที่เอื้ออำนวยต่อการส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ การนำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์ ในปี 2525 และ ในปี 2527 ลดลงจากปัญหาด้านการผลิต เมื่อพิจารณาการนำเข้าโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2524-2529 จากไทยประมาณ 136 ตันหรือร้อยละ 6.67 ของการนำเข้าน้ำส้มประรดของสเปนทั้งหมด และปริมาณการนำเข้าจากฟิลิปปินส์โดยเฉลี่ยประมาณ 575.17 ตันหรือร้อยละ 28.52 ของปริมาณการนำเข้าน้ำส้มประรดทั้งหมด จากภาพที่ 7 ร้อยละปริมาณนำเข้าจากไทยลดลงจากปี 2524-2526 และกลับเพิ่มขึ้น ในปี 2527-2529 โดยเฉพาะในปี 2529 ซึ่งในปี 2529 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 17.33 พบว่ามีทิศทางการนำเข้าของประเทศไทยโดยตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

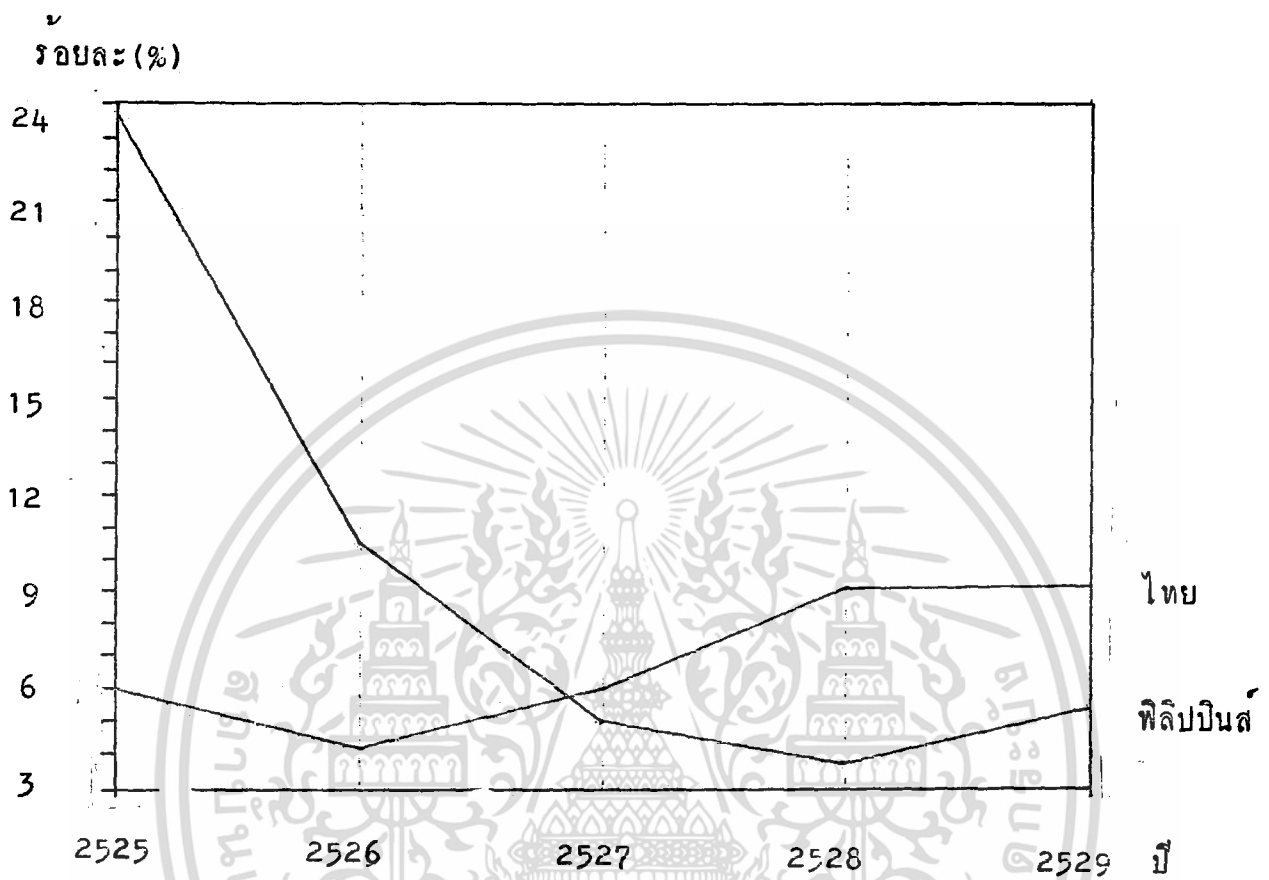
ตารางที่ 15 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าไม้สักประดของเยอรมันตะวันตก จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์
 ในปี 2524-2529

ปี	ไทย		ฟิลิปปินส์		ทั้งหมด	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)
2525	142 (5.97) ^{1/}	151	563 (23.68)	593	2,376 (100.00)	2,817
2526	165 (4.18)	168	414 (10.49)	395	3,947 (100.00)	4,470
2527	366 (5.96)	432	309 (5.03)	348	6,142 (100.00)	7,278
2528	632 (9.10)	799	255 (3.67)	335	6,942 (100.00)	8,501
2529	674 (9.14)	616	402 (5.45)	426	7,377 (100.00)	7,572
เฉลี่ย	329.83		323.83		4,464.33	

^{1/} ตัวเลขวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการนำเข้าไม้สักประดของประเทศไทยเยอรมันตะวันตก

ที่มา : (Monograph on Trade Channels, 1967)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 ร้อยละปริมาณนำเข้าของเยอรมันตะวันตกจากประเทศไทยและฟิลิปปินส์ ในปี 2525-2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

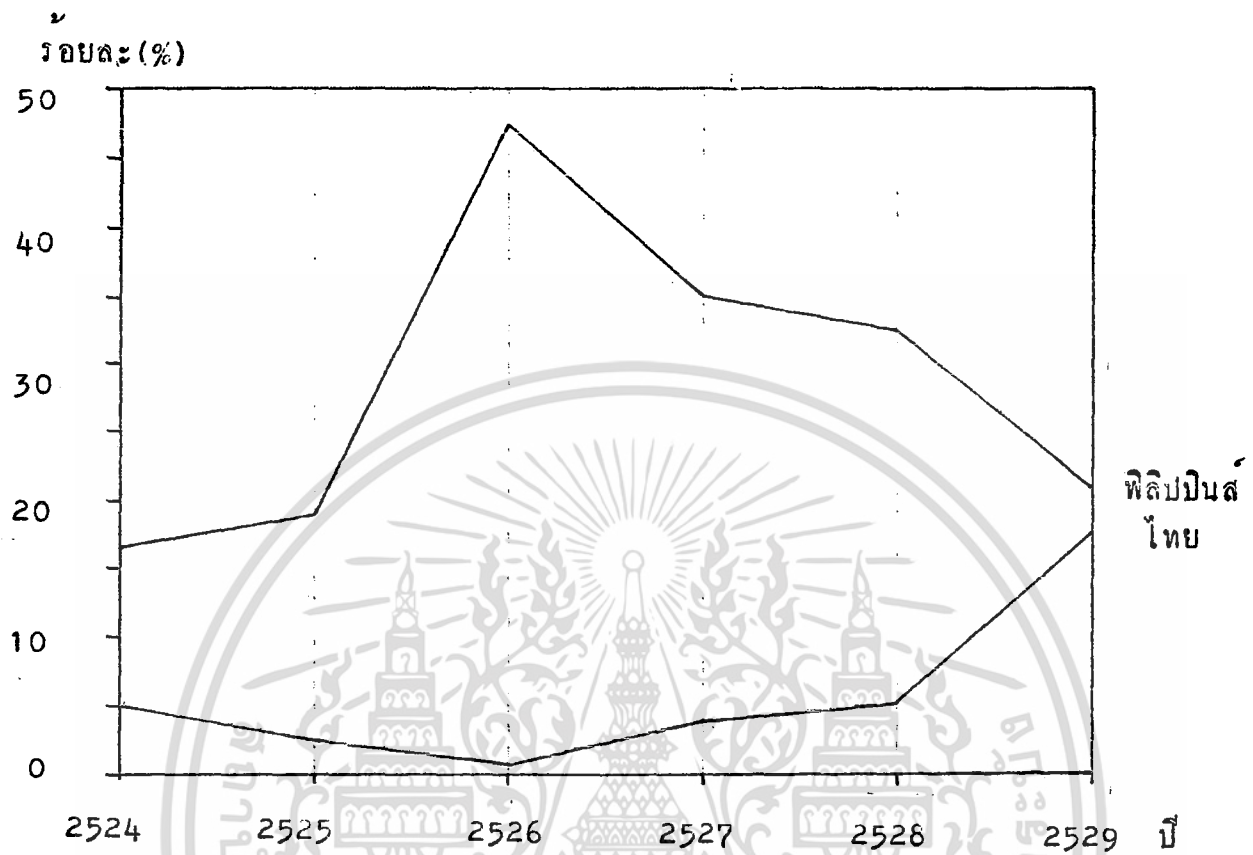
ตารางที่ 16 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำส้มประดของประเทศไทย จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ ในปี 2524-2529

ปี	ไทย		ฟิลิปปินส์		ทั้งหมด	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ดอลลาร์)
2524	100 (5.03) [✓]	93	327 (16.45)	284	1,988 (100.00)	1,722
2525	33 (2.47)	30	285 (18.89)	286	1,366 (100.00)	1,281
2526	17 (0.78)	18	1,033 (47.29)	985	2,184 (100.00)	2,048
2527	67 (3.75)	66	626 (35.00)	611	1,789 (100.00)	1,826
2528	96 (5.18)	115	681 (32.40)	684	1,855 (100.00)	2,181
2529	506 (17.33)	533	686 (28.75)	575	2,920 (100.00)	2,818
เฉลี่ย	136.00 (6.77)		575.17 (28.52)		2,017.00 (100.00)	

✓ คำอธิบายวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการนำเข้าน้ำส้มประดของประเทศไทย

ที่มา : (microfiche จาก กรมพาณิชย์สัมพันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7 รอยละปริมาณนำเข้าข้าวสาลีประเทศของสเปน จากประเทศไทยและฟิลิปปินส์
ในปี 2524-2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตะวันออกกลาง

ประเทศลูกค้านอกกลุ่มตะวันออกกลาง ได้แก่ ประเทศซาอุดีอาระเบีย อียิปต์ อิสราเอล คูเวต เป็นต้น มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศซาอุดีอาระเบียเป็นประเทศลูกค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ ปัญหาที่เผชิญขณะนี้คือ การขนส่งสินค้ายังอยู่ในวงจำกัดและต้องขนถ่ายหลายทอด นอกจากนี้พ่อค้าในประเทศตะวันออกกลาง ยังไม่นิยมทำการค้าผ่านคนกลาง ในการเจรจาต้องใช้ภาษาอาหรับ และต้องมีผู้รับรอง และผู้ค้าประกันที่เป็นคนท้องถิ่นในประเทศนั้น

