



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

A Study on Export of Thai Frozen Cephalopod to Japan

ของ

นางสาวนพมาศ รัตนะชัยกุล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

..10.11.36

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนนชัย)

กรรมการปัญหาพิเศษ

..10.11.36

(อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

หัวหน้าภาควิชาฯ

..10.11.36

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

ฉ.พ.

๒๑๗๙๗

๒๕๓๖

**สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง**

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปประเทศญี่ปุ่น  
A Study on Export of Thai Frozen Cephalopod to Japan



T097998

โดย

นางสาวนพมาศ รัตนะชัยกุล

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ปพ.

พ.ศ. 2536

๗๑๗๙ ก

2536

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน.....  
วันเดือนปี.....

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

โดย : นางสาวนพมาศ รัตนะชัยกุล

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ :  , 10.1.พ.ศ. 2536

(รังสรรค์ โนนชัย)

ปลาหมึกสดแช่แข็งเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำส่งออกที่สำคัญชนิดหนึ่งทำรายได้ให้กับประเทศไทยปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนหลายพันล้านบาท และมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งเมื่อพิจารณาการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยแยกตามประเทศปลายทางในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า ปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่ไทยส่งออกไปจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ส่วนแบ่งตลาดของไทยในญี่ปุ่นยังอยู่ในระดับต่ำ คือ เพียงร้อยละ 10 เท่านั้น ดังนั้นจึงสมควรที่จะศึกษาถึงส่วนแบ่งตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงและหาแนวทางให้การส่งออกมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเรื่องนี้ เพื่อศึกษาการตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในประเทศญี่ปุ่น พร้อมกับเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด และขยายการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยให้มากขึ้น

ในด้านตลาดต่างประเทศปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยได้เพิ่มจาก 39,831 ตัน ในปี 2524 เป็น 62,460 ตัน ในปี 2534 โดยมีประเทศลูกค้าที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น จะเห็นได้จากในปี 2534 ไทยส่งออกไปญี่ปุ่นร้อยละ 43.73 ถึงแม้ว่าปริมาณ

การส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นก็ตาม แต่ก็มีปัญหาด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ได้แก่ การกีดกันทางการค้าโดยการตั้งมาตรฐานสินค้าให้สูงขึ้น ด้านการบริการข่าวสารการค้าของไทยยังล่าช้าไม่ต่อเนื่องทำให้ไทยต้องเสียโอกาสทางการตลาดเป็นจำนวนมาก ตลอดจนปัญหาคุณภาพที่ญี่ปุ่นเน้นเกี่ยวกับเชื้ออหิวาต์เป็นอย่างมาก ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่รัฐบาลและภาคเอกชนผู้ส่งออกต้องร่วมมือกันแก้ไขให้หมดไป เพื่อให้สามารถส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งได้มากขึ้น อันจะนำมาซึ่งภาวะเศรษฐกิจที่ดีของประเทศ จากผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึง ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย โมร็อกโค และมอนริตาเนีย ในตลาดญี่ปุ่น คือ ผลที่เกิดจากการขยายขนาดตลาดของไทย โมร็อกโค และมอนริตาเนีย มีค่าเท่ากับร้อยละ -247.68 , -31.72 และ -89.85 ตามลำดับ ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดญี่ปุ่นของไทย โมร็อกโค มอนริตาเนีย มีค่าเท่ากับร้อยละ 147.687 , 131.72 และ -10.15 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ โมร็อกโค และมอนริตาเนีย แล้วจะเห็นว่าประเทศไทยได้เปรียบในด้านการแข่งขัน แต่ในด้านการขยายขนาดตลาดประเทศไทยยังเสียเปรียบประเทศคู่แข่ง

แนวทางในการพัฒนาการส่งออกและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ควรเน้นด้านนโยบายพัฒนาคุณภาพ ศึกษาพฤติกรรมทางการส่งออกของคู่แข่งชั้น การประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่นอย่างแพร่หลาย เพื่อเพิ่มผลจากการขยายขนาดตลาด ตลอดจนการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพของภาคเอกชน รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐบาล

## คำนิยม

ในการศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือ  
ให้คำแนะนำปรึกษา รวมทั้งตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากผศ. ริงสรรค์ โนชัย และ  
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งได้  
ให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับการเรียบเรียงปัญหาพิเศษ ทำให้การศึกษาค้นคว้า  
สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้ง 2 ท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ซึ่งเป็นที่เคารพรักและสนับสนุน  
พร้อมทั้งให้กำลังใจในการศึกษาตลอดมา นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณพี่โบว์ น้องจอย และเพื่อน  
ทุกคนที่มีส่วนช่วยเหลือให้ปัญหาพิเศษเรื่องนี้สำเร็จไปด้วยดี

นพมาศ รัตนะชัยกุล

พฤศจิกายน 2536

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตของการศึกษา	7
วิธีการศึกษา	8
บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี	10
การตรวจเอกสาร	10
แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	12
บทที่ 3 การผลิต การตลาด และการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของประเทศไทย	16
ภาวะการผลิตของโลก	16
ภาวะการผลิตและการตลาดปลาหมึกของไทย	17
การผลิตปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย	24
การตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย	30
ปัญหาการผลิตและการตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย	37
บทที่ 4 การตลาดและการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของประเทศไทย	42
ลักษณะทั่วไปของตลาดปลาหมึกสดแช่แข็ง	42
การผลิตภายในประเทศ	42
ลักษณะการบริโภค	42
การนำเข้า	44
ระดับราคา	47



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าสินค้าส่งออก สินค้าสินค้านำเข้า และดุลการค้า สินค้านำของไทยปี 2524-2534	2
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาหมึก ปี 2527-2534	3
3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ปี 2525-2534	4
4	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยแยกตาม รายประเทศผู้นำเข้า ปี 2530-2534	5
5	ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ข้อมูล สถิติ ปีที่ 1 และ ปีที่ 2	14
6	ชนิด ปริมาณและมูลค่าของปลาหมึกที่จับได้ทั่วประเทศไทย ปี 2524-2533	19
7	จำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตสินค้าน้ำทะเลแช่แข็งเพื่อ การส่งออกจำแนกตามแหล่งที่ตั้ง	27
8	ขนาดบรรจุของปลาหมึกสดแช่แข็ง 1 กิโลกรัม	28
9	ปริมาณและมูลค่านำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ปี 2525-2534	31
10	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ปี 2534	33
11	ปริมาณการผลิต และการค้าปลาหมึกของญี่ปุ่น ปี 2528-2534	43
12	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่น ปี 2528-2535	45
13	ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็ง และปลาหมึกแห้งของ โลก ปี 2528-2532	46
14	ปริมาณการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่น ปี 2530-2535	48
15	อัตราอากรขาเข้าสำหรับปลาหมึกสดแช่แข็งที่ญี่ปุ่น เรียกเก็บ	54
16	ส่วนแบ่งตลาด และร้อยละของการเปลี่ยนแปลงปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่น	58
17	ปริมาณปลาหมึกสดแช่แข็งที่ญี่ปุ่นนำเข้าจากไทย โมร็อกโค มอนริตาเนีย	59

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
	และรวมทุกประเทศ เฉลี่ยปี 2528-2531 และปี 2532-2535	
18	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของ ไทย โมร็อกโค มอนริตาเนีย ในตลาดญี่ปุ่นระหว่างปี 2528-2531 และปี 2532-2535	60
19	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของ ไทย โมร็อกโค และมอนริตาเนียในตลาดญี่ปุ่น	62

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่แสดงจุดที่ตั้งขององค์การสะพานปลาและท่าเทียบเรือ ขององค์การสะพานปลา	20
2	วิธีการตลาดปลาหมึกสดที่สะพานปลา กทม.	22
3	วิธีการตลาดปลาหมึกสดที่สะพานปลาสมุทรสาคร	23
4	กรรมวิธีการผลิตปลาหมึกสดแช่แข็ง	29
5	วิธีการตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็ง	35
6	วิธีการตลาดปลาหมึกในญี่ปุ่น	52

บทที่ 1

บทนำ

### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การประมงเป็นสาขาหนึ่งของภาคเกษตรกรรม ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะด้านการส่งออกสินค้าสัตว์น้ำ ประเทศไทยสามารถส่งสินค้าสัตว์น้ำออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศมีปริมาณ และมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี ดังจะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกสินค้าสัตว์น้ำไทย ซึ่งได้เพิ่มจาก 7,635.3 ล้านบาท ในปี 2524 เป็น 73,958.1 ล้านบาท ในปี 2534 หรือเพิ่มขึ้นกว่า 10 เท่าตัวในระยะเวลา 10 ปี (ตารางที่ 1) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตลาดการค้าสัตว์น้ำระหว่างประเทศแล้วพบว่า ประเทศไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้าสินค้าสัตว์น้ำตลอดมา ในบรรดาสินค้าสัตว์น้ำที่ประเทศไทยส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศในแต่ละปีนั้น ปลาหมึกจัดว่าเป็นสินค้าสัตว์น้ำที่ได้รับความสนใจจากตลาดต่างประเทศ โดยในแต่ละปีประเทศไทยสามารถจับปลาหมึกได้ปริมาณรวมปีละ 1.2 - 1.3 แสนเมตริกตันโดยประมาณ ประเภทของปลาหมึกที่จับได้ประกอบด้วย ปลาหมึกกล้วย (Squid) ร้อยละ 59 ปลาหมึกกระดอง (Cuttle Fish) ร้อยละ 36 และปลาหมึกสาย (Octopus) ร้อยละ 6 สำหรับปลาหมึกที่จับได้ร้อยละ 44 จะนำมาแปรรูปเพื่อการส่งออก (สิทธิชัย และคณะ , 2531 : 40) โดยสามารถทำเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด ได้แก่ ปลาหมึกสดแช่แข็ง ปลาหมึกแห้ง และปลาหมึกแปรรูป เป็นต้น โดยที่ปลาหมึกสดแช่แข็งมีความสำคัญในการส่งออกมากที่สุด เห็นได้จากในปี 2534 ปลาหมึกสดแช่แข็งมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด คือ 5,507.9 ล้านบาท รองลงมา คือ ปลาหมึกแห้งมีมูลค่าการส่งออก 816.4 ล้านบาท และปลาหมึกแปรรูปมีมูลค่าการส่งออก 586.4 ล้านบาท (ตารางที่ 2)

ดังนั้นปลาหมึกสดแช่แข็งจึงเป็นผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำแปรรูปที่มีความสำคัญต่อการส่งออกของไทย กล่าวคือ ในปี 2525 มีมูลค่าการส่งออก 1,334.8 ล้านบาท ต่อมาในปี 2530 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 4,165.2 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 5,507.9 ล้านบาท

ตารางที่ 1 มูลค่าสินค้าสัตว์น้ำส่งออก สินค้าสัตว์น้ำขาเข้า และดุลการค้าสัตว์น้ำของไทย  
ปี 2524 -2534

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	สินค้าสัตว์น้ำส่งออก	สินค้าสัตว์น้ำขาเข้า	ดุลการค้า
2524	7,635.3	480.8	7,154.5
2525	10,033.5	647.7	9,385.8
2526	11,192.8	983.9	10,208.9
2527	13,423.4	2,019.9	11,403.5
2528	16,720.2	3,753.9	12,966.3
2529	24,678.6	7,585.6	17,093.0
2530	30,220.5	7,007.7	23,212.8
2531	41,002.2	14,584.4	26,417.8
2532	50,002.6	18,705.6	32,297.0
2533	57,800.3	20,179.5	37,620.8
2534	73,956.1	26,355.3	47,602.8

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2527-2534)

ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาหมึก ปี 2527 - 2534

(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	ปลาหมึกสดแช่แข็ง		ปลาหมึกแห้ง		ปลาหมึกแปรรูป		รวมทั้งสิ้น	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2527	42,823	1,693.2	3,919	799.7	2,361	300.9	49,103	2,793.8
2528	46,290	2,121.2	4,385	1,044.5	2,686	344.7	53,361	3,500.4
2529	58,925	3,760.8	4,887	1,044.5	4,662	726.2	68,474	5,630.9
2530	61,633	4,165.2	5,212	1,401.2	4,922	844.7	71,767	6,411.1
2531	58,764	3,890.7	4,903	1,569.2	5,281	751.5	68,948	6,211.4
2532	69,054	5,238.4	3,900	1,505.4	6,130	878.1	79,084	7,621.9
2533	62,206	4,562.4	3,983	1,036.8	4,328	630.4	70,472	6,230.1
2534	62,460	5,507.9	2,768	816.4	4,025	586.4	69,251	6,910.7

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2529-2534)

ตารางที่ 3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ปี 2525 - 2534

(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	ปริมาณ	ร้อยละของ การเปลี่ยนแปลง	มูลค่า	ร้อยละของ การเปลี่ยนแปลง	ราคาส่งออกเฉลี่ย(FOB) (บาท/ตัน)
2524	39,831		1,334.8		33,512
2525	42,656	7.09	1,783.7	33.63	41,816
2526	39,322	-7.81	1,637.4	-8.20	46,641
2527	42,823	8.90	1,693.2	3.41	39,539
2528	42,290	-1.24	2,121.2	25.28	45,824
2529	58,925	39.33	3,760.8	77.30	63,824
2530	61,633	4.60	4,165.2	10.75	67,581
2531	58,764	-4.65	3,890.7	-6.59	66,209
2532	69,054	17.51	5,238.4	34.64	75,864
2533	62,206	-9.92	4,562.9	-12.90	73,531
2534	62,460	0.41	5,507.9	20.71	88,190
<b>อัตราการเพิ่มเฉลี่ย</b>					
ต่อปีร้อยละ	+4.60		+15.23		+10.16

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2527-2534)

ตารางที่ 4 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยแยกตามรายประเทศผู้นำเข้า ปี 2530 - 2534

(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	พ.ศ. 2530		พ.ศ. 2531		พ.ศ. 2532		พ.ศ. 2533		พ.ศ. 2534	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ญี่ปุ่น	26,078	2,628.4	22,890	2,276.6	28,415	3,253.7	25,632	2,781.4	27,311	3,370.0
อิตาลี	22,308	965.7	22,033	1,082.0	22,735	1,147.4	19,384	907.2	17,313	1,048.0
ฝรั่งเศส	5,574	232.1	5,345	211.5	5,466	245.8	5,508	277.7	4,335	245.2
เยอรมันตะวันตก	1,472	94.0	1,610	103.0	2,717	126.3	1,852	115.3	1,972	151.9
สวีเดน	35	0.1	86	5.1	309	18.2	2,125	112.6	2,316	156.2
สหรัฐอเมริกา	1,685	74.2	927	41.8	1,738	84.7	1,836	98.4	1,598	90.8
สเปน	1,784	40.5	1,489	35.2	1,974	53.0	1,461	53.9	1,207	56.8
ฮ่องกง	789	27.3	1,131	30.5	1,016	40.6	1,205	44.8	1,507	80.8
ออสเตรเลีย	355	20.5	372	18.4	579	28.8	665	30.5	1,497	84.9
สิงคโปร์	472	22.6	652	38.0	2,783	130.4	628	27.9	1,600	102.1
แคนาดา	227	11.9	173	8.3	522	27.9	460	26.7	582	36.7
ประเทศอื่น ๆ	899	37.8	1,056	39.4	1,500	81.7	1,450	86.6	1,177	84.6

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2534)

ในปี 2534 (ตารางที่ 3) เมื่อพิจารณาการส่งออกปลาหมึกของไทยแยกประเทศปลายทางในช่วงปี 2530-2534 พบว่าปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่ไทยส่งออกไปจำหน่าย คือ มีมูลค่า 2,638.4 ล้านบาท ในปี 2530 และเพิ่มเป็น 3,370 ล้านบาท ในปี 2534 (ตารางที่ 4) จะเห็นว่าปลาหมึกสดแช่แข็งเป็นสินค้าอาหารทะเลที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งจากไทยที่สำคัญ กล่าวคือ มีปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งถึงร้อยละ 60 ของการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยทั้งหมด (นิรนาม , 2533 : 86) เนื่องจากในช่วงเวลา 5 ปี ที่ผ่านมาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารประเภทเนื้อสัตว์ของประชากรในประเทศญี่ปุ่นได้เริ่มเปลี่ยนแปลงโดยหันมาสนใจบริโภคอาหารทะเลเพิ่มสูงขึ้นเพราะมีแคลอรีและไขมันต่ำ ขณะเดียวกันก็มีเกลือแร่และคุณค่าทางอาหารสูง เมื่อประกอบกับการแข็งตัวของค่าเงินเยนและเงินสกุลต่าง ๆ ของประเทศในประชาคมยุโรปช่วงที่ผ่านมา ทำให้การส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยขยายตัวเพิ่มมากขึ้น แต่ถึงแม้ว่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่น จะสามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกได้สูงเพิ่มขึ้น แต่พบว่าส่วนแบ่งตลาดของไทยในญี่ปุ่นอยู่ในระดับต่ำ คือ เพียงร้อยละ 10 (นิรนาม , 2533 : 87) เนื่องจากปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยประสบปัญหาด้านการแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ เช่น โมร็อกโก สหรัฐอเมริกา และมอนริตาเนีย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับปัญหาคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาการขาดการรวมตัวของผู้ส่งออกของไทย นโยบายการค้าระหว่างประเทศ ภาวะเศรษฐกิจตลอดจนปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

จากปัญหาดังกล่าว การศึกษารឹងจึงมุ่งที่จะอธิบายถึงลักษณะของตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในประเทศญี่ปุ่น นับตั้งแต่ภาวะการผลิต การตลาดภายในประเทศ และการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ภาวะการนำเข้าและการตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่น โดยเฉพาะการศึกษาถึงแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับปลาหมึกสดแช่แข็งไปตลาดญี่ปุ่น เพื่อที่จะรักษาตลาดรวมทั้งหาช่องทางในการขยายตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในอนาคตให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น
2. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในประเทศญี่ปุ่น
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด แนวทางในการพัฒนาเพื่อขยายด้านการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยให้มากขึ้น

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบสภาพการผลิตและการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในการส่งออก และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นจนสามารถต่อสู้กับประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่นได้
2. ทำให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยที่ได้ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยกับประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น
3. สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น อันจะนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ

### ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษา การส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย เนื่องจากปลาหมึกสดแช่แข็งมีปริมาณ และมูลค่าการส่งออกที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ปลาหมึกชนิดอื่น ๆ ปลาหมึกสดแช่แข็งในที่นี้หมายถึง ปลาหมึกกล้วยแช่แข็ง ปลาหมึกกระดองแช่แข็งและปลาหมึกสายแช่แข็ง และเวลาที่ใช้ศึกษามีจำกัดจึงไม่สามารถศึกษาทั้งหมดทุกประเทศ ดังนั้นการศึกษารั้งนี้จึงเน้นเฉพาะกรณีปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยที่ส่งไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยเป็นส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 60 ของการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย

ทั้งหมด มีประเทศคู่แข่ง คือ โมร็อกโก และมอนริตาเนีย โดยจะทำการศึกษาโครงสร้างทางการตลาด ความต้องการของตลาดและภาวะการแข่งขัน รวมทั้งจะทำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งซึ่งใช้ข้อมูล 2 ช่วงเวลา คือ ข้อมูลระหว่างปี 2528-2531 และ 2532-2535 เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการส่งออกในปีใดปีหนึ่ง

### วิธีการศึกษา

#### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิโดยรวบรวมข้อมูลอนุกรมเวลาที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการผลิต ปริมาณการส่งออก และมูลค่าการส่งออก ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้จากการรวบรวมเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนสถิติจากส่วนราชการและเอกชนที่รวบรวมได้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ , กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง , สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งองค์การระหว่างประเทศ เช่น JETRO (JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION), ESCAP (ECONOMIC AND SOCIAL COMMISSION OF ASIA AND PACIFIC) และองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

#### 2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำเอาข้อมูลที่รวบรวมมาไปใช้ในการอธิบายภาวะการผลิต การตลาด และลู่ทางในการพัฒนาตลาดเพื่อการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย โดยการใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (DESCRIPTIVE METHOD) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (QUANTITATIVE METHOD)

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (DESCRIPTIVE METHOD) โดยการใช้ตาราง และแผนภาพประกอบกับข้อมูลที่ได้รวบรวมมา เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่ว ๆ ไปในการผลิตและการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น รวมการตลาดและภาวะการแข่งขันในการส่งออก ตลอดจนอุปสรรคและปัญหาการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (QUANTITATIVE METHOD) จะวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยอาศัยแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (A Market Share Analysis Model) แล้วนำผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งมาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

## บทที่ 2

### โครงร่างทฤษฎี

#### การตรวจเอกสาร

ทรงพล เจตนาวณิชย์ (2524) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทานของสินค้าสัตว์น้ำ ผลการศึกษาปรากฏว่า ในการวิเคราะห์หาจุดเหมาะสมเชิงเศรษฐกิจในการทำประมงอ่าวไทย โดยพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้านอุปสงค์ และอุปทานสัตว์น้ำ สำหรับด้านอุปสงค์สรุปได้ว่า ความต้องการบริโภคสัตว์น้ำแต่ละชนิดจะเพิ่มขึ้นขึ้นอยู่กับราคาของสัตว์น้ำชนิดนั้น ๆ ราคาที่เกิดขึ้นในปลายปี 2516 มีผลต่อเนื่องมาถึงปี 2524 โดยมีผลทางลบต่อการบริโภคสัตว์น้ำและจากการศึกษาความยืดหยุ่นของการบริโภคสัตว์น้ำ เมื่อคำนึงถึงราคาและรายได้ พบว่า ลักษณะอุปสงค์สัตว์น้ำส่วนใหญ่มีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อยมาก และมีความยืดหยุ่นต่อรายได้ที่เป็นบวก

วิสูตร วิเศษจินดา (2524) ได้ศึกษาวิวัฒนาการส่งออกสินค้าสัตว์น้ำที่สำคัญ ๆ ของไทย วิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบของตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย โดยวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นแห่งการทดแทนการส่งออก (ELASTIC OF SUBSTITUTION FOR EXPORT) และเสนอแนะนโยบายส่งออกสินค้าสัตว์น้ำที่เหมาะสม ผลการศึกษาด้านภาวะการส่งออกปรากฏว่า สินค้าสัตว์น้ำส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ กุ้งทะเลและปลาหมึก มีตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฮอลแลนด์ สิงคโปร์ ในทางเศรษฐกิจการค้าสาเหตุของความไม่แน่นอนของสัดส่วนปริมาณการส่งออกมีผลมาจากการขยายตัวของตลาดสั่งเข้า การแข่งขันการส่งออกจากประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ผลการศึกษาส่วนแบ่งตลาดค่าความยืดหยุ่นแห่งการทดแทนการส่งออกประมาณ  $-4.1493$  โดยมีคู่แข่งทางด้านราคาที่สำคัญ คือ สเปน และถ้าไทยสามารถลดสัดส่วนของราคาส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งระหว่างไทยกับสเปนได้ จะทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งไปขายยังตลาดญี่ปุ่นได้เพิ่มขึ้น

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2532) วิเคราะห์สถานการณ์ทางการค้าของสินค้าประมงที่สำคัญ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง กุ้งสดแช่แข็ง กุ้งแห้ง กุ้งต้มสุก ปลาหมึกแห้ง ปลาหมึกสดแช่แข็ง ปลาหมึกสำเร็จรูป ปลาสดแช่แข็ง เนื้อปลาสด ปลาชิ้น ปลาป่น โดยศึกษารายละเอียดของเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานการณ์ทั่วไปในการผลิตและการตลาดในประเทศปี 2532 สถานการณ์ค้าของโลกปี 2532 และแนวโน้มสถานการณ์ปี 2533

สุจิตรา บัวเข้ม (2532) ได้ศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดของผลิตภัณฑ์ปลาหมึก รวมถึงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ปลาหมึกของไทย ในช่วงระหว่างปี 2520-2524 และ 2525-2529 ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกกล้วยและปลาหมึกกระดองแช่แข็งของไทย เกาหลีใต้ สเปน และโมร็อกโค ในตลาดญี่ปุ่น คือ ผลที่เกิดจากการขยายตลาดของไทย เกาหลีใต้ สเปน และโมร็อกโค มีค่าเท่ากับร้อยละ -226.19 , -32.36 , -25.42 และ -11.26 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดญี่ปุ่นของไทย เกาหลีใต้ สเปน และโมร็อกโค มีค่าเท่ากับร้อยละ 326.19 , -67.64 , -74.58 และ 111.26 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสายแช่แข็งของไทย สเปน เกาหลีใต้ โมร็อกโค และมอนริตาเนียมีค่าเท่ากับร้อยละ 234.98 , 172.86 , 9,766.22 11.91 และ 10.51 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดญี่ปุ่นของไทย สเปน เกาหลีใต้ โมร็อกโค และมอนริตาเนียมีค่าเท่ากับร้อยละ -134.98 , -272.86 , -9,866.22 , 88.09 และ 89.49 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ

สิริวรรณ เจริญทัศนศิริ (2534) ได้ศึกษาภาวะการผลิตและการส่งออกสินค้าประมงของประเทศไทย รวมถึงการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของสินค้าประมงที่สำคัญ โดยการวิเคราะห์นี้จะใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาด ( A Market Share Analysis Model ) ซึ่งทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอื่นเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาด การเปลี่ยนแปลงการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของสินค้า

จากผลการศึกษา พบว่าการส่งออกกุ้งและปลาหมึกสดแช่แข็ง คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ อินเดีย ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดยุโรป คู่ค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ อิตาลี อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน , ตลาดกลุ่มอเมริกาเหนือ คู่ค้าที่สำคัญของไทยในกลุ่มนี้ ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและแคนาดา , ตลาดเอเชีย ประกอบด้วย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮองกง จากการวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด พบว่า ประเทศไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นในปริมาณที่สูงถึง 37,902 เมตริกตัน และได้เปรียบทั้งด้านการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาด การแข่งขัน และการกระจายของตลาดคิดเป็นร้อยละ 47.48 , 46.27 และ 6.25 ตามลำดับ ซึ่งจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าศักยภาพในการส่งออกกุ้ง และปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยไปตลาดต่างประเทศค่อนข้างสูง และมีประสิทธิภาพในการส่งออก

#### แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยนั้นในที่นี้ จะใช้แบบจำลอง การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด กำหนดโดย L.R.Riguuss, D.C.Sprott, G.L.Ochsner และ G.L.Cramer ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ไม่มีการจำกัดทางด้านอุปทาน (Supply) แต่การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดนั้น เป็นผลมาจาก การเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์ (Demand) ซึ่งตามแนวความคิดของแบบจำลอง ได้กำหนดส่วนแบ่งตลาดเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาด (Size of market effect) พิจารณาจากการเพิ่มหรือลดลงของปริมาณสินค้าที่ตลาดนั้นนำเข้า โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงเวลาฐานกับเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดว่าใหญ่ขึ้นหรือลดลง อธิบายได้ว่าตลาดมีความเจริญทางเศรษฐกิจโดยมีรายได้ประชาชาติ และจำนวนประชากรเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเจริญเติบโต ในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น
2. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจาก การแข่งขันในตลาด (Competitive effect) พิจารณาการเปลี่ยนแปลงสินค้า ที่ตลาดนั้นนำเข้า โดยกำหนดให้ขนาดตลาดคงที่ ในช่วงเวลาฐานกับเวลาที่พิจารณาซึ่ง

ชี้ให้เห็นว่า ถ้ากล่าวถึงส่วนแบ่งตลาดของประเทศหนึ่งลดลงในขณะที่ขนาดตลาดคงที่ หมายความว่า ผลการแข่งขันนั้นทำให้ผู้ส่งออกได้เปรียบ คือ ได้ตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวนี้ไม่เพียงพอแต่จะเนื่องมาจากการแข่งขันเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการค้า และทางการตลาดของประเทศผู้นำเข้า

3. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจาก การกระจายของตลาด (Distributive effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก อันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและขนาดตลาดคงที่

วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ปรากฏดังตารางที่ 5 ซึ่งในที่นี้สมมติให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาด คือ ตลาด A และตลาด B และประเทศส่งออกที่แข่งขันกับประเทศ X เพียงประเทศเดียว การวิเคราะห์พิจารณาเพียง 2 ปี คือ ปีที่ 1 กับ ปีที่ 2 โดยแบ่งการคำนวณออกเป็น 3 ลักษณะดังกล่าว

จากข้อสมมติฐานและวิธีการดังกล่าวนี้ สามารถนำมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงขนาดแข่งขันในตลาดและการกระจายตัวของตลาดระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

1. การคำนวณความสามารถในการส่งออก (Potential export) ของประเทศ X

- 1.1 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในปี 1 ณ ระดับการส่งออกในปี 2 คือ

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

- 1.2 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในระหว่าง ปีที่ 1 และ ปีที่ 2 นั้น สามารถคำนวณได้ดังนี้

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

$$= 80 + 360 = 440 \text{ หน่วย}$$

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ข้อมูลสมมติ ปีที่ 1 และ ปีที่ 2

	ปริมาณการนำเข้า ทั้งหมด	ปริมาณการนำเข้า จาก ประเทศ X	ส่วนการครองตลาด ของประเทศ 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

ที่มา : (Ochsner และ Cramer, 1975)

2. สรุปผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และ ปีที่ 2 ได้ดังนี้

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

จากการคำนวณในตัวอย่างพอสรุปได้ดังนี้ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และ ปีที่ 2 มีผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด 240 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 42 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอื่นเนื่องมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 200 หน่วย หรือร้อยละ 83 และเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของตลาดลดลง 60 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 25 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดใน 3 ลักษณะดังกล่าว ทำให้การส่งออกของประเทศ X ไปยังตลาด A และตลาด B เพิ่มขึ้น 240 หน่วย

### บทที่ 3

## ภาวะการผลิต การตลาด และส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของประเทศไทย

### ภาวะการผลิตของโลก

ปลาหมึกนับเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจของโลกมากที่สุดอย่างหนึ่ง เนื่องจากมีปริมาณการค้ากับทั่วโลก จนกระทั่งประเทศต่าง ๆ ต้องเพิ่มต้นทุนในการจับปลาหมึก เพื่อให้สามารถจับปลาหมึกให้มีปริมาณมากขึ้นกับความต้องการที่บริโภคเพิ่มขึ้น แต่ในระยะปัจจุบันหลายประเทศหันมาตระหนักในด้านการจัดการประมง เพื่อป้องกันการสูญพันธุ์ของปลาหมึก ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้เมื่อมีการทำประมงปลาหมึกกันมากขึ้นเรื่อย ๆ

### ประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก (สุจิตรา , 32 : 241)

ประเทศญี่ปุ่น ในระยะที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นประเทศที่สามารถทำประมงปลาหมึกได้ปริมาณมากที่สุดเฉลี่ยประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณที่จับได้ทั่วโลก ส่วนใหญ่ปลาหมึกที่จับได้จะอยู่ในชนิด Todaroes pacificus แต่ในปัจจุบันญี่ปุ่นต้องประสบปัญหาเนื่องจากปริมาณที่จับได้ลดลง เนื่องจากมีการจับมากเกินไปเกินศักยภาพ ญี่ปุ่นจึงได้อาศัยจับปลาหมึกในเขตน่านน้ำที่มีการร่วมทำประมง เช่น นิวซีแลนด์ แคนาดา อาร์เจนตินา ออฟริกาใต้ เฮเมน และตะวันตกเฉียงใต้ของแอนตาร์กติก สำหรับปลาหมึกสายนี้ส่วนใหญ่จับได้จากน่านน้ำของประเทศญี่ปุ่นเองซึ่งในปัจจุบันมีปริมาณที่ลดลง ทำให้ญี่ปุ่นต้องตื่นตัวในการนำเอานโยบายการจัดการประมงตามแนวชายฝั่งมาปฏิบัติอย่างจริงจังเพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาหมึกไว้