ประเทศซาอุดีอาระเบีย

ประเทศซาอุดีอาระเบียมีพื้นที่ 4ใน5 ของพื้นที่ในกลุ่มตะวันออกกลาง ทั้งหมด คือประมาณ 2,150,000 ตารางกิโลเมตร ผู้บริโภคแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มรายได้สูง ประกอบด้วยคนรวย ผู้จัดการ นักบริหาร ช่าง มีประมาณ 1,000,000 คนหรือร้อยละ 8-10 จะเลือกซื้อน้ำลิ้นปะรดที่มีคุณภาพสูง คราที่มีชื่อเสียง
2. กลุ่มรายได้ปานกลาง ประกอบด้วย เสมียน เซลล์แมน นักบริการ มีประมาณ 500,000 คน หรือร้อยละ 33.33 จะพิจารณาราคาและคุณภาพปานกลาง
3. กลุ่มรายได้ต่ำ ประกอบด้วย เกษตรกร คนงาน มีอยู่ประมาณ 1,000,000 คน หรือร้อยละ 10 จะเลือกซื้อน้ำลิ้นปะรดที่มีราคาต่ำ ไม่คำนึงถึงคุณภาพมากนัก

การบรรจุน้ำลิ้นปะรด ต้องสะอาด ฉลากต้องมีภาษาอาหรับพิมพ์ติดอยู่ข้างกระป๋องเป็นกระดาษมันเงา บอกรายละเอียดประกอบครบถ้วน สถานที่ที่บรรจุ บริษัท

พร้อมวันที่ผลิต ขนาดที่บรรจุมีหลายขนาดดังนี้คือ

250 ml. Tetra Brik pack (30/case)

46 fl.oz. (1,360 ml) tin can (12/case)

750 ml, 900 ml and 1 liter bottle(12/case)

6.25 fl.oz. (178 ml.) tin can (24/case)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส 840 and 330 ml. bottle (12/case) ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งขนาดที่นิยมมากงานการบริโภค คือ ขนาด 25 ml. Tetra และ 46 fl.oz. (1,360 ml.) การตั้งจุดลูกค้าทำโดยจัดสินค้าจำนวนมาก และมีตลาดเฉพาะแบบ

การนำเข้าน้ำส้มประรดของประเทศชาอุติอารเบียจากไทยเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2524-2526 (ตารางที่ 17) เนื่องจากความต้องการเพิ่มมากขึ้น จากการอพยพแรงงานจากต่างประเทศส่วนงานปี 2528-2530 มีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย

ตารางที่ 17 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกน้ำส้มประรดชนิดเข้มข้นของไทยไปยังประเทศชาอุติอารเบีย ในปี 2520-2530

ปี	ปริมาณ (เมตริกตัน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)
2520	138.72	-	1,116.32
2521	192.93	39.08	1,651.19
2522	99.83	-48.26	962.20
2523	160.88	61.15	1,596.77
2524	162.84	1.22	1,736.63
2525	236.89	45.47	2,811.24
2526	438.52	85.16	6,187.65
2527	412.09	-6.03	5,791.57
2528	357.77	-13.18	5,359.73
2529	366.01	2.30	4,909.07
2530	297.68	-18.67	3,986.11

ที่มา : (Department of Customs, Foreign Trade Statistics of Thailand, December, 1977-1987)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเอเชีย

ประเทศนำเข้าน้ำดิบประรดที่สำคัญของอาเซียนกลุ่มนี้ คือ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศนิวซีแลนด์

ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศลูกค้าที่สำคัญ ประเทศไทยส่งออกน้ำดิบประรดชนิดเข้มข้นร้อยละ 1.24 ของการส่งออกทั้งหมด หรือมากเป็นอันดับ 8 แม้ว่าญี่ปุ่นจะมีโรงงานผลิตน้ำดิบประรดเอง แต่ก็ต้องอาศัยวัตถุดิบจากต่างประเทศ ในอดีตการนำเข้าน้ำดิบประรดของญี่ปุ่นจะนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกาและฟิลิปปินส์ เท่านั้น ประเทศไทยเริ่มส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นในปี 2523 ปริมาณ 18.16 เมตริกตัน มูลค่า 210.17 พันบาท และได้ทำการส่งออกอย่างจริงจังในปี 2528-2529 ได้ส่งออกปริมาณ 92.57 เมตริกตันและ 215.41 เมตริกตัน ตามลำดับ(กรมพาณิชย์-สัมพันธ, 2530)

ประเทศนิวซีแลนด์

ปริมาณการนำเข้าน้ำดิบประรดของนิวซีแลนด์เพิ่มขึ้นโดยตลอด จากตารางที่ 18 การส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นและลดลงสลับปีกัน คือปี 2526 และ 2528 เพิ่มขึ้น ส่วนในปี 2527 และ 2529 ส่งออกลดลง โดยเฉพาะในปี 2527 ส่งออกเพียง 4 ตันเท่านั้นเพราะไทยเสียเปรียบทางด้านราคา และคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งออสเตรเลียได้เปรียบไทยมากทางด้านราคาส่ง เนื่องจากอยู่ใกล้ตลาดมากกว่า ส่วนการส่งออกของฟิลิปปินส์ ส่งออกได้ 38 ตันในปี 2526 และในปี 2527-2528 เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.85 และ 26.47 ตามลำดับ และลดลงในปี 2529 เหลือร้อยละ 3.82 ของการนำเข้าของนิวซีแลนด์ทั้งหมด ออสเตรเลียได้เปรียบทางด้านภูมิประเทศ และความสัมพันธที่ใกล้ชิดกว่าคู่แข่ง ทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นโดยตลอด ในปี 2527-2529 คิดเป็นร้อยละ 65.33, 69.51 และ 94.35 ของการนำเข้าทั้งหมด (ภาพที่ 8) หักทางร้อยละการนำเข้าจากออสเตรเลียสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าไม้สับประคองประเทศนิวซีแลนด์ จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย ปี 2525-2529

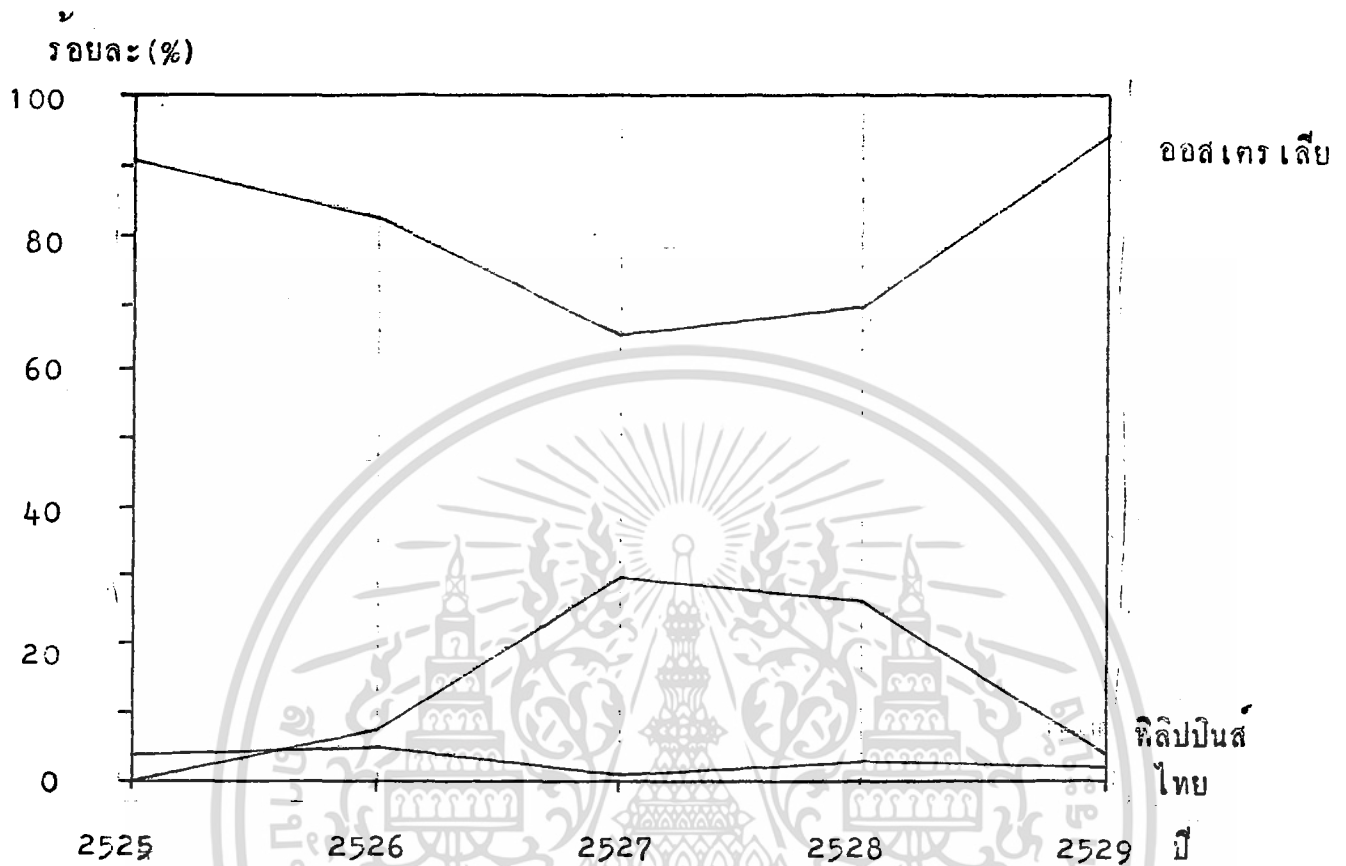
ปี	ไทย		ฟิลิปปินส์		ออสเตรเลีย	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
	(ตัน)	(พันดอลลาร์)	(ตัน)	(พันดอลลาร์)	(ตัน)	(พันดอลลาร์)
2525	15 (3.69) ^{1/}	17	-	-	369 (98.66)	289
2526	25 (4.73)	25	38 (87.20)	24	437 (82.77)	286
2527	4 (8.59)	5	197 (29.85)	37	447 (65.33)	297
2528	29 (2.66)	52	289 (26.47)	351	759 (69.51)	498
2529	22 (1.75)	38	48 (83.82)	58	1,186 (94.35)	743

^{1/} ตัวเลขวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการนำเข้าไม้สับประคองประเทศนิวซีแลนด์

ที่มา : (microfiche จากกรมพาณิชย์ฟิลิปปินส์)

เศรษฐกิจและฟิลิปปินส์ตรงข้ามกันโดยตลอด ส่วนไทยมีร้อยละการนำเข้าน้อยมาก ซึ่งผู้ครองตลาดส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดเป็นของประเทศออสเตรเลีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8 รอยละปริมาณนำเข้าน้ำดิบประกรของนิเวศน์แลนค จากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย ในปี 2525-2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่แข่งในการส่งออกน้ำสับปะรด

ประเทศคู่แข่งในการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยในปัจจุบัน มีไม่น้อยกว่า 10 ประเทศ ประเทศผู้ผลิตและส่งออก ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ เกษนาไทย ไต้หวัน แม็กซิโก บราซิล มาเลเซีย แอฟริกาใต้ โอเวอร์ซีโอสต์ เป็นต้น ประเทศนำเข้าสำคัญของโลก ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และแคนาดา สหรัฐอเมริกานำเข้าน้ำสับปะรดมากที่สุดและมากกว่าการนำเข้าของทั้งสามประเทศดังกล่าวรวมกัน (International Trade Centre UNLTD/GATT, 1985) ส่วนการนำเข้าของสเปน เนเธอร์แลนด์ และเยอรมันตะวันตกยังมีน้อยแต่ก็นับว่าเป็นตลาดที่สำคัญ ประเทศคู่แข่งของไทยในการส่งออกไปยังตลาดสำคัญดังกล่าวได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ บราซิล และเกษนา

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

ประเทศฟิลิปปินส์

เป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกน้ำสับปะรดได้มากที่สุดในโลก โดยในปี 2528-2529 ผลิตน้ำสับปะรดชนิด single ได้ปริมาณ 64,846 และ 63,458 เมตริกตัน ตามลำดับ และส่งออก 30,062 และ 29,702 เมตริกตัน ตามลำดับ (Food News, 1987) และน้ำสับปะรดชนิดเข้มข้นส่งออกในปี 2527-2529 ปริมาณ 23,747 เมตริกตัน 24,321 เมตริกตัน และ 26,038 เมตริกตัน ตามลำดับ การผลิตและการตลาด จะถูกดำเนินการโดยสองบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ คือ Philipin Packing Corporation และ Dole Philippines Inc. ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ US-based multi national Company คือ Castle&Cooke Inc.

และ Del Monte Corporation เนื่องจากประเทศลูกค้าที่สำคัญของฟิลิปปินส์นั้น มักจะเป็นประเทศลูกค้าของไทยด้วย เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา เป็นต้น ประเทศฟิลิปปินส์มีการพัฒนาการผลิตน้ำสับปะรดมานานแล้วเพราะว่ามีบริษัทแม่จากสหรัฐอเมริกาให้ความช่วยเหลือ ทั้งด้านการลงทุน และการตลาด โดยอาศัยตราทั้งสองของบริษัทแม่ซึ่งเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศเคนยา

การผลิตของประเทศเคนยาจะใช้วัตถุดิบภายในประเทศ มีการส่งออกน้ำสับประรดทั้งชนิด single และ concentrate บริษัทส่งออกที่สำคัญขึ้นกับบริษัท Del Monte Corporation การผลิตน้ำสับประรดในปี 2528-2530 ชนิด single ผลิตได้ปริมาณ 1,311 เมตริกตัน และ 1,350 เมตริกตัน ตามลำดับ และส่งออกในระยะเวลาเดียวกัน 1,000 เมตริกตันและ 1,330 เมตริกตัน ตามลำดับ ส่วนชนิด concentrate ผลิตได้ 5,448 เมตริกตันและ 9,832 เมตริกตัน ตามลำดับ (USDA Horticultural Products Review, 1987) ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร เยอรมันตะวันตก และฝรั่งเศส

ประเทศบราซิล

เป็นประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ สามารถส่งออกน้ำสับประรดชนิดเข้มข้น ปี 2527-2529 ปริมาณ 15,132 เมตริกตัน 13,018 เมตริกตัน และ 12,356 เมตริกตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 19) ส่วนการผลิตน้ำสับประรดชนิด single บังน้อย ตลาดส่งออกน้ำสับประรดที่สำคัญของประเทศบราซิล ได้แก่ ประเทศกลุ่มยุโรป

แอฟริกาใต้

บริษัทที่ทำการผลิตน้ำสับประรด มี 6 บริษัท ซึ่งรวมถึง Collendale Cannery Pty. และ Langebery Co-operation Ltd. ผู้ผลิตร่วมกันจัดตั้งสมาคมชื่อ South Africa Fruit and Vegetable Cannery Association ในปี 2528-2529 ผลิตน้ำสับประรดชนิด single ปริมาณ 3,497 เมตริกตัน และ 3,124 เมตริกตัน ตามลำดับ และได้ส่งออกในระยะเวลาเดียวกันปริมาณ 3,129 เมตริกตัน และ 2,619 เมตริกตัน ตามลำดับ ส่วนน้ำสับประรดชนิด concentrate ผลิตได้ 4,152 เมตริกตันและ 8,040 เมตริกตัน ตามลำดับ ส่งออกได้ในระยะเวลาเดียวกัน 3,053 เมตริกตัน และ 3,334 เมตริกตัน ตามลำดับ (Food News, 1987)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่แข่งอื่น ๆ

ประเทศคู่แข่งในการส่งออกของไทย นอกจากประเทศที่ข้างต้นกล่าวแล้ว ยังมีประเทศอื่น ๆ อีกหลายประเทศ แต่ปริมาณการส่งออกยังไม่มาก ดังนี้

ประเทศมาเลเซีย

การส่งออกน้ำสับประรดได้รับความสนใจน้อยกว่าสับประรดกระป๋องการส่งออกส่วนใหญ่ส่งไปประเทศซาอุดีอาระเบียและสิงคโปร์เป็นส่วนใหญ่ จุดสาหกรรมน้ำสับประรดของมาเลเซียเป็นหน้าที่ขององค์การริชชาลรวมไปถึงการส่งออก การกำหนดราคา การบริหารงาน การควบคุมปริมาณ และความร้อนที่เข้าบรรจุ โดยมีสามบริษัทหลักดำเนินการส่งออกน้ำสับประรด ได้แก่ Pineapple Cannery of Malasia , SDN.BHD. United Malayan Pineapple Growers Private Ltd. และ Lee Pineapple Company, SDN.BHD.

ประเทศเม็กซิโก

รัฐบาลได้ควบคุมการผลิตและการตลาด เพื่อให้เกิดความสมดุลในการผลิต บริษัทส่วนใหญ่จะซื้อวัตถุดิบแล้วนำมาทำการผลิต ตลาดส่งออกของมาเลเซีย ได้แก่ ประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอเมริกา และอาเจนตินา การส่งออกน้ำสับประรดชนิด concentrate ในปี 2527-2529 ปริมาณ 209 เมตริกตัน 1,414 เมตริกตันและ 1,190 เมตริกตัน ตามลำดับ ส่วนชนิด single ส่งออกในปี 2528-2529 ปริมาณ 300 เมตริกตันและ 132 เมตริกตัน ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ปริมาณการส่งออกน้ำดิบประดชนิดเข้มข้น ของประเทศบราซิล
ฟิลิปปินส์ และเม็กซิโก

(หน่วย: เมตริกตัน)

ประเทศส่งออก	ประเทศนำเข้า	ปี 2527	ปี 2528	ปี 2529
<u>ฟิลิปปินส์</u>	สหรัฐอเมริกา	15,170	19,212	18,566
	เนเธอร์แลนด์	2,587	1,022	2,350
	อิสราเอล	1,065	678	817
	สเปน	726	559	533
	สหราชอาณาจักร	601	215	510
	เบลเยียม	746	780	337
	ตะวันออกกลาง	625	540	224
	ฝรั่งเศส	421	228	202
	สวีเดน	264	16	17
	จีน	1,542	1,071	2,482
	<u>บราซิล</u>	เนเธอร์แลนด์	7,015	4,727
สหรัฐอเมริกา		5,650	5,333	3,871
สหราชอาณาจักร		161	32	490
สเปน		551	268	222
ตะวันออกกลาง		487	289	166
ฟินแลนด์		239	257	72
แคนาดา		168	95	36
เยอรมันตะวันตก		322	724	21
จีน		538	1,293	462

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ -

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ประเทศส่งออก	ประเทศนำเข้า	ปี 2527	ปี 2528	ปี 2529
<u>แมกซิกอ</u>	สหรัฐอเมริกา	174	1,201	N.A.
	อาเจนตินา	16	166	N.A.
	ซาอุดีอาระเบีย	11	36	N.A.
	อื่นๆ	8	11	N.A.

ที่มา : (Food news, 1987)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

งานบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยอาศัยแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (The Model of Market Share analysis) เพื่อจะได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประรดของไทยว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง เป็นผลมาจากอะไร และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกน้ำสับประรดแล้วประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบจนตลาดเหล่านี้อย่างไร ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดจะนิยาม 3 รูปแบบ ดังนี้

1. นิยามตลาดโดยแยกเป็นรายประเทศ
2. นิยามตลาดโดยแยกเป็นกลุ่มประเทศ
3. นิยามตลาดโดยรวมประเทศนำเข้าที่สำคัญทั้งหมด

เนื่องจากตลาดในกลุ่มเอเชียเป็นตลาดเล็ก การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวจึงนิยามเป็นรายประเทศเท่านั้น ดังนั้นการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดโดยรวมประเทศนำเข้าที่สำคัญจึงนิยามกลุ่มอเมริกาเหนือและยุโรปเท่านั้น

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดน้ำลิบปะรดของไทย

โดยแยกพิจารณาเป็นรายประเทศ

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เม็กซิโก สเปน และนิวซีแลนด์ ส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการขยายขนาดตลาดดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 29.19, -2.18, 9.02, 16.35, 40.77, 5.37 และ 125.55 ตามลำดับ และเป็นผลมาจากการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 65.95, 674.89, 30.51, 125.65, 473.51, 139.53 และ 219.37 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งเป็นคู่แข่งในทุกตลาดดังกล่าว ฟิลิปปินส์จะเสียเปรียบทางด้าน การขยายขนาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 65.95, 674.89, 30.51, 125.65, 473.51, 139.53 และ 219.37 ตามลำดับ ส่วนผลทางด้าน การแข่งขันกลับเสียเปรียบ คิดเป็นร้อยละ -165.95, 96.73, -130.51, -25.65, -571.51, -39.53 และ 119.37 ตามลำดับ ส่วนแบ่งตลาดของประเทศเคนย่าในตลาดสหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์เพิ่มขึ้น โดยเป็นผลมาจากการขยายขนาด คิดเป็นร้อยละ 14.05 และ 414.08 ตามลำดับ และเป็นผลมาจากการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 85.95 และ -314.08 ตามลำดับ ส่วนแบ่งตลาดของออสเตรเลียในตลาดนิวซีแลนด์ก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายขนาดและการแข่งขันในตลาด คิดเป็นร้อยละ 77.94 และ 22.06 ตามลำดับ ส่วนในตลาดญี่ปุ่นนั้น ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดลดลง จำนวนานนี้ เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของการขยายขนาดและการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ -23.83 และ -76.17 ตามลำดับ ซึ่งประเทศฟิลิปปินส์กลับได้เปรียบทางด้าน การแข่งขันในตลาดดังกล่าวมาก คิดเป็นร้อยละ 179.04 แต่เสียเปรียบทางด้าน การขยายขนาดตลาด คิดเป็นร้อยละ -79.04 (ตารางที่ 20)