เกาหลีใต้ เป็นประเทศที่มีปริมาณการจับปลาหมึกได้มากประเทศหนึ่ง ปลาหมึกที่จับได้ส่วนใหญ่เป็นปลาหมึก Todorodes pacificus โดยมีเรือประมงไปปฏิบัติการลากอวนจับปลาหมึกกระดองแถวชายฝั่งแอฟริกาเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ยิ่งไปกว่านั้นเกาหลีใต้ยังมีความคล่องตัวในการลากอวนจับปลาหมึกกล้วย และปลาหมึกกระดองใน

น่านน้ำของตนเองเพื่อส่งไปประเทศญี่ปุ่น ปลาหมึกที่แปรรูปส่งไปประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็น ปลาหมึกกระดองแช่แข็ง ปลาหมึกแห้ง ปลาหมึกเค็ม และปลาหมึกกระป๋อง ถึงแม้ว่าเกาหลีใต้ สามารถจับปลาหมึกได้จำนวนมากแต่ก็ยังมีการนำเข้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะปลาหมึกกล้วย ให้นำเข้าจากประเทศอาร์เจนตินา ซึ่งเกาหลีใต้จะนำไปแปรรูปเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศต่อไป

ประเทศไทย ที่แหล่งการประมงปลาหมึกที่สำคัญ 2 แห่ง คือ บริเวณอ่าวไทย และทะเลอันดามันตามแนวชายฝั่งตะวันตกของประเทศไทย แหล่งประมงนอกประเทศ ได้แก่ บริเวณกัมพูชา และมาเลเซีย ซึ่งเป็นแหล่งประมงปลาหมึกกล้วยที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นปลาหมึก ชนิด Loligo chinensis โดยจับได้จากการประมงประเภทอวน ในระยะหลังปริมาณ ปลาหมึกที่จับได้ของประเทศไทยมีปริมาณลดลง เนื่องจากการประกาศเขตเศรษฐกิจจำเพาะ 200 ไมล์ทะเลของประเทศเพื่อนบ้านและจากภาวะการทำประมงมากเกินไป ทำให้ประเทศไทยต้องหันมาให้ความสนใจด้านนโยบายในการจัดการประมงมากยิ่งขึ้น

### ภาวะการผลิตปลาหมึกของไทย

#### การผลิตปลาหมึกภายในประเทศ

ปลาหมึกเป็นสัตว์น้ำที่ผลิตหรือจับได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถเพาะเลี้ยงในเชิงพาณิชย์เหมือนกุ้งทะเลได้สำเร็จนอกจากการเลี้ยงเพื่อการศึกษาและวิจัย ทั้งนี้เนื่องจากปลาหมึกเป็นสัตว์เลี้ยงยาก และลูกปลาหมึกต้องอาศัยอาหารที่มีชีวิตเพื่อการ เจริญเติบโต จึงทำให้ปริมาณการผลิตหรือจับปลาหมึกไม่แน่นอน

ภาวะการผลิตโดยทั่วไป จากสถิติของกรมประมง ตั้งแต่ปี 2521 - 2533 พบว่า ปริมาณการจับปลาหมึกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าบางปีอาจจะลดลงไปบ้าง โดยเฉพาะปี 2523, 2527, 2531 และ 3533 สาเหตุที่ทำให้ปริมาณการจับปลาหมึกลดลง อาจเนื่องมา

จากสภาพทางชีววิทยาของปลาหมึกเอง หรืออาจเนื่องมาจากสภาพภูมิอากาศไม่อำนวย หรืออาจเกิดจากสภาพแวดล้อมของสัตว์น้ำที่อาศัยอยู่ในอ่าวไทย อันเนื่องมาจากการใช้อวนลากมากขึ้น ในช่วงปี 2531 - 2533 ประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มของการจับปลาหมึกเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 3.58

ชนิดของปลาหมึกที่จับได้มากที่สุดในแต่ละปีของประเทศไทย คือ ปลาหมึกกล้วย (ตารางที่ 6) ในปี 2533 ประเทศไทยจับปลาหมึกกล้วยได้ถึง 64,400 ตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.67 ของปริมาณปลาหมึกทั้งหมดที่จับได้ ในขณะที่จับปลาหมึกกระดอง และปลาหมึกสาย ได้ 52,200 ตัน และ 18,500 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.64 และ 13.69 ตามลำดับ โดยมีอัตราการจับเพิ่มเฉลี่ยต่อปีในช่วงพ.ศ. 2521-2533 ของปลาหมึกกล้วย ปลาหมึกกระดอง และปลาหมึกสาย ร้อยละ 2.44, 12.29 และ 7.18 ตามลำดับ

### ทำขึ้นปลาหมึก

ทำขึ้นปลาหมึกจะอยู่ตามแหล่งประมงปลาหมึกที่สำคัญทั้งด้านอ่าวไทย และทะเลอันดามันสามารถแบ่งแยกตามแหล่งประมงปลาหมึกได้เป็น 4 บริเวณ คือ (ภาพที่ 1)

1. ทำขึ้นปลาบริเวณชายฝั่งตะวันออกของอ่าวไทย ทำขึ้นปลาหมึกอ.เมืองระยอง เป็นแหล่งที่สำคัญของทำขึ้นปลาหมึกบริเวณนี้ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีการทำประมงปลาหมึกและมีการแปรรูปปลาหมึกแห้งมากที่สุดของประเทศ

2. ทำขึ้นปลาบริเวณอ่าวไทยตอนใน ผลผลิตปลาหมึกที่ได้จากทำขึ้นปลาบริเวณนี้ ได้จากประมงอวนลากเป็นส่วนใหญ่ ทำขึ้นปลาหมึกที่สำคัญ ได้แก่ อ.เมืองสมุทรสาคร และ อ.สมุทรปราการ

3. ทำขึ้นปลาบริเวณชายฝั่งตะวันตกของอ่าวไทย ตั้งแต่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ถึงนราธิวาส แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นทำขึ้นปลาหมึกที่ได้จากการประมงเรือโหดหมึกเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ อ.หัวหิน และอ.เมืองประจวบคีรีขันธ์ ส่วนที่สองเป็นทำขึ้นปลาหมึกที่ได้จากการประมงอวนลากเป็นส่วนใหญ่และยังเป็นทำขึ้นปลาที่สำคัญ และใหญ่ที่สุดของประเทศ

ตารางที่ 6 ชนิด ปริมาณและมูลค่าของปลาหมึกที่จับได้ทั้งประเทศไทย ปี 2524 - 2533

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	ปลาหมึกกล้วย		ปลาหมึกกระดอง		ปลาหมึกสาย		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2424	48,021	814.92	27,275	424.67	5,509	32.39	80,805	1,271.98
2525	70,583	1,263.62	39,009	734.74	7,015	39.27	116,607	2,037.63
2526	76,489	1,598.62	47,319	1,043.86	8,236	44.39	132,044	2,686.87
2527	66,340	1,251.87	56,352	989.63	6,577	35.38	129,269	2,276.88
2528	64,000	1,490.30	42,800	915.50	9,200	51.10	116,000	2,456.90
2529	71,300	1,784.10	51,600	1,487.30	12,000	73.10	134,900	3,344.50
2530	75,400	2,153.60	45,700	1,453.20	11,400	82.50	132,500	3,689.30
2531	67,200	1,994.60	45,300	1,474.20	11,700	81.50	124,200	3,550.30
2532	69,800	2,042.50	57,000	1,682.50	16,100	132.80	142,900	3,587.80
2533	64,400	1,744.00	52,200	1,671.20	18,500	181.80	135,100	3,597.00
	(47.67)		(38.64)		(13.69)		(100)	
<b>อัตราการเพิ่มเฉลี่ย</b>								
ต่อปีร้อยละ	+2.44	+13.66	+12.29	+13.88	+7.18	+15.33	3.58	+13.80

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

ที่มา : (กรมประมง , 2524-2533)



คือ บริเวณอ.เมืองสงขลา เรือประมงที่นำปลาหมึกเข้ามาจำหน่ายที่ท่าขึ้นปลานี้ทั้งเรือประมงในท้องถิ่นและเรือประมงจากจังหวัดใกล้เคียง

4. ท่าขึ้นปลาบริเวณทะเลอันดามัน ท่าขึ้นปลาหมึกที่สำคัญบริเวณนี้คือ อ.กันตัง จ.ตรัง และอ.เมือง จ.สตูล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปลาหมึกจากประมงอวนลาก ปลาหมึกส่วนใหญ่ที่ได้จากทะเลอันดามันจะถูกส่งเข้าห้องเย็นที่อ.กันตัง ซึ่งเป็นแหล่งแปรรูปเบื้องต้น นอกจากนี้ปลาหมึกบางส่วนจะถูกส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศโดยตรง ได้แก่ มาเลเซีย และสิงคโปร์

### ภาวะการตลาดภายในประเทศ

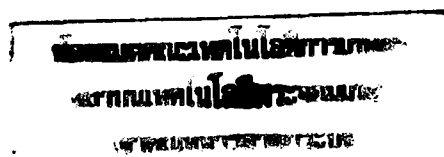
#### วิธีการตลาดปลาหมึกสด

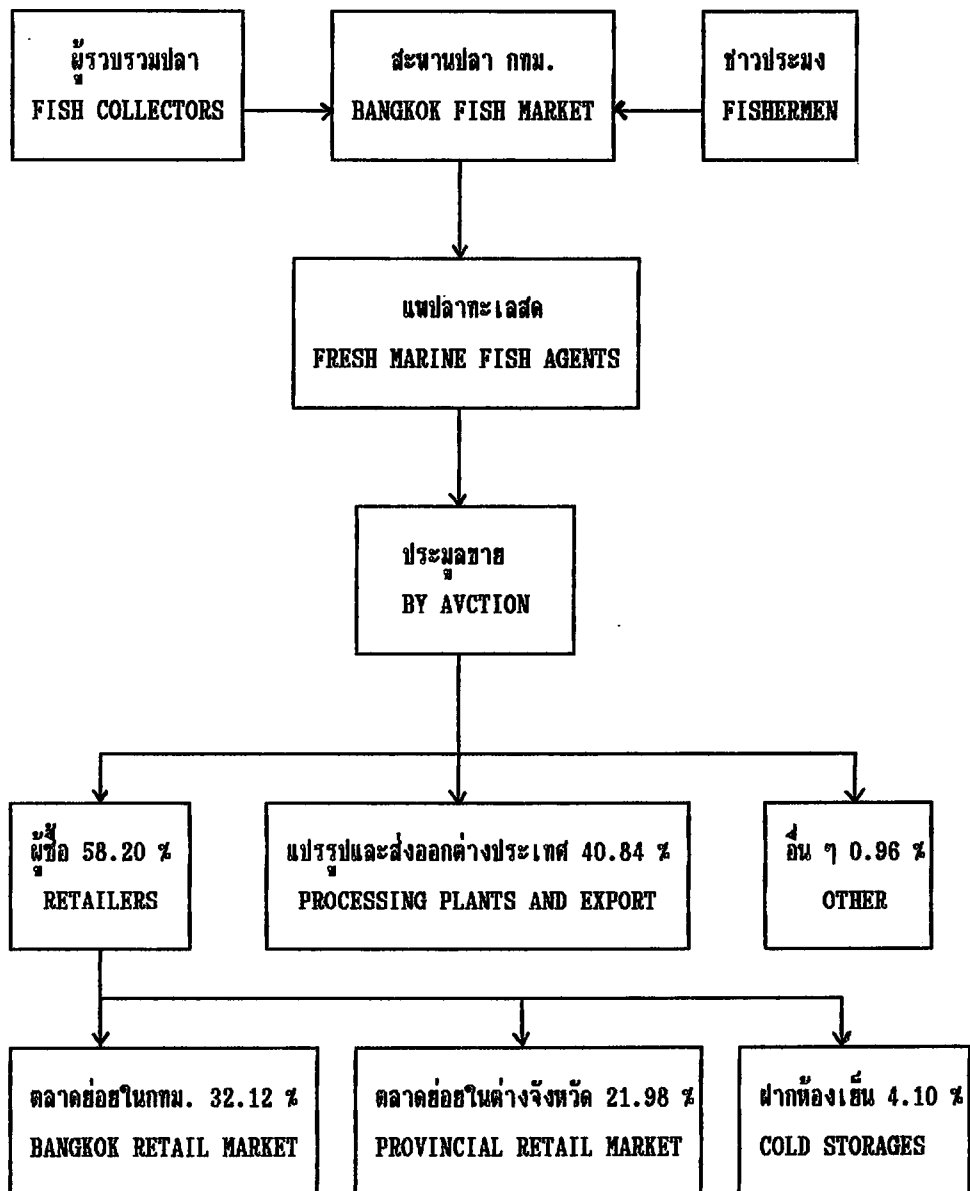
วิธีการตลาดปลาหมึกสดเริ่มต้นจากชาวประมง และผู้รวบรวมในท้องถิ่นนำปลาหมึกชนิดต่าง ๆ ขนาดต่าง ๆ มาขึ้นที่แหล่งขึ้นปลาหรือแพปลาในจังหวัดต่าง ๆ โดยมีพ่อค้าเข้าประมูลราคา เมื่อประมูลได้แล้วจะนำไปจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าปลีก ส่วนหนึ่งเพื่อจำหน่ายต่อกับผู้บริโภค และส่วนหนึ่งจะจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูป ซึ่งอาจจะประมูลซื้อจากตลาดกลางโดยตรงด้วย ส่วนชาวประมงรายย่อยที่มีปริมาณการจำหน่ายไม่มากนักจะนำปลาหมึกที่จับได้ไปจำหน่ายตลาดท้องถิ่นด้วยตนเอง (ภาพที่ 2 และ 3)