จะเห็นว่า ประเทศไทยได้เปรียบประเทศฟิลิปปินส์มากในด้านการแข่งขันในตลาดกลุ่มอเมริกาเหนือ และกลุ่มยุโรป เนื่องจากการที่รัฐบาลให้การช่วยเหลือแก่ผู้ส่งออกอย่างจริงจัง แต่ประเทศไทยกลับเสียเปรียบประเทศฟิลิปปินส์ในด้านการขยายขนาดในตลาดดังกล่าว เพราะสินค้าของฟิลิปปินส์เป็นที่รู้จักในตลาดเป็นอย่างดี ผู้ส่งออกจึงควรที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในด้านการขยายขนาดตลาดให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับงานตลาดญี่ปุ่น ประเทศไทยได้เริ่มทำการส่งออกมานานมานี้ จึงทำให้เสียประโยชน์ในตลาดมากโดยเฉพาะในด้านการแข่งขัน ญี่ปุ่นเน้นเรื่องของคุณภาพมาก สินค้าของไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับในตลาด ดังนั้นจึงควรส่งเสริมการส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นโดยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งงานตลาด ส่วนตลาดนิวซีแลนด์ แม้ว่าประเทศไทยเสียเปรียบออสเตรเลียเสียในด้าน การขนส่ง แต่ประเทศไทยกลับได้เปรียบออสเตรเลียเสียในด้าน การขยายขนาดตลาด และการแข่งขัน

ตารางที่ 20 ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประดองไทยและฟิลิปปินส์ โดยแยกพิจารณาเป็นรายประเทศ

ประเทศลูกค้า	การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด					
	องไทย			องฟิลิปปินส์		
	ขนาด	แข่งขัน	กระจาย	ขนาด	แข่งขัน	กระจาย
สหรัฐอเมริกา	29.19	70.81	-	65.95	-165.95	-
แคนาดา	-2.18	102.18	-	674.89	96.73	-
สหราชอาณาจักร	9.02	90.98	-	30.51	-130.51	-
เนเธอร์แลนด์	16.35	83.65	-	125.65	-25.65	-
เยอรมัน	40.77	59.23	-	471.51	-571.51	-
สเปน	5.37	94.63	-	139.53	-39.53	-
ญี่ปุ่น	-23.83	-76.17	-	-79.04	178.04	-
นิวซีแลนด์	125.55	25.55	-	219.37	-119.37	-

หมายเหตุ : จากภาคผนวก

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	3,528.85	100.00	-6,859.34	-100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	270.23	7.66	1,278.02	18.63
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	11,734.75	332.54	11,394.78	166.12
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-8,476.13	-240.20	-19,532.14	-284.75

หมายเหตุ 1/ $(0.1858 \times 14,133.33 + 0.0012 \times 227.67)$

2/ $(0.7782 \times 39,132.33 + 0.4018 \times 4,539)$

3/ X_{1i} และ X_{2i} หมายถึง ปริมาณน้ำส้มปะรดที่กลุ่มอเมริกาเหนือนำเข้าจากประเทศ i ในปี 2524-2526 และปี 2527-2529 (i คือ ประเทศไทย และประเทศฟิลิปปินส์)

4/ S_{1i} และ S_{2i} หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ i ในปี 2524-2526 ในตลาดกลุ่มอเมริกาเหนือ ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ควรระวังถึงความสำคัญในการขยายขนาดและการกระจายตัวในกลุ่มผู้ค้ามากขึ้น โดยมุ่งขยายขนาดตลาดในแคนาดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำดื่มประคตของ
 วิทยานุศลสถานแห่งประเทศไทยเหนือ ระหว่างปี 2524-2526 และ
 ปี 2527-2529

ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)			ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)		
รวม	จากภายใน	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากภายใน	จากฟิลิปปินส์
สหรัฐอเมริกา					
58,204.67	10,816.00	45,294.00	63,425.00	14,133.33	39,132.00
แคนาดา					
13,032.33	16.15	5,236.67	9,617.00	227.67	4,539.00
รวม					
71,237.00	10,832.15	50,530.67	73,042.00	14,361.00	43,671.33
ร้อยละของส่วนแบ่งตลาด					
สหรัฐอเมริกา					
100.00	18.58	77.82	100.00	22.28	61.70
แคนาดา					
100.00	0.12	40.18	100.00	2.36	47.20
รวม					
100.00	15.20	70.93	100.00	19.66	59.79

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของวิทยานุศลสถานแห่งประเทศไทยปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529 (S_{1T})

$$S_{1T} = 0.1520 \times 73,042 = 11,102.38$$

ส่วนแบ่งตลาดของวิทยานุศลสถานแห่งประเทศไทยปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529

$$(S_{2T})^{1/2} = 2,626.25$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์งานปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529

$$S_{1P} = 0.7093 \times 73,042 = 51,808.69$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์งานปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529

$$(S_{2P})^{2/2} = 32,276.55$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น. ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	3,528.85	100.00	-6,859.34	-100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	270.23	7.66	1,278.02	18.63
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	11,734.75	332.54	11,394.78	166.12
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-8,476.13	-240.20	-19,532.14	-284.75

หมายเหตุ 1/ $(0.1858 \times 14,133.33 + 0.0012 \times 227.67)$

2/ $(0.7782 \times 39,132.33 + 0.4018 \times 4,539)$

3/ X_{1i} และ X_{2i} หมายถึง ปริมาณน้ำสับปะรดที่กลุ่มอเมริกาเหนือนำเข้าจากประเทศ i ในปี 2524-2526 และปี 2527-2529 (i คือ ประเทศไทย และประเทศฟิลิปปินส์)

4/ S_{1i} และ S_{2i} หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ i ในปี 2524-2526 กับตลาดกลุ่มอเมริกาเหนือ ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ควรระวังถึงความสำคัญในการขยายขนาดและการกระจายตัวในกลุ่มผู้ค้ามากขึ้น โดยมุ่งขยายขนาดตลาดในแคนาดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มยุโรป

เนื่องจากงานกลุ่มยุโรปโดยเฉพาะในประเทศสหราชอาณาจักร และ เนเธอร์แลนด์ คู่แข่งงานตลาดที่สำคัญ นอกเหนือจากฟิลิปปินส์แล้วยังมีประเทศเคนยา ด้วย ดังนั้นงานการวิเคราะห์จึงเพิ่มการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดงานกลุ่มย่อยยุโรปคือ ประเทศทั้งสองดังกล่าว เพื่อให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาดน้ำดิบประตงานกลุ่มยุโรปได้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของงานกลุ่มย่อย ยุโรป (ตารางที่ 22) จากระยะเวลาสองช่วงดังกล่าว ปรากฏว่าการส่งออก ของไทยเพิ่มขึ้นจำนวน 54.98 ตัน หรือร้อยละ 13.51 และผลจากการเปลี่ยนแปลงของการแข่งขัน 533.87 ตันหรือร้อยละ 135.89 ส่วนผลการกระจายตัว ของตลาดนั้นทำให้การส่งออกลดลง 201.85 ตันหรือร้อยละ 49.40 สำหรับประเทศฟิลิปปินส์และเคนยา พบว่าเสียเปรียบด้านการกระจายตัวเช่นกัน แต่กลับได้ ประโยชน์จากการขยายขนาดตลาดและการแข่งขัน โดยการเปลี่ยนแปลงจากขนาด ตลาดได้ประโยชน์มาก คือ คิดเป็นร้อยละ 1,316.78 และ 60.77 ตามลำดับ ส่วนการเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขันก็เช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 3,273.95 และ 219.20 ตามลำดับ เพราะประเทศฟิลิปปินส์ได้เปรียบงานด้านการขนส่งและราคา ท่างทำได้เปรียบไทยงานด้านการแข่งขัน ส่วนการกระจายตัวทั้งไทย ฟิลิปปินส์ และ เคนยา ต่างก็ยิ่งกระจุกตัว

จะเห็นได้ว่า ผลจากการขยายขนาดตลาดและผลจากการแข่งขันนั้น ฟิลิปปินส์ได้เปรียบอย่างมาก เนื่องจากสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับของตลาด ส่วน การกระจายตัวนั้นยังมีการกระจุกตัวสูงอยู่ ผู้ส่งออกจึงควรเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจาก ผลงนด้านการขยายขนาดให้มากขึ้น ส่วนด้านการแข่งขันต้องงใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ คุณภาพ ราคา เป็นต้น เพื่อส่งเสริมการขาย และควรกระจาย สินค้างานตลาดเนเธอร์แลนด์มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำดื่มประจําของวิทยุจนตลาดเนเรอร์มอนด์ และ
สหราชอาณาจักร ระหว่างปี 2524-2526 และ ปี 2527-2529

	ปริมาณน้ำจําในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)				ปริมาณน้ำจําในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)			
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากเคนยา	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากเคนยา
เนเรอร์มอนด์	5,992.00	45.33	903.00	1,783.00	11,000.33	279.33	1,503.67	2,143.00
สหราชอาณาจักร	13,637.67	105.00	1,116.33	1,481.00	15,633.33	278.00	570.67	3,046.67
รวม	19,629.67	150.33	2,019.33	3,264.00	26,663.66	557.33	2,074.34	5,189.67
ร้อยละส่วนแบ่งตลาด								
เนเรอร์มอนด์	100.00	0.76	15.07	29.76	100.00	2.54	13.67	19.40
สหราชอาณาจักร	100.00	0.77	8.09	10.86	100.00	1.77	3.64	19.45
รวม	100.00	0.77	10.29	16.63	100.00	2.09	7.78	19.46
ความสามารถในการส่งออก								
ส่วนแบ่งตลาดของวิทยุจําในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกจําในปี 2527-2529 (S _{IT}) = 0.0077 × 26,663.33 = 205.31								
ส่วนแบ่งตลาดของวิทยุจําในปี 2524-2526 ในตลาดทั้งหมด ณ ระดับการส่งออกจําในปี 2527-2529 (S _{2I}) ^{1/} = 4.26								
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์จําในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกจําในปี 2527-2529 (S _{IP}) = 0.1029 × 26,663.33 = 2,743.69								
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์จําในปี 2524-2526 ในตลาดทั้งหมด ณ ระดับการส่งออกจําในปี 2527-2529 (S _{2P}) ^{2/} = 273.34								
ส่วนแบ่งตลาดของเคนยาจําในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกจําในปี 2527-2529 (S _{IK}) = 0.1663 × 26,663.33 = 4,434.17								
ส่วนแบ่งตลาดของเคนยาจําในปี 2524-2526 ในตลาดทั้งหมด ณ ระดับการส่งออกจําในปี 2527-2529 (S _{2K}) ^{3/} = 968.63								
การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด								
	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากเคนยา			
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ		
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	407.00	100.00	55.01	100.00	1,925.67	100.00		
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	54.98	13.51	724.36	1,316.78	1,170.17	60.77		
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	533.07	135.89	1,881.00	3,273.95	4,421.04	219.20		
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	201.05	-49.40	-2,470.35	-4,490.73	-3,465.54	-179.97		

$$\text{หมายเหตุ } 1/ = (0.0077 \times 278 + 0.0076 \times 279.33)$$

$$2/ = (0.0819 \times 570.67 + 0.1507 \times 1,503.67)$$

$$3/ = (0.1086 \times 3,046.67 + 0.2976 \times 2,143.00)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ที่มา : (จากการคำนวณ)