#### ประเภทของตลาด

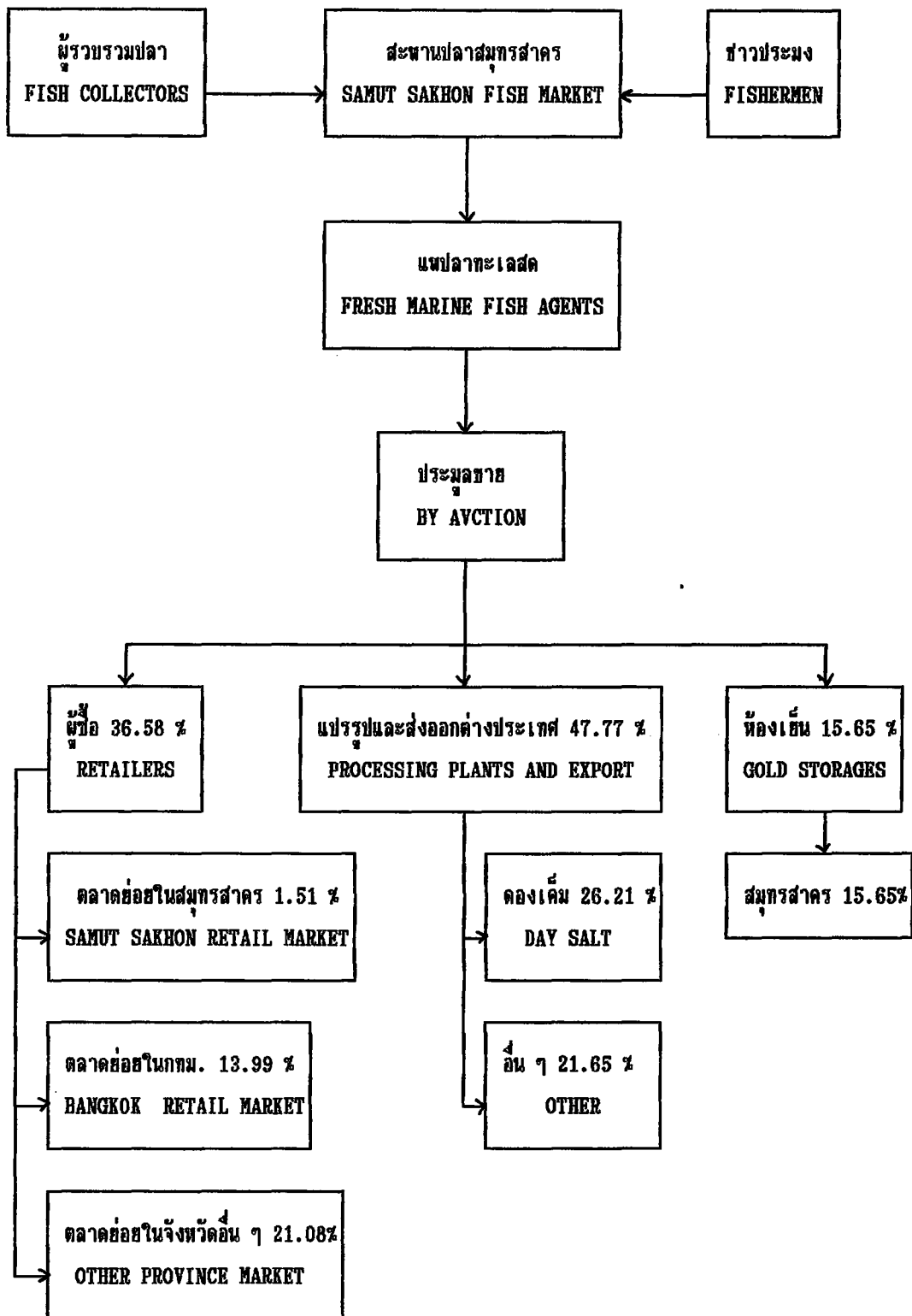
ตลาดภายในประเทศสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ตลาดท้องถิ่น (local market) ประกอบด้วยพ่อค้า หรือตัวแทนไปรวมกันเป็นศูนย์กลางการรับซื้อปลาหมึก พ่อค้าผู้รับซื้อปลาหมึกจะเป็นผู้ให้ข่าวสารการตลาดและราคาแก่ชาวประมง แต่ในปัจจุบันตลาดท้องถิ่นไม่ค่อยมีบทบาทในการค้าปลาหมึกมากนัก





ภาพที่ 2 วิธีการตลาดปลาหมึกสดที่สะพานปลากทม.  
ที่มา : (กรมประมง , 2534)



ภาพที่ 3 วิถีตลาดปลาหมึกสดที่สะพานปลาสมุทรสาคร  
ที่มา : (กรมประมง , 2534)

2. ตลาดขายส่ง (assembly wholesale market) เป็นตลาดรวมผลผลิตปลาหมึกจากตลาดท้องถิ่น แล้วไปจำหน่ายยังตลาดอื่น ๆ มักจะตั้งอยู่ตามท่าเทียบเรือประมงหรือท่าเลที่เหมาะสม สะดวกในการขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำ ซึ่งจะมีพ่อค้าขายส่ง นายหน้า พ่อค้าแปรรูป หรือพ่อค้าห้องเย็นเป็นผู้ดำเนินการ

3. ตลาดขายปลีก (terminal market) จะกระจายอยู่ทั่วไปตามตลาดสดต่าง ๆ เป็นตลาดสุดท้ายที่นำปลาหมึกไปถึงมือผู้บริโภค ซึ่งจะมีพ่อค้าส่งออกและพ่อค้าขายปลีกเป็นผู้ดำเนินการ

### การผลิตปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตปลาหมึกที่สำคัญรายหนึ่งของโลก สามารถจับปลาหมึกได้ปีละประมาณหนึ่งแสนสองหมื่นถึงหนึ่งแสนสามหมื่นตัน โดยในแต่ละปีจะมีปลาหมึกสดถูกนำส่งเข้าโรงงานแปรรูปเป็นปลาหมึกสดแช่แข็งเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศกว่าร้อยละ 50 ของปริมาณที่จับได้ทั้งหมด ในปัจจุบันอุตสาหกรรมปลาหมึกสดแช่แข็งได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี มีโรงงานห้องเย็นที่ทันสมัยมาตรฐานโลกมากขึ้น โดยมีโรงงานห้องเย็นประมาณ 85 โรง มีจำนวนคนงานไม่ต่ำกว่า 28,410 คน (ตารางที่ 7) ลักษณะการใช้กำลังผลิตโดยทั่วไปจะไม่สม่ำเสมอในแต่ละปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับช่วงฤดูกาลถ้าเป็นฤดูมรสุมการใช้กำลังผลิตจะลดลง แต่ถ้าเป็นช่วงฤดูประมงจะมีการใช้กำลังผลิตเต็มที่

### ลักษณะของการผลิต

ปลาหมึกสดแช่แข็งที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศมีลักษณะการผลิตโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. แบบเป็นก้อน (black frozen) ปลาหมึกสดแช่แข็งแบบ black frozen คือ การแช่แข็งรวมกันหลายชิ้นภายในกล่องเดียวกัน โดยการนำปลาหมึกแปรรูปบรรจุใส่ภาชนะ

ตารางที่ 7 จำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตสัตว์น้ำทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกจำแนกตามแหล่งที่ตั้ง

ที่ตั้งโรงงาน	จำนวนโรงงาน	เงินลงทุน (ล้านบาท)	จำนวนคนงาน
1. กรุงเทพฯ	24	682.83	7,074
2. ภาคกลาง			
- สมุทรสาคร	17	335.41	6,885
- สมุทรปราการ	11	483.90	4,433
- นครปฐม	2	32.22	293
3. ภาคใต้			
- ชุมพร	1	22.00	600
- ระนอง	2	10.00	140
- สุราษฎร์ธานี	3	196.16	2,250
- นครศรีธรรมราช	2	69.00	1,300
- สงขลา	11	181.12	2,867
- ปัตตานี	4	58.50	575
- ตรัง	2	40.22	700
- ประจวบคีรีขันธ์	2	42.70	976
- ภูเก็ต	1	1.00	20
4. ภาคตะวันออก			
- ตราด	2	5.00	177
- ชลบุรี	1	1.00	120
รวม	85	2,159.09	28,410

ที่มา : (กรมประมง พงษ์ศิริกุล , 2532)

แต่ละขนาดจะมีความมัจจุคิด เป็นน้ำหนักแตกต่างกันไป แล้วนำไปทำการแช่แข็งเมื่อเสร็จสิ้นขบวนการแช่แข็งก็นำปลาหมึกที่แช่แข็งแล้วมาเคาะออกจากภาชนะที่บรรจุหรือถาด ปลาหมึกสดแช่แข็งที่ได้จะเกาะตัวเป็นก้อนน้ำแข็งตามรูปภาชนะที่ใส่ จากนั้นนำปลาหมึกแช่แข็งทั้งก้อน (block) มาใส่ถุงบรรจุใส่กล่องกระดาษ และนำไปเก็บในห้องที่มีอุณหภูมิไม่ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียสก่อนจะนำไปจำหน่าย

2. แบบแยกชิ้นต่อตัว (individual quick frozen) เป็นการนำปลาหมึกมาแช่แข็งเป็นตัวๆ จนแข็งตามขบวนการแช่แข็ง แล้วนำปลาหมึกแช่แข็งนี้มาบรรจุใส่ถุงพลาสติกโดยเรียงเป็นตัว ๆ ถุงละ 1 กิโลกรัม บรรจุใส่กล่องกระดาษเพื่อนำไปจำหน่าย

ชนิดของปลาหมึกที่นิยมนำมาแปรรูปเป็นปลาหมึกสดแช่แข็งมี 3 ชนิด คือ ปลาหมึกกล้วย ปลาหมึกกระดอง และปลาหมึกสาย ซึ่งมีลักษณะการแปรรูปเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ดังนี้

### 1. ปลาหมึกกล้วยแช่แข็ง (frozen squid)

- ปลาหมึกกล้วยทั้งตัว (whole squid)
- ปลาหมึกกล้วยซีกใส่ลอกหนังทั้งตัว (whole cleaned squid)
- ปลาหมึกกล้วยหลอด (squid tube)
- ปลาหมึกกล้วยวงแหวน (squid ring)
- ทนวดปลาหมึกกล้วย (squid tentacle)
- ปลาหมึกกล้วยแผ่น (squid fillet)

### 2. ปลาหมึกกระดองแช่แข็ง (frozen cuttlefish)

- ปลาหมึกกระดองทั้งตัว (whole cuttlefish)
- ปลาหมึกกระดองเป็นชิ้น (cuttlefish stripes)
- ปลาหมึกกระดองซีกใส่ (whole cleaned cuttlefish)
- ปลาหมึกกระดองแผ่น (cuttlefish fillet)

### 3. ปลาหมึกสายแช่แข็ง (frozen octopus)

- ปลาหมึกสายทั้งตัว (whole octopus)
- ปลาหมึกสายทั้งตัวเอาแต่หมึกออก (octopus ink-off)
- ปลาหมึกสายซีกไส้ (whole cleaned octopus)

ส่วนขนาดการบรรจุนั้น โดยปกติจะกำหนดด้วยจำนวนชิ้นต่อน้ำหนัก ซึ่งแยกตามมาตรฐานสากล (ตารางที่ 8) ปลาหมึกขนาดใหญ่จะมีราคาสูงกว่าปลาหมึกขนาดเล็ก และในขนาดที่เท่ากัน ราคาจำหน่ายอาจจะไม่เท่ากันทั้งขึ้นอยู่กับพันธุ์ปลาหมึกด้วย

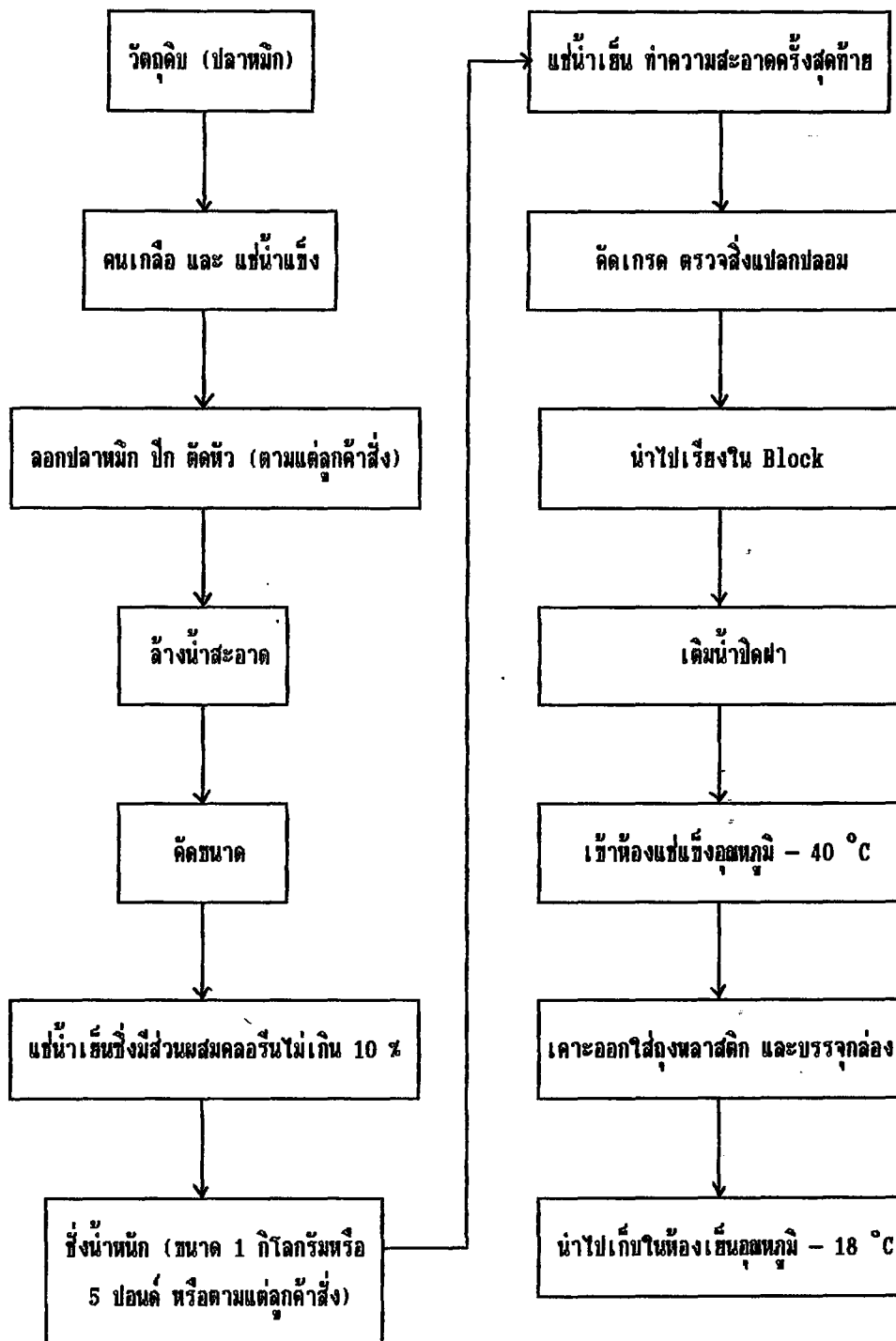
#### กรรมวิธีในการผลิตปลาหมึกสดแช่แข็ง (ภาพที่ 4)

1. นำปลาหมึกมาคัดขนาด
2. เทปลาหมึกลงในถังน้ำเกลือแล้วกวานให้ปลาหมึกแข็งตัว
3. ตัดส่วนหัวปลาหมึก ลอกหน้ และหมึกดำออก
4. นำไปล้างน้ำเย็นให้สะอาด
5. คัดขนาดปลาหมึก
6. แช่น้ำเย็นซึ่งมีส่วนผสมคลอรีนไม่เกิน 10 %
7. นำปลาหมึกขึ้นวางบนภาชนะทิ้งไว้จนสะเด็ดน้ำ
8. นำไปใส่ภาชนะเพื่อหึ่งน้ำหนักขนาด 1 กิโลกรัม หรือ 5 ปอนด์ หรือตามแต่ลูกค้าสั่ง
9. แช่น้ำเย็นทำความสะอาดครั้งสุดท้าย คัดเกรด และตรวจสอบสิ่งแปลกปลอม
10. นำไปเรียงใน Block
11. เติมน้ำในภาชนะให้ท่วมตัวปลาหมึก
12. เข้าห้องแช่แข็งระดับอุณหภูมิต่ำ -40 องศาเซลเซียส ใช้เวลาประมาณ 8-12 ชั่วโมง
13. นำออกมาตรวจสอบอุณหภูมิโดยวิธีสัมผัสตัวอย่างเพื่อตรวจสอบอุณหภูมิตามที่กำหนดไว้

ตารางที่ 8 ขนาดบรรจุของปลาหมึกสดแช่แข็ง 1 กิโลกรัม

ชนิดปลาหมึก	ชื่อขนาด	จำนวนปลาหมึก (ตัว)	
		ไม่น้อยกว่า	ไม่เกิน
<b>ปลาหมึกกล้วย</b>			
ปลาหมึกทั้งตัว	ไม่เกิน 5	-	5
ปลาหมึกซีกไส้	ไม่เกิน 10	-	10
	11/20	11	20
	21/40	21	40
ปลาหมึกหลอด	ไม่เกิน 10	-	10
	11/20	11	20
	21/40	21	40
<b>ปลาหมึกกระดอง</b>			
ปลาหมึกซีกไส้	ไม่เกิน 10	-	10
	11/20	11	20
	41/60	41	60
	เกิน 60 ขึ้นไป	60	-
ปลาหมึกแผ่น	2/4	2	4
	5/7	5	7
	8/10	8	10
	11/20	11	20
	เกิน 80 ขึ้นไป	80	-
<b>ปลาหมึกสาย</b>			
ปลาหมึกทั้งตัว	5/15	5	15
	16/25	16	25
	26/40	26	40
	เกิน 40 ขึ้นไป	40	-