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มยุโรป ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก และสเปน (ตารางที่ 23) พบว่าการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น 1,014.33 ตัน จำนวนานนี้เป็ผลเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของขนาดตลาด 151.11 ตัน หรือร้อยละ 14.90 และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 1,302.83 ตันหรือร้อยละ 128.44 ส่วนผลการกระจายตัวทำให้การส่งออกลดลง 439.61 ตันหรือร้อยละ -49.40 สำหรับประเทศฟิลิปปินส์เสียประโยชน์ด้านการกระจายตัวเช่นกัน แต่ได้เปรียบหาญในด้านกรขยายขนาดตลาดและด้านการแข่งขันโดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2,097.23 และ 3,626.54 ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกของฟิลิปปินส์กลับลดลง เนื่องจากปัญหาด้านการผลิตและด้านการเมือง

การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดของไทยส่วนใหญ่มารจากผลการแข่งขัน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์ไทยยังแข็งแกร่ง ส่วนในด้านกรขยายขนาดเชื้อ้อานวยให้กับฟิลิปปินส์โดยตรงและผลดังกล่าวเกิดจากฝ่ายนำเข้านั่นเอง จึงเป็นข้อคานึงสำหรับผู้ส่งออกของไทยว่า ถึงเวลาแล้วที่จะต้องมีการปรับปรุงระบบการผลิตและการตลาด เพื่อการส่งออกให้มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับคู่แข่ง ดังนั้นในด้านนโยบายอื่นที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ต้องกระจายสินค้าในตลาดให้กว้างขวางไม่เฉพาะแต่ตลาดหลักทั้งสี่ดังกล่าวนี้เท่านั้น

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์การแบ่งส่วนแบ่งตลาดบริษัทประกันของไทยกับตลาดกลุ่มยุโรป ระหว่างปี
2524-2526 และ ปี 2527-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เงินล้านบาท)			ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เงินล้านบาท)		
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์
เนเธอร์แลนด์	5,992.00	45.33	983.00	11,000.33	279.33	1,503.67
สหราชอาณาจักร	13,637.67	105.00	1,116.33	15,633.33	278.00	570.67
เยอรมันตะวันตก	2,792.33	123.00	464.00	6,820.33	557.33	322.00
สเปน	1,846.00	50.00	593.00	2,188.00	223.00	611.00
รวม	24,068.00	323.33	3,076.33	35,671.99	1,337.66	3,007.34
ร้อยละส่วนแบ่งตลาด						
เนเธอร์แลนด์	100.00	0.76	15.07	100.00	2.54	13.67
สหราชอาณาจักร	100.00	0.77	8.09	100.00	1.77	3.64
เยอรมันตะวันตก	100.00	4.40	16.62	100.00	8.17	4.72
สเปน	100.00	2.71	29.22	100.00	1.19	27.93
รวม	100.00	1.33	12.68	100.00	3.75	8.43

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_{11}) = $0.0133 \times 35,671.99 = 474.44$

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2524-2526 ในตลาดทั้งหมด ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_{21})^{1/} = 34.83

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_{1P}) = $0.1268 \times 35,671.99 = 4,523.21$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2524-2526 ในตลาดทั้งหมด ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_{2P})^{2/} = 505.39

ตารางที่ 23 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	1,014.33	100.00	-68.99	100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	151.11	14.98	1,446.88	2,097.23
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	1,302.83	128.44	2,581.95	3,626.54
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-439.61	-43.34	-4,017.82	-5,823.77

$$\text{หมายเหตุ } 1/ = (0.0077 \times 278 + 0.0076 \times 279.33 + 0.0440 \times 557.33 + 0.0271 \times 223.00)$$

$$2/ = (0.0819 \times 578.67 + 0.1587 \times 1,503.67 + 0.1662 \times 322.00 + 0.2922 \times 611.00)$$

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดข้าวสาลีประเทศไทย

โดยมีจรรยาพรหมประเทศนา เข้าที่ศึกษา

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของข้าวสาลีในคลาต (ตารางที่ 24) จากระยะเวลาสองช่วงดังกล่าว ปรากฏว่าการส่งออกของไทย เพิ่มขึ้นจำนวน 4,543.18 ตัน โดยเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาด เพิ่มขึ้น 1,542.31 ตัน หรือ ร้อยละ 33.95 และผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างมาก 1,542.31 ตันหรือร้อยละ 286.97 ส่วนผลการกระจายตัวตลาดนั้น ทำให้การส่งออกลดลง 10,036.71 ตันหรือร้อยละ 220.92 สำหรับประเทศไทย มีลิมิตินส์ พบว่าเสียประโยชน์จากการกระจายตัวเช่นกัน แต่กลับได้ประโยชน์จากการขยายขนาดตลาดและการแข่งขัน โดยการเปลี่ยนแปลงจากขนาดตลาดได้ประโยชน์มาก คือคิดเป็นร้อยละ 200.57 และผลจากการแข่งขันก็เช่นกัน คิดร้อยละ 107.00

การส่งออกของไทยผลส่วนใหญ่มารจากการแข่งขันในคลาต เนื่องจากรัฐบาลให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่นการลดภาษี การลดดอกเบี้ยเพื่อการลงทุนในประเทศ ตลอดจนนโยบายต่างๆ เช่นการลดขั้นตอนการส่งออก การส่งเสริมอุตสาหกรรมเกษตร เป็นต้น ในด้านการผลิตและการตลาด ทำให้ไทยได้ประโยชน์ในด้านการแข่งขันมาก แต่ผลจากการขยายขนาดยังมีน้อยจะต้องส่งเสริมการส่งออกให้มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มยุโรปและประเทศแคนาดาและกระจายสินค้าในคลาตให้กว้างขวางไม่เฉพาะแต่คลาตหลักดังกล่าวนี้เท่านั้น

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทรัพย์สินประเภทของโทบจันตลาดกลุ่มยุโรปและอเมริกาเหนือ
ระหว่างปี 2524-2526 และ ปี 2527-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)			ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)		
	รวม	จากโทบ	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากโทบ	จากฟิลิปปินส์
เนเธอร์แลนด์	5,992.00	45.33	983.00	11,000.33	279.33	1,503.67
สหราชอาณาจักร	13,637.67	105.00	1,116.33	15,633.33	278.00	570.67
เยอรมันตะวันตก	2,792.33	123.00	464.00	6,820.33	557.33	322.00
สเปน	1,846.00	50.00	593.00	2,188.00	223.00	611.00
สหรัฐอเมริกา	58,204.67	10,816.00	45,294.00	63,425.00	14,133.00	39,132.33
แคนาดา	13,032.33	16.15	5,236.67	9,617.00	227.67	4,539.00
รวม	95,585.00	11,155.48	53,687.33	108,713.99	15,698.66	46,678.67
ร้อยละส่วนแบ่งตลาด						
เนเธอร์แลนด์	100.00	0.76	15.07	100.00	2.54	13.67
สหราชอาณาจักร	100.00	0.77	8.09	100.00	1.77	3.64
เยอรมันตะวันตก	100.00	4.40	16.62	100.00	8.17	4.72
สเปน	100.00	2.71	29.22	100.00	1.19	27.93
สหรัฐอเมริกา	100.00	18.56	77.82	100.00	22.28	61.76
แคนาดา	100.00	0.12	48.18	100.00	2.36	47.20
รวม	100.00	11.68	56.13	100.00	14.44	42.98

ความสามารถในการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาดของโทบจันปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกจันปี 2527-2529 (S_{1T}) = $0.1163 \times 108,713.99 = 12,697.79$

ส่วนแบ่งตลาดของโทบจันปี 2524-2526 ในตลาดทั้งหมด ณ ระดับการส่งออกจันปี 2527-2529 (S_{2T})^{1/} = 2,661.08

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์จันปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกจันปี 2527-2529 (S_{1P}) = $0.5613 \times 108,713.99 = 61,021.16$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์จันปี 2524-2526 ในตลาดทั้งหมด ณ ระดับการส่งออกจันปี 2527-2529 (S_{2P})^{2/} = 32,781.94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากภายใน		จากผลิตภัณฑ์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	4,543.18	100.00	-6,928.66	-100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	1,542.31	33.95	7,413.83	107.00
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	13,037.58	286.97	13,869.73	200.57
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-10,036.71	-220.92	-28,239.22	-407.57

$$\text{หมายเหตุ } 1/ = (0.1858 \times 14,133.33) + (0.0012 \times 227.67) + (0.0077 \times 276.00) + (0.0076 \times 279.33) + (0.044 \times 557.33) + (0.0271 \times 223.00)$$

$$2/ = (0.7782 \times 39,132.33) + (0.4018 \times 4,539.00) + (0.0819 \times 570,67) + (0.1507 \times 1,503.67) + (0.1662 \times 322.00) + (0.2911 \times 611.00)$$

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดต่างๆ ประเทศไทยได้เปรียบคู่แข่งชั้น คือ ประเทศฟิลิปปินส์ ในด้านการแข่งขัน เนื่องจากสาเหตุ ดังนี้

1. ฟิลิปปินส์มีปัญหาด้านการผลิต การเมือง ทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย ส่วนไทยกลับมีความพร้อมทั้งทางด้านการผลิตและแรงงาน
2. ราคาสินค้าของไทยยังถูกเมื่อเทียบกับคู่แข่งชั้น จากการช่วยเหลือของภาครัฐบาลที่สนับสนุนการส่งออก
3. การปรับค่าเงินของไทย

ในด้านการขยายขนาดนั้นฟิลิปปินส์ได้เปรียบไทยมาก โดยเฉพาะในตลาดกลุ่มยุโรป เนื่องจาก

1. สินค้าฟิลิปปินส์เป็นที่รู้จักในตลาด และมีบริษัทแม่ของสหรัฐเข้ามาลงทุนถึงสองรายในขณะที่ไทยมีเพียงรายเดียว
2. มาตรฐานของไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับในตลาด
3. กำลังการผลิตของฟิลิปปินส์สูงแม้ว่าจะเกิดปัญหาภายในประเทศ อีกทั้งบริษัทแม่ก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการตลาด

แนวทางการขยายขนาดตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ส่งเสริมการขายโดยเน้นที่รัฐจอร์เจียและอลาบามา เนื่องจากมีผู้บริโภคมาก และควรจะทำก่อนช่วงฤดูหนาว ผู้บริโภคนิยมจะจับจ่ายน้ำสับประรดในช่วงฤดูหนาวเป็นอาหารว่าง และมีการสนับสนุนให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมน้ำสับประรดมากขึ้น หรือเพิ่มกำลังการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ในตลาดแคนาดาต้องเน้นที่ธุรกิจเบเกอร์รี่ เพราะใช้น้ำสับประรดเป็นวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งบริโภคถึงร้อยละ 95 ของการบริโภคทั้งหมดในประเทศ และ หากการส่งเสริมการขายโดยเน้น ที่รัฐ-Ontario และ Quebec เพราะมีประชากรถึงร้อยละ 60 ในตลาดกลุ่มยุโรป ต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์มากขึ้น ปรับปรุงคุณภาพ รสนิยม ทราบถึงข่าวสารทางการตลาดเพื่อเป็นแนวทางการผลิตต่อไป ส่วนในตลาดญี่ปุ่นจะพบว่า ญี่ปุ่นมีการนำเข้าสับประรดแช่แข็งมากเพื่อนำไปผลิตน้ำสับประรดค่อ สินค้าไทยเพิ่งเริ่มเข้าตลาด ทำให้การส่งออกของไทยน้อย แต่แนวโน้มการนำเข้าของญี่ปุ่นมากขึ้นซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อโควตาในปี 2531-2532 ดังนั้นการที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาด จะต้องจัดแสดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนค่างของาทยาฬเห็นฟูรก มลคสนค่างทำค้มาตราสวน และหาคคททางการบรโภค
เช่น รสนิยม ทึบห่อ เป็นค้ัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมการแปรรูปน้ำดิบประด โดยการแปรรูปวัตถุดิบจากสับประด หรือกากสับประดที่เหลือจากการผลิตสับประดกระป๋องผลิตได้ภายในประเทศ เป็นน้ำดิบประดนั้น รัฐบาลได้ให้ความสำคัญ จะเห็นได้จากกาหนดนโยบายหลักที่จะสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการแปรรูปจากวัตถุดิบการเกษตรภายในประเทศ เพื่อการส่งออก เป็นการเพิ่มมูลค่า (value added) จากการส่งออกน้ามาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศปีหนึ่งเป็นจำนวนถึง 450 ล้านบาท นอกจากนี้แล้วยังช่วยทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นและกระจายรายได้ไปสู่ชนบท เพื่อช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมการผลิตกระป๋อง กุ้ง ปลาสด และยังเป็นกันชน (buffer) ที่ดี หากให้สามารถควบคุมปริมาณและรักษาคุณภาพของสับประดไม่ให้น้ำเสีย

ในด้านตลาดต่างประเทศ ปริมาณการส่งออกน้ำดิบประดของไทยเพิ่มขึ้นจาก 2,408.72 เมตริกตันในปี 2520 เป็น 28,200 เมตริกตันในปี 2530 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 1,070.75 ประเทศที่เป็นลูกค้าที่สำคัญอันดับแรก สหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก สเปน ซาอุดีอาระเบีย ญี่ปุ่น และนิวซีแลนด์ โดยเฉพาะตลาดในกลุ่มอเมริกาเหนือ ปริมาณการนำเข้ารวมกันประมาณร้อยละ 80 ของการส่งออกน้ำดิบประดทั้งหมดของประเทศไทย ตลาดกลุ่มยุโรปเป็นกลุ่มประเทศลูกค้าสำคัญรองจากกลุ่มอเมริกาเหนือ มีปริมาณนำเข้าร้อยละ 15 ของการส่งออกน้ำดิบประดของไทยทั้งหมด ส่วนอีกร้อยละ 5 เป็นกลุ่มประเทศลูกค้าอื่น ๆ ซึ่งกระจายตัวอยู่ที่ทวีปแอฟริกาตะวันออกกลางและเอเชีย สำหรับประเทศที่เป็นคู่แข่ง

ชั้นงานการส่งออกน้ำดิบประดของไทยที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศเคนยา โดยฟิลิปปินส์เป็นคู่แข่งชั้นงานทุกตลาด เคนยาเป็นคู่แข่งชั้นงานตลาดยุโรป โดยเฉพาะตลาดประเทศสหราชอาณาจักรและเยอรมันตะวันตก ในอนาคตประเทศไทยจะสามารถส่งออกน้ำดิบประดได้มากขึ้น โดยเฉพาะประเทศสังคมนิยมเช่น รัสเซียและ

งานตลาดประเทศญี่ปุ่น ส่วนประเทศอเมริกาเหนือ ความต้องการก็ยังคงเพิ่มขึ้น ส่วนตลาดกลุ่มยุโรปก็มีการส่งเสริมและสนับสนุนกันอย่างจริงจัง ก็สามารถขยายส่วนแบ่งงานตลาดได้มากขึ้น

แม้ว่ารัฐบาลจะให้การสนับสนุนแต่ปรากฏว่าในช่วงระยะเวลาดังกล่าวต้องประสบปัญหาบางประการ เช่น ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ปัญหาด้านตลาดปัจจุบันตลาดน้ำส้มแปรรูปเพิ่มขึ้นและน้ำส้มแปรรูปกว่าครึ่งชาวสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดใหญ่ของไทยผู้ผลิตก็ยังประสบภาวะการแข่งขันกับฟิลิปปินส์และการผลิตน้ำส้มแปรรูปเพิ่มขึ้นจะผลิตขึ้นตามใบสั่งซื้อของลูกค้า ฉะนั้น ถ้าผู้ผลิตและผู้ส่งออกไม่ได้รับคำสั่งซื้อก็จะไม่ทำการผลิต เพราะสินค้าชนิดนี้ถ้าเก็บไว้นานจนเกินไปจะมีคุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มแปรรูปของไทยโดยพิจารณาเป็นรายประเทศ ผลจากการขยายขนาดตลาดทำให้ไทยได้ประโยชน์ในตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เยอรมันตะวันตก สเปน และญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 70.81, 102.16, 90.98, 83.65, 59.23, 94.63 และ 162.42 ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่าความสามารถในการค้าของไทยแข็งแกร่งงานตลาดสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ สเปน และญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งคือ ฟิลิปปินส์ แต่ด้านการขยายขนาดตลาดไทยยังเสียเปรียบฟิลิปปินส์งานทุกตลาด ดังนั้นควรจะมีนโยบายให้ความสำคัญงานตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการขยายการส่งออกไปยังตลาดเหล่านี้ โดยการเพิ่มประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางงานตลาด

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มแปรรูปของไทยแยกพิจารณาเป็นกลุ่มประเทศ ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการขยายขนาดตลาดในกลุ่มอเมริกาเหนือและกลุ่มยุโรปเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.66 และ 14.90 ตามลำดับ ส่วนผลการแข่งขันของไทยงานตลาดดังกล่าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 332.54 และ 128.44 ตามลำดับ สำหรับผลการกระจายตัวของตลาดลดลงคิดเป็นร้อยละ -240.20 และ -43.34 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งคือประเทศฟิลิปปินส์ ไทยประสบผลสำเร็จงานด้านการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนในกลุ่มอเมริกาเหนือ แต่ต้องให้ความสำคัญในด้าน การขยายขนาดตลาดให้มากขึ้น เนื่องจากยังมีสัดส่วนการนำเข้าจากไทยน้อยมาก ส่วนตลาดในกลุ่มยุโรป ประเทศไทย ต้องเพิ่มความสามารถในการค้ามากขึ้น เนื่องจากผลการแข่งขัน ไทยยังเสียเปรียบ เม็กซิโก ซึ่งทั้งต้องให้ความสำคัญกับการขยายขนาดตลาดด้วย จะเห็นว่าว่ากลุ่มยุโรป เป็นกลุ่มประเทศลูกค้าที่เม็กซิโกให้ความสำคัญมากที่สุดมากกว่าการแข่งขัน จึงควรจะมีกลยุทธ์ทางการตลาดส่งออกให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ส่วนผลการกระจายตัวนั้น ควรจะเจาะ ตลาดแคนาดา เมอร์มันตะวันตก และสเปนมากขึ้น

นอกจากนี้การกระจายสินค้าให้กว้างขวางออกไปยังให้กระจุกทั้งใน ตลาดใดตลาดหนึ่งก็เป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะการขยายตลาดไปยัง แคนาดา เมอร์มัน ตะวันตก และสเปน ซึ่งยังมีความต้องการอีกมาก

ผลการวิเคราะห์ที่ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าสินประรดไทยโดยรวมประเทศนำเข้า ที่สำคัญทั้งหมดได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน เนเธอร์แลนด์ เมอร์มันตะวันตก สเปน สหรัฐ อเมริกาและแคนาดา การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยเพิ่มขึ้นโดยเป็น ผลมาจากการแข่งขันในตลาดเป็นส่วนนำหลัก คิดเป็นร้อยละ 286.97 ส่วนผลการขยาย ขนาดตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.95 แต่ผลการกระจายตัวของตลาดกลับลดลงเป็นร้อยละ 220.92 เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเม็กซิโกแล้วไทยได้ประโยชน์จากผลการขยาย ขนาดตลาดน้อยมาก ด้วยเหตุที่สินค้าเม็กซิโกเป็นที่รู้จักในตลาดโลก ดังนั้นประเทศไทย จึงต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้าให้มากขึ้นซึ่งจะทำให้การส่งออกของไทยได้มากขึ้น ส่วนด้านการแข่งขันในตลาดนับว่าประสบผลสำเร็จอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้นโยบาย เช่น การลดภาษีอากรเพื่อการส่งออก การลดค่าเงิน การลดดอกเบี้ยเงินกู้ แต่ความสามารถในการกระจายสินค้าของประเทศไทยยังต้องปรับปรุงแก้ไข เพื่อไม่ให้ เกิดการกระจุกตัวของสินค้านำเข้าในตลาดยุโรป และประเทศแคนาดา โดยการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับผู้ส่งออก เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสินค้า และ ทิศทางการบริโภคของประเทศลูกค้าได้ถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาภาวะการผลิต การตลาด และการส่งออกน้ำส้มประด ของไทย รวมทั้งการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประดของไทย ในตลาดลูกค้าที่สำคัญ ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการเพิ่มปริมาณ การส่งออก และการขยายขนาดตลาดส่งออกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น สามารถสรุป และเสนอแนะประเด็นสำคัญดังนี้