ที่มา : (จิราวุธ อิศรางกูร ณ อยุธยา , 2525)



ภาพที่ 4 กระบวนการผลิตปลาหมึกสดแช่แข็ง  
ที่มา : (ธรรมนุญ พงษ์ศรีกูร , 2532)

- คือ - 18 องศาเซลเซียส ถ้ายังไม่ถึงเกณฑ์ดังกล่าวจะต้องแช่แข็งต่อไป
14. นำปลาหมึกแช่แข็งออกจากภาชนะ
  15. บรรจุปลาหมึกลงกล่องขนาด 1 กิโลกรัม และนำไปบรรจุหีบห่อ
  16. นำไปเก็บในห้องเย็นอุณหภูมิต่ำ -18 องศาเซลเซียส เพื่อรอการจำหน่าย

### การนำเข้า

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิต และส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งเป็นส่วนใหญ่ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ แต่ขณะเดียวกันก็มีการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งเช่นกัน เนื่องจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของโรงงานแปรรูปได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นโรงงานแปรรูปจึงนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็ง โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำมาแปรรูปแล้วส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศต่อไป เมื่อพิจารณาการนำเข้าพบว่าในปี 2525 มีการนำเข้า 928 ตัน มีมูลค่า 22,596 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 3,834 ตัน มูลค่า 190,822 ล้านบาท ในปี 2529 และ 5,639 ตัน มูลค่า 218,413 ล้านบาทในปี 2534 ตามลำดับ (ตารางที่ 9) สำหรับแหล่งที่มาของการนำเข้า ได้แก่ อินเดีย ฟิลิปปินส์ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ เป็นต้น

### การตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย

#### ความต้องการปลาหมึกสดแช่แข็งในการส่งออก

ปลาหมึกสดแช่แข็งเป็นสินค้าสัตว์น้ำแปรรูปที่สำคัญของไทย กล่าวคือ ในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยสามารถส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยในแต่ละปีร้อยละ 4.60 และ 15.23 ตามลำดับ เห็นได้จากในปี 2524 ประเทศไทยทำการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งปริมาณ 39,831 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,334.8 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 62,456 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 5,508 ล้านบาท

ตารางที่ 9 ปริมาณและมูลค่านำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ปี 2525 - 2534

(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : พันบาท)

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2525	928	22,596
2526	817	20,588
2527	1,599	44,761
2528	470	17,095
2529	3,834	190,822
2530	2,919	101,521
2531	2,222	89,994
2532	3,565	178,190
2533	2,462	44,978
2534	5,639	218,431

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2525-2534)

ในปี 2534 (ตารางที่ 3)

สำหรับราคาส่งออก (FOB) เฉลี่ยของปลาหมึกสดแช่แข็งทุกชนิดคุณภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2524 ราคาส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งคือ 33,512 บาทต่อตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 88,190 บาทต่อตัน ในปี 2534 ระยะเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา ราคาส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งได้เพิ่มสูงขึ้นมากเนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการนำเข้าสูงขึ้น สำหรับในช่วงปี 2524-2534 มีอัตราการเพิ่มของราคาส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็ง เฉลี่ยต่อปีร้อยละ 10.16 (ตารางที่ 3)

#### การตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งในต่างประเทศ

การตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยแบ่งได้ 3 ลักษณะคือ (ตารางที่ 10)

1. ตลาดประจำที่สำคัญที่สุด คือ ประเทศผู้นำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยเป็นมูลค่าสูงในแต่ละปี ได้แก่ ญี่ปุ่น และอิตาลี กล่าวคือ เมื่อรวมปริมาณการส่งออกทั้งสองประเทศนี้คิดเป็นร้อยละ 70 ของปริมาณส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยทั้งหมด โดยส่งออกไปญี่ปุ่นและอิตาลีร้อยละ 43.73 และ 27.72 ของปริมาณส่งออกทั้งหมดของไทยในปี 2534 ตามลำดับ

2. ตลาดประจำอื่น ๆ คือ ตลาดประจำสำหรับการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยที่มีอันดับรองลงไป ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมันตะวันตก สหรัฐอเมริกา ฮองกง มาเลเซีย สเปน ออสเตรเลีย และเบลเยียม

3. ตลาดใหม่ เป็นตลาดที่ยังไม่มีความแน่นอนในการนำเข้าจากไทย และการนำเข้าหมึกมีมูลค่าไม่มากนัก เนื่องจากเป็นตลาดแคบ ตลาดเหล่านี้ได้แก่ บรูไน อิรัก กรีซ สวีเดน จอร์แดน บาร์เรนห์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และนิวซีแลนด์

ตารางที่ 10 ปริมาณ และมูลค่าของการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ปี 2534

(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	ปริมาณ	มูลค่า
ญี่ปุ่น	27,311 (43.73)	3,370.0 (61.18)
อิตาลี	17,313 (27.72)	1,048.0 (19.03)
ฝรั่งเศส	4,335 (6.94)	245.2 (4.45)
เยอรมันตะวันตก	1,972 (3.16)	151.5 (2.75)
สวิสเซอร์แลนด์	2,316 (3.71)	156.2 (2.84)
สหรัฐอเมริกา	1,598 (2.56)	90.8 (1.65)
สเปน	1,207 (1.93)	56.8 (1.03)
ฮ่องกง	1,507 (2.41)	80.8 (1.47)
ออสเตรเลีย	1,497 (2.40)	84.9 (1.54)
สิงคโปร์	1,600 (2.56)	102.1 (1.85)
แคนาดา	582 (0.93)	36.7 (0.67)

ตารางที่ 10 (ต่อ)

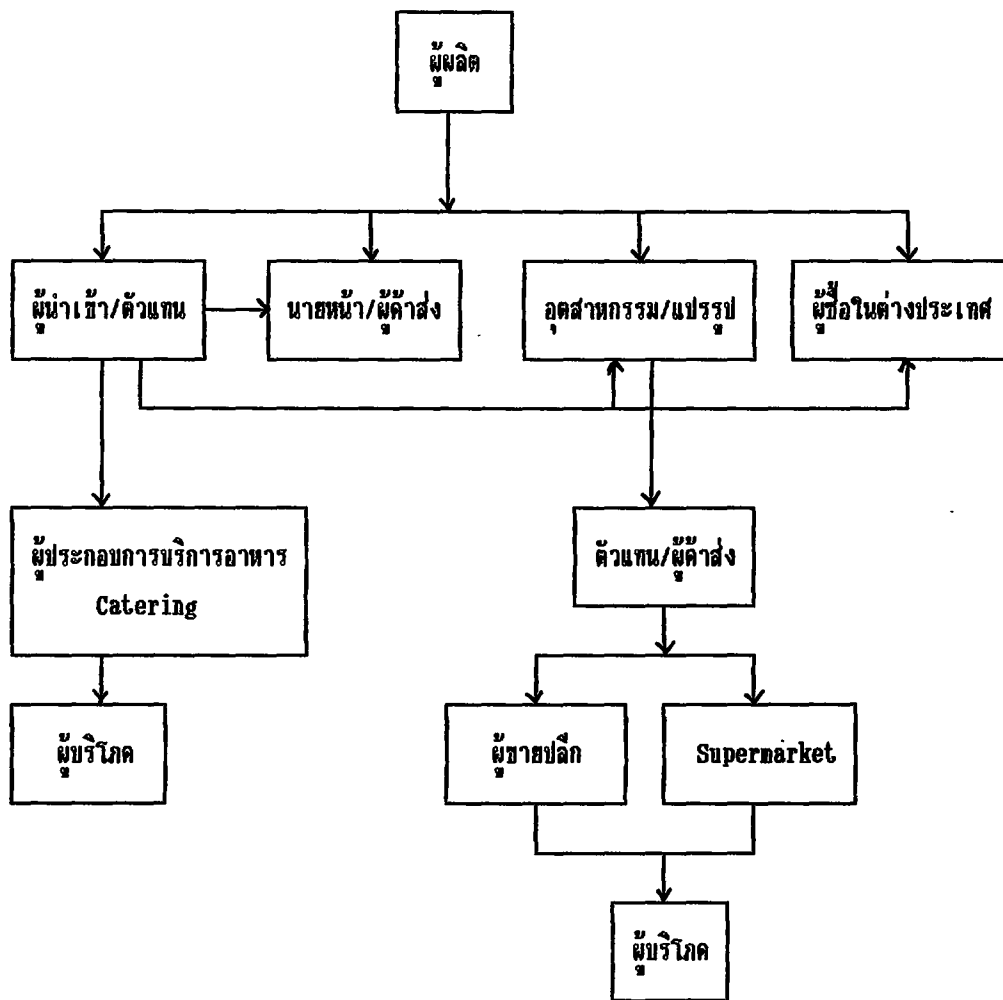
(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	ปริมาณ	มูลค่า
ประเทศอื่น ๆ	1,177	84.6
	( 1.88)	( 1.54)
รวม	62,460	5,507.9
	(100)	(100)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2535)



ภาพที่ 5 วิถีการตลาดส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็ง  
ที่มา : (สิทธิชัย และคณะ : 2533 , 44)

## วิธีการตลาดส่งออก

วิธีการตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ (ภาพที่ 5)

1. การจำหน่ายภายในประเทศ โดยผู้ผลิตจะส่งสินค้าไปให้โรงงานแปรรูปในต่างจังหวัด โดยคิดค่าขนส่งต่างหากจากราคาสินค้า หรือจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค หรือโดยผ่านผู้ค้าส่งที่มาซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายสดหรือจำหน่ายปลีกหรือผู้บริโภคโดยตรง นอกจากนี้โรงงานแปรรูปจะเป็นผู้จำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งด้วย

ส่วนองค์การอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในนั้น การจำหน่ายก็จะดำเนินการเช่นเดียวกับภาคเอกชนมีรถท่องเที่ยวขององค์การฯ นำไปส่งตามจุดต่าง ๆ คิดค่าขนส่งต่างหากจากราคาสินค้า

2. การจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทผลิตอาหารทะเลแช่แข็งที่ผลิตได้ตามมาตรฐานของต่างประเทศแล้วมักจะมุ่งผลิตเพื่อส่งออกต่างประเทศมากกว่าจำหน่ายในประเทศ ทั้งนี้เพราะตลาดต่างประเทศกว้างทำให้ปริมาณการจำหน่ายในต่างประเทศมาก นอกจากนี้ยังได้รับเงินสดทันที (ส่วนใหญ่ติดต่อผ่านธนาคารใหญ่ L/C) เมื่อจัดส่งสินค้าได้ครบตามคำสั่งซื้อ สำหรับวิธีการตลาดส่งออกของการจำหน่ายปลาหมึกสดแช่แข็งในต่างประเทศมีหลายรูปแบบเพื่อให้ได้มาซึ่งคำสั่งซื้อของลูกค้าในต่างประเทศ มีดังนี้

- บริษัทผู้ผลิตมีหน่วยงาน หรือบริษัทในเครือ ทำหน้าที่การตลาดในต่างประเทศ รับผิดชอบในการหาลูกค้าให้กับบริษัทผู้ผลิตในประเทศไทยของตนเอง
- บริษัทผู้ผลิตในประเทศที่มีผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างประเทศร่วมหุ้นอยู่ โดยมีบริษัทแม่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ และมีหน้าที่หาคำสั่งซื้อป้อนให้กับกิจการที่ตั้งอยู่ในไทย
- บริษัทผู้ผลิตได้ลูกค้าจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- ลูกค้าติดต่อผ่านตัวแทน หรือบริษัทที่ทำการค้าเกี่ยวกับการส่งออกในประเทศไทย ซึ่งบริษัทส่งออกเหล่านี้จะติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตในประเทศไทย เพื่อจะจัดการส่งออกให้

- ลูกค้านี้ติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตโดยตรง
- ได้ลูกค้าจากการเข้าร่วมกับคณะผู้แทนการค้าในตลาดต่างประเทศซึ่งจัดโดยหน่วยงานรัฐบาล เช่น กรมพาณิชย์สัมพันธ์ เป็นต้น

การส่งกุ้งและปลาหมึกแช่แข็งไปจำหน่ายต่างประเทศนั้น จะจัดส่งทางเรือเป็นส่วนใหญ่ โดยเก็บในท้องเส้นของเรือเดินทะเล สำหรับระยะเวลาเดินทางไปสหรัฐอเมริกาและยุโรปใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ไปญี่ปุ่น 2 สัปดาห์ และไปฮ่องกง 1 สัปดาห์ เมื่อเดินทางไปถึงแล้วก็ยังต้องเก็บรักษาไว้ในท้องเส้นของคลังสินค้าในต่างประเทศต่อไปอีก เพื่อรอการนำออกจำหน่ายแก่ผู้บริโภค ประมาณว่าตั้งแต่กุ้งและปลาหมึกได้จากทะเลจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาและยุโรปใช้เวลาประมาณ 4 เดือน ส่วนที่ส่งไปญี่ปุ่นใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ดังนั้นจึงเห็นว่าประเทศที่ซื้อกุ้งและปลาหมึกสดแช่แข็งจากไทยจะได้บริโภคของที่สดพอสมควร และคุณภาพยังคงเดิม เพราะกรรมวิธีการทำกุ้งและปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยสามารถรักษาคุณภาพให้สดได้นานถึงกว่าหนึ่งปี

### ภาษีอากร

รัฐบาลได้จัดเก็บภาษีอากรสำหรับผู้ผลิตสินค้าสำต่วน้ำดังนี้

1. ผู้จำหน่ายภายในประเทศเสียภาษีการค้าในอัตราร้อยละ 7 และภาษีเทศบาลร้อยละ 10 ของภาษีการค้า
2. ผู้ส่งออก เสียภาษีอากรขาออกในอัตราร้อยละ 1.5 และภาษีเทศบาลร้อยละ 10 ของภาษีอากรขาออก
3. ยกเว้นการเก็บภาษีอากรขาเข้าวัตถุดิบสำหรับ ปลาสด กุ้ง ปลาหมึก หอยที่นำเข้าจากต่างประเทศ

## ปัญหาทางการผลิต และการตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทย

### ปัญหาการผลิต

1. เนื่องจากโรงงานผลิตปลาหมึกสดแช่แข็งบางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน และขาดความเอาใจใส่ในการรักษาความสะอาดของวัตถุดิบ ทั้งก่อนผลิตและขณะกำลังผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพต่ำกว่าที่ควร นอกจากนี้โรงงานบางแห่งยังขาดเครื่องมือ อุปกรณ์ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ผลิตได้ก่อนส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ
2. ภาวะมลพิษของน้ำซึ่งทวีความรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียกับปลาหมึก เนื่องจากมีโลหะหนักตกค้างอยู่ในตัวปลาหมึก โดยเฉพาะแคดเมียมทำให้ปลาหมึกสดแช่แข็งที่ประเทศไทยส่งออกถูกปฏิเสธการนำเข้า

นอกจากนี้ปัญหาสำคัญด้านการผลิตยังเป็นผลเนื่องมาจากแรงงานอีกด้วย กล่าวคือ ผู้ผลิตสัตว์น้ำทะเลแช่แข็งส่วนใหญ่ต้องประสบปัญหาคนงานขาดความรับผิดชอบ และมีการลาออกบ่อยครั้ง คนงานจึงขาดความชำนาญในการปฏิบัติงาน และเป็นภาระสำหรับผู้ผลิตที่จะต้องฝึกหัดคนงานใหม่ ทำให้การผลิตขาดความคล่องตัว