1. จากการศึกษาการส่งออกน้ำส้มประดของไทย พบว่า ตลาดน้ำ ส้มประดของไทยในต่างประเทศมีกระจุกตัวในตลาดกลุ่มยุโรปและอเมริกาเหนือ สำหรับตลาดอื่นๆ ไทยยังส่งออกน้อยประมาณร้อยละ 10 ของการส่งออกทั้งหมด แนวโน้มขยายที่ควรนำมาพิจารณาในการขยายขนาดตลาด เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งให้มากขึ้นนั้น คือขยายตลาดน้ำส้มประดไปยังกลุ่มประเทศสังคมนิยม เช่นยุโรปตะวันออก รัสเซีย เป็นต้น กลยุทธ์ทางการนำเข้าตลาดเหล่านี้ต้องพิจารณาวิธีการเมืองโดยรัฐบาลติดต่อก่อนเพื่อเปิดประตูการค้าทางการที่จะกำหนดคู่ทางที่เหมาะสมต่ออบ หน่วยงานราชการของกระทรวงพาณิชย์ ควรให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการตลาดที่ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความนิยมของผู้บริโภค เพิ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกจะได้อผลิต สินค้าตรงตามความต้องการของตลาด

2. จากผลการศึกษาส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มประดในตลาดต่างๆ แล้ว ประเทศไทยยังได้ประโยชน์จากผลกาขยายขนาดตลาดน้อยเมื่อเทียบกับประเทศ พิลิปินส์ ในการส่งออกของไทยนอกจากจะต้องอาศัยการค้าเป็นงานอย่างมีประ สิทธิภาพของภาคเอกชนแล้วรัฐบาลควรสนับสนุนโดยเริ่มลำดับตามความสำคัญ ด้านต่างๆ งานอื่นที่จะเพิ่มการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดโดยเหมาะสมในด้านกา ขยายขนาดตลาดได้เป็นอย่างดี พอสรุปได้ดังนี้

2.1 รัฐบาลควรลดขั้นตอนการส่งออกที่ยุ่งจำเป็น มีการจัดระบบ การเก็บภาษีขาเข้า-ขาออกที่สะดวกยิ่งขึ้น โดยไม่เก็บซ้ำซ้อนและลดภาษีที่ยุ่ง

เป็น

2.2 ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศมากขึ้น และควรมีการจัดแสดงสินค้าที่บ่อยยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ควรจัดหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรง เกี่ยวกับข้อมูลต่างประเทศ ที่ใกล้ชิด เคียง ราวค เร็วและทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน

3. ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะให้ความช่วยเหลือกับผู้ส่งออกในด้านต่างๆ เช่น การลดภาษีนำเข้า เครื่องจักร การลดภาษีสินค้าส่งออก เป็นต้น แต่ในด้าน การผลิตน้ำตาลปีบประดชนิดเข้มข้น จำเป็นต้องงใช้กระแสไฟฟ้ามาก รัฐบาลจึงควรจะมี มาตรการขทวอนการลดค่าไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรม เพื่อ เป็นการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มความสามารถในการส่งออกด้านการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะ เป็นหนทาง หนึ่งในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดญี่ปุ่น เยอรมัน ตะวันตก และนิวซีแลนด์

4. ประเทศลูกค้าของไทยต่างก็มี ภูมิประเทศ รายได้ รสนิยม การศึกษาที่แตกต่างกัน จึงเป็นเหตุทำให้การช้กลยุทธ์ทางการตลาดในแต่ละ ประเทศต่างกันไปด้วย เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกของไทย อนาคตค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ที่จ้ใช้ในตลาดกลุ่มอเมริกาเหนือจะต้อง เน้นที่คุณภาพตามมาตรฐาน F.A.O.^{1/} ต้องอาศัยตัวแทนจำหน่าย นายหน้า หรือบริษัท ชื้อขาย ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลาดกลุ่มยุโรปเน้นสินค้าราคาถูก คุณภาพปานกลาง และต้องอาศัยตัวแทนจำหน่าย นายหน้า ช่วยประชาสัมพันธ์ในการ เข้าตลาดนี้ ตลาดกลุ่มเอเชีย โดยเฉพาะญี่ปุ่นเน้นคุณภาพมาก และอาศัยตัว แทนจำหน่ายช่วยประชาสัมพันธ์ และกลุ่มตะวันออกกลาง คุณภาพปานกลาง ราคาต่ำ และต้องอาศัยตัวแทนจำหน่ายช่วยส่งเสริมการขาย จากการใช้กลยุทธ์ ดังกล่าวจะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

^{1/} สมอ. ประกาศใช้ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน ตั้งแต่ปี 2516 และ ได้ดำเนินการตามราชกฤษฎีกา กำหนดให้เป็นไปตามมาตรฐาน ซึ่งบังคับใช้ตั้ง- ตั้งแต่ปี 2519 เพื่อความเหมาะสม สมอ. ได้ปรับปรุงมาตรฐาน ในปี 2530 โดย มาตรฐานน้ำตาลปีบประดสอดคล้องกับมาตรฐาน Codex และ F.D.A. ของสหรัฐ- ของสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กมลลักษณ์ ทัศนกุล . 2529 . " กลยุทธ์ในการส่งเสริมและขยายตลาดผลไม้ใน
ต่างประเทศ " . วารสารธนาคารกรุงเทพ . 18 (มกราคม 2529) :
น. 34-41.

_____ . 2527 . " อาหารกระป๋องเพื่อการส่งออก " . วาร-
สารเศรษฐกิจการธนาคารกรุงเทพ จำกัด . 16 (เมษายน 2527) : น. 23-30

กรมพาณิชย์สัมพันธ์ . 2526 . รายงานเรื่องการสำรวจผักและผลไม้กระป๋อง .

_____ . 2525 . รายงานเรื่องน้ำสับปะรดเข้มข้น .

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2526 . วิธีการส่งออกน้ำสับปะรดกระป๋อง ปี 2526
และแนวโน้ม ปี 2527 .

_____ . 2530 . น้ำสับปะรดกระป๋อง .

กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม . 2526 . รายงานเรื่องภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
เฉพาะประเภท .

จารุพันธ์ ทองแถม . 2526 . สับปะรดและอุตสาหกรรมสับปะรดในประเทศไทย .
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อักษรนิเทศ .

จินตนา ศรีตอกุล . 2529 . " สีน้ขาวเข้าหมาย 199 ชนิด มีความหวังแค่ไหน " .

วารสารเกษตรอุตสาหกรรม . 2 (สิงหาคม 2529) : น. 31-36 .

ทอง ภัคศรีพันธ์ . 2525 . ผลการวิจัยเรื่องการนำเข้าประโยชน์ส่วนเหลือสับปะรด
เพื่อผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้นแช่แข็ง . กระทรวงวิทยาศาสตร์ .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร .2529. " แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อส่งออกของไทย. วารสาร ช.ก.ส. . (เมษายน-กันยายน 2529) : น. 28-36 .

นิรนาม .2530. " การพัฒนาอุตสาหกรรมทศวรรษแห่งการก้าวไปสู่ยุค " วารสารสวนเศรษฐกิจ . (สิงหาคม 2530) : น. 11 .

บริษัท อินเตอร์เนชันแนล บิสซิเนส รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด .2529. คู่มือพ่อค้าส่งออก . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ .

ประเจิด สิ้นทรัพย์ .2525. ผลการวิจัยปัญหาการผลิตและตลาดลึบปะรดกระป๋องของไทย . สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย .

พรสวรรค์ ศรแมน . 2523. ผลวิจัยเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมเฉพาะประเภทหมวดอุตสาหกรรมแปรรูป . สมาคมนักวิจัยมหาวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ .

ศิริวัฒน์ อางเสรี และชานน รัตนารเหะ . 2529 . " ปัญหาและแนวทางอุตสาหกรรมผักและผลไม้กระป๋อง. วารสาร ช.ก.ส. . (เมษายน-กันยายน2529) : น. 1-10 .

สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ .2530. "สภาวะอาหารกระป๋องไทย " . วารสารบริหารธุรกิจ . 11(ตุลาคม-ธันวาคม2529) : น.100-113 .

อมร ภูมิรัตน์ . 2509 . จะทำอุตสาหกรรมมีปราคาดีหรือไม่ในประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา . (มอบแต่หลวงประดิษฐ์คณี งานพระราชทานเนลิ่งคณ เมื่อ 9 มีนาคม 2509) .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกวุฒิ สหายา . 2531 . การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์
 ลับประดของประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนิพนธ์ปริชชาาท,
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

Anonymous . 1987 . " Fruit juice concentrates Industrial
 fruits " . Food News . (July,31,1987) : p.16 .

Department of Custom .1977-1987. Foreign Trade Statistics
 of Thailand .

_____ .1981-1987. Foreign Trade Statistics
 of United Kingdom .

Department of Statistics.1982-1986. Japan Trade Statistics;
 Imports and Export .

_____ .1981-1986. Singapore Trade Statis-
 tics ; Import and Export .

International Trade Centre UNLTAD/GATT .1987. Fruit juice
in the United kingdom .

_____ .1985. The World Market for Fuite juice .

Tropical Development and Research Institute.1984.The world
market for Canned pineapple and pineapple juice .

U.S. Department of Agricultural , Economics and Statistics
 Service.1970-1985. Fatus . Ministry of Agriculture ,
 The United State of America .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 ปริมาณนำเข้าน้ำดื่มประรดของประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา

	สหรัฐอเมริกา ^{1/}			แคนาดา ^{2/}		
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์
2524	67850.00	11661.00	54376.00	14856.00	34.00	7322.00
2525	62049.00	10082.00	50240.00	15611.00	7.81 ^{3/}	5368.00
2526	44715.00	10705.00	31266.00	8630.00	6.63 ^{3/}	3020.00
เฉลี่ย	58204.67	10816.00	45294.00	13032.33	16.15	5236.67
2527	49143.00	10647.00	32005.00	12672.00	251.00	5063.00
2528	66130.00	13079.00	40087.00	8224.00	410.00	4764.00
2529	75002.00	18674.00	45305.00	7955.00	22.00	3790.00
เฉลี่ย	63425.00	14133.33	39132.33	9617.00	227.67	4539.00

ที่มา : ^{1/} (U.S. department of Agricultural, 1981-1986)

^{2/} (microfiche จาก ESCAP)

^{3/} (Department of Statistics, Thailand Trade Statistics December, 1982-1983)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำดื่มประคอง
ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2524-2526 และ ปี
2527-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)		ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)		
	รวม	จากไทย	รวม	จากฟิลิปปินส์	
สหรัฐอเมริกา	58204.67	10816.00	45294.00	63425.00	
ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด	100.00	18.58	77.82	100.00	
ความสามารถในการส่งออก					
ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_T)					
				$S_T = 0.1858 \times 63425 = 11784.37$	
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_P)					
				$S_P = 0.7782 \times 63425 = 49357.34$	
การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด		จากไทย		จากฟิลิปปินส์	
		ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด		3317.33	100.00	-6161.67	-100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด		968.37	29.19	4063.34	65.95
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน		2348.96	70.81	-10255.01	-165.95
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย		-	-	-	-