### ปัญหาการตลาด

1. ปัญหาการตัดราคาตัวเองระหว่างผู้ส่งออก เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ผลิตและผู้ค้าปลาหมึกสดแช่แข็งเป็นจำนวนมาก จึงเกิดการแข่งขันตัดราคาตัวเอง เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดทั้งภายในและตลาดต่างประเทศ
2. ปัญหาคุณภาพของปลาหมึกสดแช่แข็ง นับเป็นปัญหาใหญ่ของการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งและมีปัญหาอยู่เสมอ สินค้าปลาหมึกสดแช่แข็งที่ส่งไปประเทศแถบยุโรปโดยเฉพาะประเทศอิตาลีมีความเข้มงวดเกี่ยวกับคุณภาพมาก โดยทางอิตาลีกำหนดให้มีสารแคดเมียมเจือปนอยู่ในปลาหมึกสดแช่แข็งได้ไม่เกิน 1 ppm ทำให้สินค้าจากไทยมีปัญหาในการส่งเข้าอิตาลี

ระยะหนึ่งต่อมาทางอิตาลีกำหนดให้มีได้ไม่เกิน 2 ppm เป็นการชั่วคราว ทำให้ไทยสามารถส่งปลาหมึกสดแช่แข็งไปอิตาลีได้ระยะหนึ่ง อย่างไรก็ตามปัญหาสารแคดเมียมก็ยังคงมีอยู่และต้องแก้ไขต่อไป สำหรับญี่ปุ่นได้เน้นเกี่ยวกับเชื้ออหิวาต์ หากตรวจพบสินค้าที่ส่งไปจะถูกทำลายทันที สำหรับอเมริกาจะเข้มงวดเกี่ยวกับเชื้อ Samonella และสิ่งเจือปนอื่น ๆ ที่ปนอยู่ในสินค้า โดยทั่วไปปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์สาเหตุใหญ่เป็นผลมาจากขั้นตอนการผลิต นับตั้งแต่การจับสัตว์น้ำจนถึงการแปรรูป

3. ปัญหาการขึ้นค่าระวางเข้าตู้บรรทุกสินค้าชนิดปรับอากาศมี ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็ง กล่าวคือ เมื่อค่าระวางเข้าตู้คอนเทนเนอร์ของเส้นทางการเดินเรือระหว่างประเทศไทยและประเทศผู้นำเข้าเพิ่มขึ้น จะทำให้ต้นทุนการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งจากไทยสูงขึ้น เนื่องจากผู้นำเข้าต้องจ่ายค่าระวางขนส่งเอง ดังนั้นผู้นำเข้าจะหันไปนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกรายอื่นที่มีต้นทุนรวมต่ำกว่าประเทศไทย จึงเป็นสาเหตุให้ปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งจากไทยลดลง

4. ปัญหาความล่าช้าในการตรวจสอบคุณภาพปลาหมึกสดแช่แข็งของกรมประมงซึ่งใช้เวลาไม่แน่นอนตั้งแต่ประมาณ 1 สัปดาห์ถึง 1 เดือน เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตของผู้ส่งออกสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น

5. ปัญหาการขนส่งในต่างประเทศ ปรากฏว่าการขนส่งโดยเรือสมุทร ก่อให้เกิดปัญหาสินค้าล่าช้ากว่ากำหนด เนื่องจากเรือที่จะเข้ามาบรรทุกสินค้ามีจำนวนน้อยและเวลาเรือเข้าออกไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้สินค้าที่รอการขนถ่าย ๗ ทำเรือเกิดความเสียหาย ในปัจจุบันเรือที่มีห้องเย็นสำหรับบรรทุกกุ้ง และปลาหมึกแช่แข็งไปยังยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นมีจำนวนไม่เพียงพอ ทำให้อัตราค่าระวางสูงขึ้น เป็นเหตุให้เสียเปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ

6. ตลาดส่งออกค่อนข้างกระจุกตัว ปัจจุบันปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยมากกว่าร้อยละ 60 จะส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น แต่เมื่อพิจารณาถึงส่วนครองตลาดของประเทศไทย ในตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่นแล้วปรากฏว่าประเทศไทยยังมีบทบาทในตลาดนี้ค่อนข้างมาก กล่าวคือ ในตลาดญี่ปุ่น ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการนำเข้าเพียงประมาณร้อยละ 10 จากลักษณะการกระจุกตัวของตลาดและจำนวนส่วนครองตลาดดังกล่าวทำให้การส่งออก

ปลาหมึกสดแช่แข็งต้องพึ่งพาตลาดส่งออกของประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างสูง ซึ่งหากประเทศญี่ปุ่น  
ดำเนินมาตรการทางการค้าใด ๆ ที่เป็นการกีดกันทางการค้าย่อมสร้างผลทางลบอย่างสูงมาก  
ต่ออุตสาหกรรมปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จะเห็นว่าประเทศไทยมีตลาดรองรับที่สำคัญ คือ  
ญี่ปุ่น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงลักษณะที่แท้จริง และรายละเอียดในประเทศ  
คู่ค้าที่สำคัญดังกล่าว เพื่อแสวงหาแนวทางปรับปรุง พัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการ  
ของตลาด ในอันที่จะสามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกไปยังญี่ปุ่นและมีผลโดยตรงต่อการลดปัญหา  
ดุลการค้าระหว่างประเทศอีกด้วย สำหรับในส่วนของปัญหาการค้าระหว่างไทยกับญี่ปุ่นนั้นเกิด  
ขึ้นจากความไม่สมดุลทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับญี่ปุ่น สาเหตุของปัญหาการค้าสืบเนื่อง  
จากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้านโครงสร้างและสถาบัน ซึ่งนอกจากจะมีผลทำให้ประเทศไทยขาดดุล  
การค้ากับญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังทำให้ประเทศไทยขาดอำนาจในการเจรจาต่อรองกับญี่ปุ่น  
ซึ่งพอจะสรุปสาเหตุสำคัญได้ดังนี้

1. ลักษณะโครงสร้างเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับญี่ปุ่น มีความแตกต่างกัน  
มากและเป็นลักษณะสัมพันธ์ในแนวตั้ง กล่าวคือ สินค้าออกของไทยไปญี่ปุ่นประกอบด้วยอาหาร  
และวัตถุดิบซึ่งมีมูลค่าต่ำกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าเข้าของไทยจากญี่ปุ่น ส่วนใหญ่เป็นสินค้า  
ประเภททุน สินค้าวัตถุดิบ และกึ่งวัตถุดิบ ในขณะที่เดียวกันการลงทุนจากต่างประเทศและความ  
ร่วมมือช่วยเหลือแบบมีข้อผูกมัดที่ญี่ปุ่น เข้ามามีบทบาทในประเทศไทยนั้น ก็มีผลสำคัญต่อการชัก  
นำให้ประเทศไทยต้องขยายการนำเข้าสินค้าจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นตามมาด้วย

2. การประชุมเพื่อกำหนดเป้าหมายสินค้าออกของไทยไปญี่ปุ่น แต่ละครั้งนั้นไม่มี  
การผูกมัดให้ทั้งสองฝ่ายปฏิบัติตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ฉะนั้นญี่ปุ่นเองซึ่งมิได้ตั้งใจจริงที่จะร่วม  
มือแก้ไขปัญหา จึงไม่สนใจที่จะรับผิดชอบต่อข้อตกลงร่วมกันในการแก้ปัญหาความไม่สมดุลของ  
การค้าที่ประเทศไทยประสบกับญี่ปุ่นอย่างรุนแรง

3. ญี่ปุ่นมีนโยบายกีดกันการนำเข้าสินค้าทั้งด้านภาษีศุลกากรและมีใช้ภาษีศุลกากร  
เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมในประเทศ และรักษาผลประโยชน์ทางการค้าสูงสุดของประเทศ  
ประกอบกับการดำเนินธุรกิจใหญ่ ๆ ของญี่ปุ่นในลักษณะบริษัทข้ามชาติมีการรวมตัวกันเป็นสมาคม

ทางธุรกิจ เพื่อหาผู้ทางรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มตนโดยสามารถผลักดันให้รัฐบาลวางนโยบายด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ของกลุ่ม ฉะนั้นนอกจากสมาคมธุรกิจเหล่านี้จะเป็นกำลังต่อรองกับรัฐบาลญี่ปุ่น และชาวต่างประเทศที่ติดต่อค้าขายแล้ว สมาคมฯ ยังเป็นศูนย์รวมในการหาข่าวสารที่จำเป็นทางเศรษฐกิจและการค้า โดยใช้ระบบการประสานงานที่เป็นเครือข่ายทั่วโลก ความรวดเร็วและความสมบูรณ์ของข่าวสารการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่นมีอำนาจต่อรองการค้าเหนือประเทศคู่ค้าอื่น ๆ

4. โดยทั่วไปญี่ปุ่นมักจะดำเนินธุรกิจการค้าต่างประเทศ ในลักษณะกระจายแหล่งรับซื้อออกไปหลาย ๆ แห่ง เพื่อที่จะสามารถมีอำนาจต่อรองราคาสูง คือ ซื้อสินค้าได้ถูกที่สุดและดีที่สุด

สำหรับอนาคตการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยจะเป็นเช่นไรนั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบ คุณภาพปลาหมึกสดแช่แข็ง แล้วยังขึ้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจอีกหลายประการ เช่น ระดับราคาส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็ง ระดับรายได้ของประเทศผู้นำเข้า จำนวนประชากรของประเทศผู้นำเข้า ตลอดจนราคาอาหารโปรตีนที่สามารถทดแทนปลาหมึกสดแช่แข็งได้ สิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย

## บทที่ 4

### การตลาดและการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของประเทศญี่ปุ่น

#### ลักษณะทั่วไปของตลาดปลาหมึกสดแช่แข็ง

##### การผลิตภายในประเทศ

ญี่ปุ่นเป็นเกาะที่ล้อมรอบด้วยมหาสมุทร เป็นแหล่งจับสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์จึงเป็นประเทศที่มีความสำคัญทางการประมงประเทศหนึ่งของโลก นอกจากการประมงชายฝั่ง และนอกชายฝั่งแล้วยังมีการประมงน้ำลึกซึ่งขยายตัวขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการแช่แข็ง แต่อย่างไรก็ตามส่วนแบ่งการประมงน้ำลึกของญี่ปุ่นได้ลดลง เนื่องจากปัญหาระหว่างประเทศเกี่ยวกับเขตประมงและเขตเศรษฐกิจ ดังนั้นญี่ปุ่นจึงได้พึ่งการนำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น

ปลาหมึกเป็นสัตว์น้ำที่จับได้ทั่วไปตามเขตน่านน้ำรอบ ๆ หมู่เกาะ มีแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในบริเวณทะเลจีนตะวันออก และทะเลชี่โต อินแลนด์ โดยมีปริมาณการผลิต 571,224 ตัน ในปี 2528 และผลิตได้เพิ่มขึ้น 804,671 ตัน ในปี 2530 จากนั้นการผลิตก็ลดลงเหลือเพียง 578,000 ตัน ในปี 2534 (ตารางที่ 11)

##### ลักษณะการบริโภค

แต่เดิมปลาเป็นอาหารประเภทโปรตีนที่ชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคกันมาเป็นเวลาช้านาน แต่ต่อมาเมื่อสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในสังคมเมืองใหญ่ขึ้นเป็นปัจจัยที่บีบบังคับให้ชีวิตประจำวัน หรือลักษณะการบริโภคของชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือขนาดหรือสภาพของที่พักอาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งครัวไม่เหมาะกับการปรุงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม (เช่น การใช้ปลาทั้งตัว) ประกอบกับปัจจุบันความจำเป็นในด้านการประกอบอาชีพนอกบ้าน ทำให้หญิงชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจกับการปรุงอาหารน้อยลงกว่าเดิมและยังมีปัจจัยทาง

ตารางที่ 11 ปริมาณการผลิต และการค้าปลาทิมิกของญี่ปุ่น ในปี 2528-2534

(หน่วย : เมตริกตัน)

	2528	2529	2530	2531	2532	2533	2534
การจับปลาทิมิกในประเทศ	571,224	511,248	804,671	711,652	782,896	619,574	578,000
การนำเข้า	211,486	232,170	139,086	117,924	123,675	109,709	132,276
การส่งออก	5,165	3,496	5,993	1,821	3,438	2,146	2,906
อุปทานในประเทศ	777,340	739,922	1,000,515	911,165	1,005,464	822,803	782,381

ที่มา : (JETRO , 1985-1992)

เศรษฐกิจและสังคมอีกหลายประการที่ชักจูงให้ชาวญี่ปุ่นตั้งหญิง และชายบริโภคอาหารนอกบ้านกันมากขึ้น รวมทั้งอิทธิพลของการบริโภคอาหารตะวันตก ฯลฯ มีผลทำให้ปริมาณการบริโภคปลาต่อบุคคลของชาวญี่ปุ่นลดลง แต่ทางตรงกันข้ามสภาพเศรษฐกิจและสังคมยุคใหม่ของญี่ปุ่นกลับมีผลทำให้ชาวญี่ปุ่นบริโภคปลาหมึกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น ประกอบกับปัจจุบันปลาหมึกและกุ้งกลายเป็นของขวัญและของกำนัล ที่ชาวญี่ปุ่นนิยมมอบให้แก่กันในเทศกาลต่าง ๆ จึงมีผลให้ปริมาณการบริโภคปลาหมึกของชาวญี่ปุ่นเพิ่มสูงขึ้น รูปแบบลักษณะการบริโภคจะแตกต่างกันไป กล่าวคือ ถ้าเป็นครัวเรือน ส่วนใหญ่จะบริโภคในลักษณะหั่นดิบ (SASHIMI) ต้มสุก หรืออบนึ่งพร้อมเครื่องปรุงรส และผักชนิดต่าง ๆ เช่น กระหล่ำปลี เต้าหู้ ไข่ ฯลฯ หรือบริโภคในรูปปลาหมึกแห้งปรุงรส สำหรับประเภทธุรกิจร้านอาหาร เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหารฟู้ด ร้านจำหน่ายอาหารว่างประเภทขบเคี้ยว ลักษณะการบริโภคจะเน้นหนักในรูปแบบหั่นดิบ (SASHIMI) และแบบปิ้ง

### การส่งออก

แม้ว่าญี่ปุ่นจะเป็นผู้นำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งรายใหญ่ของโลก แต่ในขณะเดียวกันญี่ปุ่นก็มีการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็ง กล่าวคือ ในปี 2528 มีปริมาณการส่งออก 5,164.04 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 2,429.87 ล้านบาท ต่อมาในปี 2532 มีปริมาณส่งออกลดลงเป็น 3,437.57 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 1,071.44 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 8,628.47 ตัน หรือเป็นมูลค่า 1,975.94 ล้านบาท ในปี 2535 (ตารางที่ 12) โดยมีตลาดที่สำคัญ คือ เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และนิวซีแลนด์

### การนำเข้า

ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำด้านการประมงประเทศหนึ่งของโลก แต่ขณะเดียวกันก็เป็นผู้นำเข้าสินค้าสัตว์น้ำที่สำคัญประเทศหนึ่งของโลกด้วยเช่นกัน ถ้าหากเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งรายอื่น ๆ ของโลกแล้ว ญี่ปุ่นนับเป็นประเทศผู้นำเข้าที่มีความสำคัญ

ตารางที่ 12 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่น ในปี 2528-2535

(ปริมาณ : ตัน)  
(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	ปริมาณ	มูลค่า
2828	5,164.04	2,429.87
2529	3,495.74	1,608.70
2530	5,992.64	1,899.24
2531	1,820.68	780.00
2532	3,437.57	1,071.44
2533	2,146.85	1,061.43
2534	2,905.36	1,037.47
2535	8,628.47	1,575.94

ที่มา : (JETRO , 1985-1992)

ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็ง และปลาหมึกแห้งของโลก ปี 2528-2532