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดรายปีของบริษัทมหาชน
มหาชนตลาดแคนาดา ระหว่างปี 2524-2526 และ ปี
2527-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)			ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)		
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์
แคนาดา	13032.33	16.15	5236.67	9617.00	227.67	4539.00
ร้อยละของ ส่วนแบ่งตลาด	100.00	0.12	40.18	100.00	2.36	47.20
<u>ความสามารถในการส่งออก</u>						
ส่วนแบ่งตลาดของรายชำนปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกชำนปี 2527-2529 (S_T)						
	$S_T = 0.0012 \times 9617 = 11.54$					
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ชำนปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกชำนปี 2527-2529 (S_P)						
	$S_P = 0.4018 \times 9617 = 3,864.11$					
การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์			
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ		
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	211.52	100.00	-697.67	-100.00		
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	-4.61	-2.18	-1372.56	-196.73		
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	216.13	102.18	674.89	96.73		
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-	-	-	-		

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 ปริมาณนำเข้าสินค้าประเภทของประเทศไทยจากอาณานิคมและเนเธอร์แลนด์ ระหว่างปี 2524-2526 และ
ปี 2527-2529

	สหราชอาณาจักร ^{1/}				เนเธอร์แลนด์ ^{2/}			
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากเคนยา	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากเคนยา
2524	12,890.00	16.00	870.00	1,313.00	3,686.00	16.00	956.00	1,257.00
2525	12,985.00	58.00	1,465.00	1,710.00	5,611.00	48.00	960.00	1,876.00
2526	15,030.00	241.00	1,014.00	1,420.00	8,679.00	72.00	793.00	2,216.00
เฉลี่ย	13,637.67	105.00	1,116.33	1,481.00	5,992.00	45.33	903.00	1,783.00
2527	16,094.00	319.00	1,049.00	1,698.00	11,149.00	378.00	1,940.00	2,195.00
2528	16,978.00	253.00	340.00	4,501.00	10,100.00	404.00	512.00	1,550.00
2529	13,918.00	262.00	323.00	2,941.00	11,752.00	56.00	2,005.00	2,684.00
เฉลี่ย	15,663.00	278.00	570.67	3,046.67	11,000.33	279.33	1,503.67	2,143.00

ที่มา : ^{1/} (Department of Statistics, United Kingdom Trade Statistics ,1981-1986)

^{2/} (microfiche จากกรมพาณิชย์สัมพันธ์)

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดนิสเบรตของไทยในตลาดสหราชอาณาจักร ระหว่างปี 2524-2526 และ ปี 2527-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)			ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)			
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์ จากเคนยา	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์ จากเคนยา	
สหราชอาณาจักร	13,637.67	105.00	1,116.33 1,481.00	15,663.33	278.00	570.67 3,046.67	
ร้อยละส่วนแบ่งตลาด	100.00	0.77	8.19 10.86	100.00	1.77	3.64 19.45	
<u>ความสามารถในการส่งออก</u>							
ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_T)	$= 0.0077 \times 15,663.33 = 120.61$						
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_P)	$= 0.0819 \times 15,663.33 = 1,282.83$						
ส่วนแบ่งตลาดของเคนยาในปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_K)	$= 0.1086 \times 15,663.33 = 1,701.04$						
<u>การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด</u>							
		จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากเคนยา	
		ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด		173.00	100.00	-545.66	100.00	1,565.67	100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด		15.61	9.02	166.50	30.51	220.04	14.05
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน		157.39	90.98	-712.16	-130.51	1,345.63	85.95
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย		-	-	-	-	-	-

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำดื่มประดของวิทยานตลาดเนเธอร์แลนด์ ระหว่างปี 2524-2526 และ ปี 2527-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)				ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)			
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากเคนยา	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากเคนยา
เนเธอร์แลนด์	5,992.00	45.33	903.00	1,783.00	11,000.33	279.33	1,503.67	2,143.00
ร้อยละส่วนแบ่งตลาด	100.00	0.76	15.07	29.76	100.00	2.54	13.67	19.48
<u>ความสามารถในการส่งออก</u>								
ส่วนแบ่งตลาดของวิทยานปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_T)	$= 0.0076 \times 11,000.33 = 83.60$							
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_P)	$= 0.1507 \times 11,000.33 = 1,657.75$							
ส่วนแบ่งตลาดของเคนยาปี 2524-2526 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_K)	$= 0.2976 \times 11,000.33 = 3,273.70$							
<u>การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด</u>								
		จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากเคนยา		
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	234.00	100.00	600.67	100.00	360.00	100.00		
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	38.27	16.35	754.75	125.65	1,490.70	414.08		
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	195.73	83.65	-154.08	-25.65	-1,130.70	-314.08		
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-	-	-	-	-	-		

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 31 ปริมาณนำเข้าขั้นต้นประเภทของประเทศเยอรมันตะวันตกและสเปน
 านปี 2524-2529

	เยอรมันตะวันตก ^{1/}			สเปน ^{2/}		
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์
2524	2,052.00	62.00	415.00	1,988.00	100.00	327.00
2525	2,378.00	142.00	563.00	1,366.00	33.00	258.00
2526	3,947.00	165.00	414.00	2,184.00	17.00	1,330.00
เฉลี่ย	2,792.33	123.00	464.00	1,846.00	50.00	539.33
2527	6,142.00	366.00	309.00	1,789.00	67.00	626.00
2528	6,942.00	632.00	255.00	1,855.00	96.00	601.00
2529	7,377.00	674.00	402.00	2,900.00	506.00	606.00
เฉลี่ย	6,820.33	557.33	322.00	2,188.00	223.00	611.00

ที่มา: ^{1/} (Monograph on Trade Channels , 1987)

^{2/} (microfiche จากกรมพาณิชย์สัมพันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำดื่มประรดของ
ไทยนิตลาดเยอรมันตะวันตก ระหว่างปี 2524-2526 และ
ปี 2527-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2524-2526 (เฉลี่ย)			ปริมาณนำเข้าในปี 2527-2529 (เฉลี่ย)		
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์
เยอรมันตะวันตก	2,792.33	123.00	464.00	6,820.33	557.33	322.00
ร้อยละของส่วนแบ่งตลาด	100.00	4.40	16.62	100.00	8.17	4.72
ความสามารถในการส่งออก						
ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_T)	$S_T = 0.0440 \times 6,820.33 = 300.09$					
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกในปี 2527-2529 (S_P)	$S_P = 0.1662 \times 6,820.33 = 1,133.54$					
การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์			
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ		
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	434.33	100.00	-142.00	-100.00		
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	177.09	40.77	669.54	471.51		
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	257.24	59.23	-811.54	-571.51		
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-	-	-	-		

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดนํ้าส้มปีระดของ
วิทยานตลาดสเปน ระหว่างปี 2524-2526 และปี 2527-2529

ปริมาณนำเข้างานปี 2524-2526 (เฉลี่ย)		ปริมาณนำเข้างานปี 2527-2529 (เฉลี่ย)			
รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์
สเปน					
1,846.00	50.00	539.33	2,188.00	223.00	611.00
ร้อยละของส่วนแบ่งตลาด					
100.00	2.71	29.22	100.00	10.19	27.93
ความสามารถในการส่งออก					
ส่วนแบ่งตลาดของวิทยานปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529 (S_T)			ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529 (S_P)		
$S_T = 0.0271 \times 2,188.00 = 59.29$			$S_P = 0.2922 \times 2,188.00 = 639.33$		
การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด		จากไทย		จากฟิลิปปินส์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	173.00	100.00	71.67	100.00	
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	9.29	5.37	100.00	139.53	
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	163.71	94.63	-611.40	-39.53	
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-	-	-	-	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำดื่มประตของ
วิทยานุศาสตร์ระหว่างปี 2528 และปี 2529

	ปริมาณนำเข้างานปี 2528		ปริมาณนำเข้างานปี 2529	
	รวม	จากไทย	รวม	จากไทย
ปริมาณนำเข้างานปี 2528				
รวม	357.00	73.00	329.00	49.00
จากฟิลิปปินส์	242.00		266.00	
ร้อยละของส่วนแบ่งตลาด				
รวม	100.00	20.45	100.00	14.89
จากฟิลิปปินส์	67.79		80.85	
ความสามารถในการส่งออก				
ส่วนแบ่งตลาดของวิทยานุศาสตร์ปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529 (S_T)				
	$S_T = 0.2045 \times 329.00 = 67.28$			
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์งานปี 2524-2526 ณ ระดับการส่งออกงานปี 2527-2529 (S_F)				
	$S_F = 0.6779 \times 329.00 = 223.03$			
การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	-24.00	100.00	24.00	100.00
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	-5.72	-23.83	-18.97	-79.04
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	-18.28	-76.17	42.97	179.04
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-	-	-	-

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น.อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 35 ปริมาณนำเข้าหนังสือประเภทของประเทศไทยปี 2526-2529

	ปริมาณนำเข้า (ตัน)			
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากออสเตรเลีย
2526	528.00	25.00	38.00	437.00
2527	675.00	4.00	197.00	441.00
เฉลี่ย	601.50	14.50	117.50	439.00
2528	1,092.00	29.00	289.00	759.00
2529	1,257.00	22.00	48.00	1,186.00
เฉลี่ย	1,174.50	25.50	168.50	975.50

ที่มา : (microfiche จากกรมพาณิชย์สัมพันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทยในตลาดนิวซีแลนด์ ระหว่างปี 2526-2527 และ ปี 2528-2529

	ปริมาณนำเข้าในปี 2526-2527 (เฉลี่ย)				ปริมาณนำเข้าในปี 2528-2529 (เฉลี่ย)			
	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากออสเตรเลีย	รวม	จากไทย	จากฟิลิปปินส์	จากออสเตรเลีย
นิวซีแลนด์	601.50	14.50	117.50	439.00	1,174.50	25.50	168.50	975.50
ร้อยละส่วนแบ่งตลาด	100.00	2.41	19.53	72.98	100.00	2.17	14.35	83.06
ความสามารถในการส่งออก								
ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2526-2527 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2528-2529 (S_T) = $0.0241 \times 1,174.50 = 28.31$								
ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2526-2527 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2528-2529 (S_P) = $0.1953 \times 1,174.50 = 222.28$								
ส่วนแบ่งตลาดของเคนยาในปี 2526-2527 ณ.ระดับการส่งออกในปี 2528-2529 (S_A) = $0.7298 \times 1,174.50 = 857.15$								
การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากฟิลิปปินส์		จากออสเตรเลีย			
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	11.00	100.00	51.00	100.00	536.50	100.00	100.00	
การเปลี่ยนแปลงจากขนาด	13.81	125.55	111.88	219.37	418.15	77.94	77.94	
การเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขัน	-2.81	-25.55	-60.88	-119.37	118.35	22.06	22.06	
การเปลี่ยนแปลงจากการกระจาย	-	-	-	-	-	-	-	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