(ปริมาณ : ตัน)  
(มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	2528		2529		2530		2531		2532		ส่วนแบ่ง ตลาด ปี 2532
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
ญี่ปุ่น	215,492	544,045	236,974	754,188	205,894	704,437	206,050	826,127	231,397	967,936	33.45
สเปน	63,304	79,824	61,602	107,156	116,792	223,375	109,426	210,905	141,631	255,558	20.48
อิตาลี	85,476	115,461	87,475	163,844	89,207	185,332	104,998	242,441	120,837	279,480	17.47
ฝรั่งเศส	16,481	22,592	21,084	38,811	21,747	45,397	21,294	42,163	26,598	51,945	3.85
ฮ่องกง	10,053	21,237	11,986	25,160	14,217	35,783	15,098	42,190	20,566	54,686	2.97
กรีซ	10,988	16,943	11,989	18,437	14,532	30,587	13,800	32,039	16,123	37,954	2.33
สิงคโปร์	13,259	14,263	16,194	18,030	14,836	21,205	17,080	28,422	17,093	27,580	2.47
สาธารณรัฐเกาหลี	17,204	15,867	5,729	6,555	5,924	5,639	30,793	16,516	13,944	15,937	2.02
โปรตุเกส	12,943	8,889	18,405	15,670	14,955	16,497	10,647	12,550	13,018	13,245	1.88
เนเธอร์แลนด์	631	835	945	1,466	1,277	2,050	1,682	3,011	7,482	6,757	1.08
อื่น ๆ	20,167	32,240	21,938	43,477	24,739	50,468	51,138	102,779	83,025	180,141	12.00
การนำเข้าของโลก	465,998	872,196	494,321	1,192,749	524,120	1,320,770	582,006	1,559,143	691,714	1,891,219	100.00

ที่มา : (Food and Agriculture Organization of the United Nation, 1989)

มากที่สุดของโลก จะเห็นได้จากการนำเข้าของโลก FAO Yearbook ได้รายงานการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งไว้รวมกับปลาหมึกแห้ง (แต่ปริมาณการนำเข้าปลาหมึกแห้งมีจำนวนไม่มากนัก) พบว่า ในแต่ละปีญี่ปุ่นมีปริมาณและมูลค่าการนำเข้ามากที่สุด กล่าวคือ ในปี 2532 นำเข้า 231,397 ตัน มีมูลค่า 967,936 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาด 33.45 ของการนำเข้าของโลก รองลงมาได้แก่ สเปน และอิตาลี โดยมีส่วนแบ่งตลาด 20.48 และ 17.47 ของการนำเข้าของโลกตามลำดับ (ตารางที่ 13)

หากพิจารณาสถิติการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่นเป็นรายปี จะเห็นว่าญี่ปุ่นมีการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งเพิ่มขึ้น กล่าวคือ มีการนำเข้า 139,086.31 ตัน ในปี 2530 และเพิ่มขึ้นเป็น 146,661.27 ตัน ในปี 2535 โดยในปี 2535 มีการนำเข้าจากประเทศโมร็อกโกมากที่สุด คือ 49,987.60 ตัน รองลงมา คือ มอนริตานิเย คานารี และไทย โดยมีปริมาณนำเข้า 32,338.13 ตัน , 30,876.01 ตัน และ 10,681.31 ตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

### ระดับราคา

สำหรับตลาดญี่ปุ่นนั้น การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาขายปลีกปลาหมึกมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคปลาหมึกของชาวญี่ปุ่น กล่าวคือ เมื่อใดที่ระดับราคาปลาหมึกสูงขึ้น จะมีการใช้เนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ เพื่อทดแทนปลาหมึกมากขึ้น หรืออาจใช้ปลาหมึกที่มีขนาดเล็กลง ปลาหมึกส่วนใหญ่ที่บริโภคกันภายในประเทศญี่ปุ่นเป็นปลาหมึกที่นำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นระดับราคาปลาหมึกภายในประเทศจึงขึ้นกับระดับราคาปลาหมึกที่นำเข้าเป็นสำคัญ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคาปลาหมึกที่ญี่ปุ่นนำเข้าประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินสกุลต่าง ๆ อุปทานปลาหมึกในตลาดโลก และภาวะเงินเฟ้อ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม โดยปกติแล้วระดับราคาปลาหมึกที่นำเข้าจะขึ้นอยู่กับการต่อรองกันระหว่างผู้นำเข้าของญี่ปุ่นกับผู้ส่งออก ด้วยการพิจารณาจากพันธุ์และขนาดเป็นสำคัญ

ตารางที่ 14 ปริมาณการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่น ในปี 2530-2535

(ปริมาณ : ตัน)

ประเทศ	2530	2531	2532	2533	2534	2535
โมร็อกโค	21,729.08	28,387.34	29,469.84	34,618.31	52,293.44	49,978.60
มอนริตานิ	37.884.19	34,798.51	33,318.50	19,687.84	20,716.48	32,338.13
แคนาดา	26,514.57	19,776.77	22,342.46	20,198.58	28,838.40	30,876.01
ไทย	7,563.43	8,310.81	8,406.75	9,910.45	10,524.56	10,681.33
สหรัฐอเมริกา	2,931.85	2,051.11	1,819.00	1,327.50	3,602.70	3,740.72
โปแลนด์	7,228.54	2,895.72	274.80	681.30	2,588.73	3,528.24
อาร์เจนตินา	6,009.04	1,060.44	514.90	2,872.98	1,861.64	3,258.77
อินเดีย	260.54	162.53	80.26	725.74	928.58	1,012.70
เกาหลีใต้	11,185.75	1,865.52	1,658.24	792.49	2.16	181.14
จีน	66.67	206.91	201.46	382.62	930.53	282.94
มาเลเซีย	25.49	19.60	37.86	87.03	93.31	124.32
รวมทุกประเทศ	139,086.31	117,924.02	123,674.97	109,708.60	132,275.81	146,661.27

ที่มา : (Japan Tariff Association , 1988-1992)

## โครงสร้างตลาด

สถาบันทางด้านตลาดของญี่ปุ่นที่มีบทบาทสำคัญเกี่ยวกับการจำหน่ายปลาหมึกประกอบด้วย

1. บริษัทการค้า (Import Trading Companies) โดยปกติแล้วการนำเข้าสินค้าประเภทอาหารของญี่ปุ่นนั้นจะมีบริษัทการค้าต่าง ๆ เป็นผู้ดำเนินการเป็นส่วนใหญ่ และสำหรับการนำเข้าปลาหมึกแล้ว บริษัทเหล่านี้มีบทบาทมากเนื่องจากเป็นผู้นำเข้ารายชื่อสำคัญของประเทศ ด้วยการมีสำนักงานผู้แทนของตนในประเทศต่าง ๆ ซึ่งสามารถติดต่อกับผู้ผลิตและผู้ส่งออกปลาหมึกในประเทศนั้นได้โดยตรง ด้วยเงินทุนที่มีอยู่อย่างมหาศาลทำให้บริษัทเหล่านี้มีอิทธิพลด้านการเงินในประเทศเป็นอย่างมากสามารถให้สินเชื่อกับผู้ประกอบการธุรกิจร่วมกับตนได้ และด้วยความรู้ ประสบการณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศทำให้บริษัทเหล่านี้ประสบความสำเร็จอย่างงดงามอยู่เสมอ ๆ จากการเก็งกำไรด้านการค้าในญี่ปุ่น

บริษัทการค้า ซึ่งเป็นผู้นำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งรายชื่อของญี่ปุ่นประกอบด้วย

- TAITO SEIKO CO.,LTD

IMMASA BLDG., 1-2-21

HIGASHI SHIMBASHI , MINATO-KU , TOKYO 105

TEL : 03-3572-3236 ~ 7

- ITANO REFRIGERATED FOOD CO.,LTD

33-2 , AKINOKAMI , SETO-CHO,

NARUTO CITY, TAKUSHIMA 772

TEL : 0886-86-5111

- YONESHU K.K

1-6-39 , TSUDA-CHO , TOKUSHIMA CITY,

TOKUSHIMA 300

TEL : 0886-68-0641

- IWATANI INTERNATIONAL COPPORATION

7-1 , HATCHOBORI 2-CHOME , CHUO-KU,

TOKYO 104

TEL : 03-3555-5741

2. บริษัทการประมง (Fishing Companies) แต่เดิมบริษัทการประมงของญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญมาก ซึ่งด้านการประมงนอกน่านน้ำด้วยการทำสัญญาด้านการประมงร่วมกับประเทศต่าง ๆ แต่ภายหลังจากที่ประเทศต่าง ๆ ได้ประกาศเขตเศรษฐกิจจำเพาะ 200 ไมล์ทะเลแล้ว บริษัทการประมงของญี่ปุ่นต้องประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านค่าธรรมเนียมการประมงที่สูงขึ้น บริษัทเหล่านี้จึงต้องลดบทบาทด้านการทำประมงของตนและหันมาดำเนินธุรกิจด้านการตลาด โดยเฉพาะการค้า (นำเข้า) อาหารทะเล

3. ตลาดกลางเพื่อการค้าส่ง (The Central Wholesale Market) ตลาดกลางเพื่อการค้าส่งเป็นศูนย์กลางการจำหน่ายสินค้าสดน้ำ และอาหารประเภทเน่าเสียง่าย (perishable artides) ของญี่ปุ่นมีอยู่ประมาณ 50 แห่งทั่วประเทศ โดยมีตลาดกลางเพื่อการค้าส่งในกรุงโตเกียวเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ และถือว่าเป็นตลาดกลางที่ใหญ่ที่สุดในโลกด้วย การดำเนินงานของตลาดกลางแห่งนี้ อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมงของญี่ปุ่น และผู้ค้าส่งที่จะประกอบธุรกิจในตลาดกลางแห่งนี้จะต้องเป็นผู้ค้าส่งที่ได้รับอนุญาตแล้วเท่านั้น

4. ผู้ค้าส่งอื่น ๆ (Outside Wholesalers) นอกจากผู้ค้าส่งในตลาดกลางที่ควบคุมโดยกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง แล้วยังมีผู้ค้าส่งกลุ่มใหญ่อีกกลุ่มหนึ่งที่ดำเนินธุรกิจของตนนอกตลาดกลางดังกล่าว โดยผู้ค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่จะรับซื้อสินค้าจากบริษัทการค้า (trading companies) แล้วนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่งรายย่อย หรือภัตตาคาร ร้านค้าใหญ่ ๆ ต่อไป ผู้ค้าส่งเหล่านี้ส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาทางการเงินจากบริษัทการค้าที่ตนดำเนินธุรกิจร่วมกันอยู่

5. อื่น ๆ นอกจาก 4 สถาบันดังกล่าวแล้ว ในการค้าปลาหมึกของญี่ปุ่นยังมีสถาบันย่อย ๆ อีกหลายสถาบันที่จะทำให้ปลาหมึกที่นำเข้ามาจากต่างประเทศถึงมือผู้บริโภค เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และดีพาร์ทเมนต์สโตร์ต่าง ๆ ซึ่งรับซื้อปลาหมึกมาจากสถาบันดังกล่าวข้างต้น และในปัจจุบันซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่หลายราย เริ่มดำเนินธุรกิจการนำเข้าปลาหมึกจากต่างประเทศเข้ามาเพื่อจำหน่ายเองโดยตรง

### วิธีการตลาด

สำหรับวิธีการตลาดของปลาหมึกในญี่ปุ่นแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ (ภาพที่ 6)

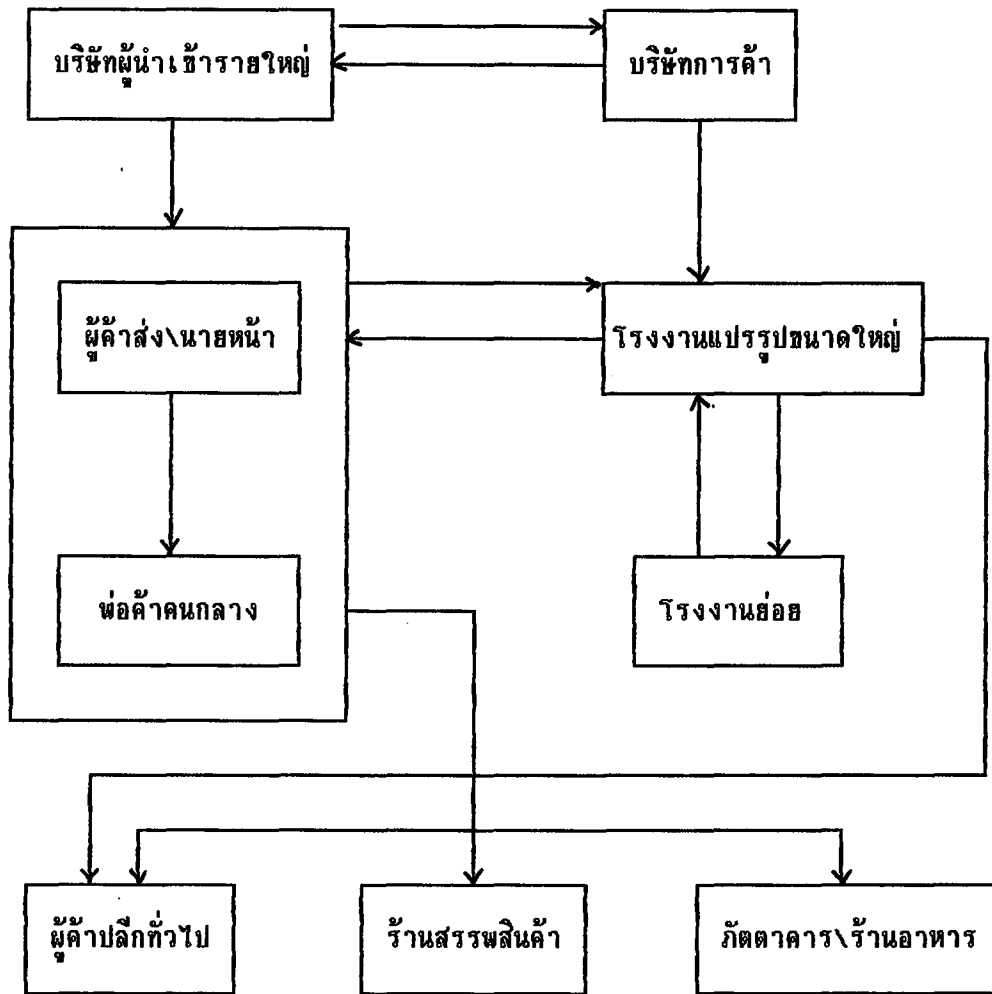
1. การจำหน่ายโดยผ่านตลาดกลางเพื่อการค้าส่ง โดยผู้นำเข้าจะนำปลาหมึกของตนเข้ามาจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่งรายใหญ่ในตลาดเหล่านี้ จากนั้นผู้ค้าส่งรายใหญ่หรือพ่อค้าคนกลางก็จะจำหน่ายสินค้าของตนให้แก่ผู้ค้าส่งรายย่อย ซึ่งได้แก่ ผู้ค้าปลีกทั่วไป ร้านสรรพสินค้า ภัตตาคาร และร้านอาหารเพื่อจำหน่ายต่อไป

2. การจำหน่ายนอกตลาดกลาง การจำหน่ายในลักษณะนี้จะดำเนินไปโดยไม่ผ่านตลาดกลาง เนื่องจากผู้นำเข้าจะจำหน่ายให้แก่ผู้ค้ารายใหญ่ด้วยตนเอง จากนั้นผู้ค้าส่งรายใหญ่จะจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งรายย่อยต่อไป

### ระบบการนำเข้า

#### 1. โควตาการสั่งเข้า

รัฐบาลญี่ปุ่นกำหนดให้มีโควตาสั่งเข้าสำหรับปลาหมึกมีชีวิตสด ปลาหมึกสดแช่แข็ง ปลาหมึกใส่เกลือทำเค็มหรือตากแห้ง เท่านั้น ทั้งนี้เพื่อที่จะคุ้มครองอุตสาหกรรมการประมงในประเทศ แต่ถ้าเป็นปลาหมึกกระดองชนิด *mongo-ika* แล้วไม่มีโควตาสั่งเข้าแต่อย่างใด ส่วนปลาหมึกที่ทำอยู่ในรูปอื่น เช่น ต้มสุกแล้วอย่าง ปิ้ง ทำการปรุงรสด้วยซอสหรือปรุงรสเป็นอาหารอื่น ๆ บรรจุกระป๋อง รมควัน เป็นต้น สามารถสั่งเข้าประเทศได้โดยไม่



ภาพที่ 6 วิถีการตลาดผลไม้ในญี่ปุ่น  
ที่มา : (JETRO , 1987)

## จำกัดจำนวน

### 2. อัตราภาษี

รัฐบาลญี่ปุ่นได้กำหนดให้มีการเก็บภาษีขาเข้าสำหรับปลาหมึกสดแช่แข็งในอัตราต่าง ๆ (ขึ้นกับแหล่งที่มา) โดยมีอัตราสูงสุด คือร้อยละ 10 ซึ่งเป็นอัตราทั่วไปจนถึงอัตราต่ำสุด คือ ร้อยละ 5 ซึ่งเป็นอัตราที่ใช้กับประเทศผู้ส่งออกที่เป็นสมาชิกแกตต์ (ตารางที่ 15)

### 3. กฎระเบียบ

ญี่ปุ่นไม่อนุญาตให้นำเข้าปลาหมึกโดยเสรี (ยกเว้นปลาหมึกกล้วย) ตามที่กฎหมายเกี่ยวข้องกับอนามัยอาหาร (Food Sanitation Law) เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต้องตรวจสอบอาหารทุกชนิดที่นำเข้าประเทศ โดยเจ้าหน้าที่ด่านกักกันโรคจะทำการตรวจสอบตัวอย่างกรณีจำเป็นและอนุญาตให้นำเข้าได้เมื่อผ่านการตรวจสอบแล้ว ส่วนที่ไม่ผ่านการตรวจสอบจะถูกส่งคือประเทศผู้ส่งออก หรือมีฉลากที่ทำลายเสีย การนำเข้าจากประเทศที่มีโรคหวัดระบาดจะต้องมีใบรับรองว่าปลอดโรค ออกโดยหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งออก

### การตรวจสอบคุณภาพ

ปลาหมึกสดแช่แข็งอยู่ในสถานะเช่นเดียวกับอาหารประเภทอื่น ๆ ที่นำเข้านั้นคือ รัฐบาลญี่ปุ่นให้ความสนใจกับคุณภาพ และมาตรฐานด้านสุขภาพอนามัยเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค

สำหรับปลาหมึกสดแช่แข็งนั้นพบว่ามีปัญหา 2 ประการ ได้แก่ สภาพความสด และเชื้อโรค เช่น เชื้อแบคทีเรีย และเชื้อหวัด รวมถึงสารตกค้างในตัวปลาหมึก ได้แก่ สารแคดเมียม ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสนใจนับตั้งแต่เมื่อนำปลาหมึกขึ้น จนถึงโรงงาน

ตารางที่ 15 อัตราอากรขาเข้าสำหรับปลาหมึกสดแช่แข็งที่ญี่ปุ่นเรียกเก็บ

Description	Rate of Duty (KG.)		
	General	GATT	Preferential Temporary
Cuttle fish ( <i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i> , <i>Sepido</i> spp.) and Squid ( <i>Ommastrephes</i> spp. , <i>Loligo</i> spp., <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp. )			
- Frozen	10%		5%
- mango iha			
- other			
Octopus ( <i>octopus</i> spp.)			
- Frozen	10%		5% * Free

ที่มา : (Japan Tariff Association , 1993)

ผลิต ตามกฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยของอาหาร (Food Sanitation Low No.233 ซึ่งมีผล  
บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ.2490) นั้นกำหนดให้ผู้นำเข้าอาหารทุกชนิดต้องแจ้ง  
การนำเข้าให้กระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ (Ministry of Health and Welfare)  
ทราบ ด้วยการส่งเอกสารแจ้งรายละเอียด (Import Notification of Food) จำนวน  
2 ชุด ผ่านทางสำนักงานตรวจสอบ (Food Sanitation Inspection offiecs) ซึ่งตั้ง  
อยู่ตามท่าเรือและท่าอากาศยานต่าง ๆ ของญี่ปุ่น ในทันทีที่ปลาหมึกสดแช่แข็งถึงประเทศญี่ปุ่น  
จากนั้นเจ้าหน้าที่ก็จะทำการตรวจสอบสินค้าดังกล่าวด้วยวิธีสุ่มตัวอย่าง สำหรับมาตรฐานของ  
ปลาหมึกสดแช่แข็งที่จะนำไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นได้นั้น สมาคมผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหาร  
ทะเลของญี่ปุ่น (Japan Marine Products Importers Association) เป็นผู้กำหนด  
รายละเอียดของมาตรฐานที่จะใช้ในการพิจารณา ซึ่งประกอบด้วย

- สินค้าหรือรูปร่างต้องอยู่ในสภาพดี หมายถึง ส่วนหัว ลำตัว และหนวดจะต้อง  
ไม่หลุดออกจากกัน หรือถูกทำลายหายไป นอกจากนี้ผิวของลำตัวต้องไม่มีริ้วรอยฉีก หรือ  
ลอกออก

- สินค้าต้องมีความสด และไม่มีกลิ่นเหม็น

- อุณหภูมิของตัวปลาหมึกภายหลังผ่านกระบวนการเก็บรักษาตั้งแต่ประเทศผู้ส่งออก  
จนถึงด่านนำเข้าจะต้องอยู่ในระดับ -18 องศาเซลเซียส หรือต่ำกว่านี้

- สินค้าต้องมีสีสรรสดใสรองงามตามธรรมชาติไม่มีสีสังเคราะห์อื่นเจือปน

- เครื่องในของปลาหมึกจะต้องดึงออกทั้งหมด ไม่มีเศษหลงเหลืออยู่โดยที่ส่วนหัว  
ยังคงอยู่ในตำแหน่งเดิมและลำตัวด้านในของปลาหมึกสะอาด

- น้ำหนักสุทธิของปลาหมึกจะต้องมากกว่าน้ำหนักตามที่แสดงไว้บนบรรจุภัณฑ์ราว

ร้อยละ 5

- ปลาหมึกสดที่แช่แข็งแล้วแต่ละก้อนจะต้องอยู่ในถุงพลาสติก และบรรจุลงใน  
กล่องกระดาษแข็งที่มีขนาดเดียวกับปลาหมึกสดแช่แข็ง ฟากกล่องบรรจุต้องปิดให้สนิทและผนึกให้  
แน่นหนาปิดชิด เพื่อความสะอาดและทนทานในระหว่างขั้นตอนการขนส่ง

- จำนวนจุลินทรีย์ที่อาจพบได้

- สิ่งเจือปน

รวมตลอดถึงการกำหนดวิธีการที่จะใช้ในการตรวจสอบ การสุ่มตัวอย่าง กำหนดมาตรฐาน เมื่อเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องทำการตรวจสอบสินค้าแล้ว หากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่ต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ ก็จะได้รับอนุมัติให้ส่งเข้าไปจำหน่ายภายในประเทศได้ต่อไป แต่ถ้าหากสินค้ามีคุณภาพต่ำหรือมีเชื้อโรคเจือปนอยู่จะถูกทำลายทิ้ง หรือส่งกลับประเทศผู้ส่งออก

## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยโดยอาศัยแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (The Model of Market Share Analysis) เพื่อให้ทราบการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยอะไรบ้าง และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งแล้วประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบคู่แข่งในตลาดเหล่านั้นอย่างไร

และจากตารางที่ 16 จะเห็นว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่นลดลง กล่าวคือ ในปี 2528 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 8.65 และลดลงเหลือร้อยละ 7.28 ในปี 2535 ขณะที่โมร็อกโคและมอนริตาเนียมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากในปี 2528 โมร็อกโคและมอนริตาเนียมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 16.14 และ 14.03 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 34.08 และ 22.05 ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งโดยอาศัยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดนั้น พอสรุปได้ดังนี้

#### การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในประเทศญี่ปุ่น

ผลการวิเคราะห์ที่ใช้ข้อมูลปริมาณการส่งออกรายปีเฉลี่ยระหว่างปี 2528 - 2531 และระหว่างปี 2532-2535 (ตารางที่ 17) เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการส่งออกในปีใดปีหนึ่ง และเป็นช่วงระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 และ 6 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่น (ตารางที่ 18 และ 19) จะเห็นว่าระหว่างปี 2528-2531 และ 2532-2535 นั้นส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยนั้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.82 เป็นร้อยละ 7.65 เช่นเดียวกับโมร็อกโคที่ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.58 เป็นร้อยละ 32.78 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของมอนริตาเนียกลับลดลงจากร้อยละ 21.81 เป็นร้อยละ 20.70 ในช่วงระยะเวลา

ตารางที่ 16 ส่วนแบ่งตลาด และร้อยละของการเปลี่ยนแปลงการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของผู้นำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ระหว่างปี 2528-2535

	ไทย		โมร็อกโก		มอนริคาเนีย		โปแลนด์		อาร์เจนตินา		ประเทศอื่น ๆ		รวมทุกประเทศ	
	ส่วนแบ่ง	ร้อยละ	ส่วนแบ่ง	ร้อยละ	ส่วนแบ่ง	ร้อยละ	ส่วนแบ่ง	ร้อยละ	ส่วนแบ่ง	ร้อยละ	ส่วนแบ่ง	ร้อยละ	ส่วนแบ่ง	ร้อยละ
	ตลาด	ของการเปลี่ยนแปลง	ตลาด	ของการเปลี่ยนแปลง	ตลาด	ของการเปลี่ยนแปลง	ตลาด	ของการเปลี่ยนแปลง	ตลาด	ของการเปลี่ยนแปลง	ตลาด	ของการเปลี่ยนแปลง	ตลาด	ของการเปลี่ยนแปลง
2528	8.65		16.14		14.03		8.38		2.74		50.05		100	
2529	5.25	-15.80	16.09	-29.10	21.46	8.79	8.88	-24.65	3.68	-4.51	44.63	-36.58	100	-28.88
2530	5.44	-4.29	15.62	-10.24	27.24	17.38	5.20	-45.88	4.32	8.44	42.18	-12.60	100	-7.53
2531	4.67	9.88	15.95	30.64	19.56	-8.15	1.63	-59.94	0.60	-82.35	57.59	74.65	100	27.92
2532	6.80	1.16	23.83	3.82	26.94	-4.25	0.22	-90.51	0.42	-51.44	41.79	-49.56	100	-30.49
2533	8.33	13.96	31.61	17.67	17.95	-40.91	2.62	147.93	2.62	457.97	38.42	-18.34	100	-11.29
2534	7.96	9.85	39.53	50.80	15.66	5.22	1.40	279.97	1.40	-35.20	33.49	4.94	100	20.57
2535	7.28	1.49	34.08	-4.43	22.05	56.10	2.22	36.29	2.22	75.50	31.96	5.84	100	10.88

ที่มา : (จากการคำนวณข้อมูลตารางที่ 14)

ตารางที่ 17 ปริมาณปลาหมึกสดแช่แข็งที่ญี่ปุ่นนำเข้าจากไทย โมร็อกโค มอนริตานิเย และ  
รวมทุกประเทศ เฉลี่ยปี 2528-2531 และปี 2532-2535

(หน่วย : ตัน)

ปี	ปริมาณปลาหมึกสดแช่แข็งที่ญี่ปุ่นนำเข้าจากไทย			
	ไทย	โมร็อกโค	มอนริตานิเย	รวมทุกประเทศ
2528	18,291.58	34,144.08	29,667.53	211,486.71
2529	7,902.67	24,206.78	32,274.35	150,410.73
2530	7,563.44	21,729.08	37,884.19	139,086.31
2531	8,310.41	28,387.34	34,798.51	117,924.02
เฉลี่ย 2528-2531	10,517.03	27,116.82	33,656.15	154,726.94
2532	8,406.75	29,469.84	33,318.90	123,674.97
2533	9,580.45	34,678.31	19,687.84	109,708.60
2534	10,524.56	52,293.44	20,716.48	132,275.81
2535	10,681.31	49,978.60	32,338.13	146,661.27
เฉลี่ย 2532-2535	9,798.27	41,605.05	26,515.34	128,105.16

ที่มา : (Japan Tariff Association , 1985-1992)

**ตารางที่ 18** ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของ ไทย  
 โมร็อกโก มอนริตาเนียในตลาดญี่ปุ่นระหว่างปี 2528-2531 และปี 2532-2535  
 (หน่วย : ตัน)

ประเทศ	ปริมาณนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่น			
	เฉลี่ยปี	ร้อยละของ	เฉลี่ยปี	ร้อยละของ
	2528-2531	ส่วนแบ่งตลาด	2532-2535	ส่วนแบ่งตลาด
ไทย	10,517.03	6.82	9,798.27	7.65
โมร็อกโก	27,116.82	17.58	41,605.05	32.48
มอนริตาเนีย	33,656.15	21.81	26,515.34	20.70
รวมทุกประเทศ	154,276.54	100.00	128,105.16	100.00

ที่มา : (จากตารางที่ 17)

ความสามารถในการส่งออก (Potential export) .

ส่วนแบ่งตลาดของไทยปี 2528-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2535 ( $S_u$ )

$$S_u = 0.0682 * 128,105.16 = 8,736.77$$

ส่วนแบ่งตลาดของมอโรคโคปี 2528-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2535 ( $S_p$ )

$$S_p = 0.1758 * 128,105.16 = 22,520.89$$

ส่วนแบ่งตลาดของมอนริตาเนียปี 2528-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2535 ( $S_m$ )

$$S_m = 0.2181 * 128,105.16 = 27,239.74$$

**ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของ ไทย โมร็อกโค และมอนิตาเนีย  
ในตลาดญี่ปุ่น**

(หน่วย : ตัน)

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากโมร็อกโค		จากมอนิตาเนีย	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	-718.76	-100.00	14,488.23	100.00	-7,140.81	-100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากขนาดของตลาด	-1,780.26	-247.68	-4,595.93	-31.72	-6,416.41	-89.85
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน	1,061.50	147.68	19,084.16	131.72	-724.40	-10.15

ที่มา : (จากตารางที่ 17 และ 18)

ดังกล่าวนี้เองปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่นลดลง 718.76 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลที่เกิดจากขนาดตลาดลดลง 1,780.26 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 247.68 และ เป็นผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 1,061.50 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 147.68 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศโมร็อกโกที่เป็นประเทศคู่แข่ง จะพบว่าประเทศโมร็อกโกเสียเปรียบในด้านการขยายตัวของตลาด แต่ได้เปรียบในด้านการแข่งขันในตลาดนี้กล่าวคือ ปริมาณการส่งออกของโมร็อกโกในช่วงระยะเวลาเดียวกันได้เพิ่มขึ้นจาก 27,116.82 ตัน เป็น 41,605.05 ตัน หรือเพิ่มขึ้น 14,488.23 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงเนื่องการขยายขนาดของตลาดลดลง 4,595.93 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.72 และเป็นผลจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 19,084.16 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 131.7 ส่วนประเทศมอนริตาเนียซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งอีกประเทศหนึ่งในตลาดนี้ของไทย โดยในช่วงระยะเวลาเดียวกันมีปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งลดลง 7,1401.81 ตัน ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาดลดลง 6,416.41 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.85 และเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดลดลง 724.40 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.15

จากผลการวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่น จะเห็นว่าประเทศไทยเสียเปรียบในด้านขนาดตลาดเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ ลดลงถึงร้อยละ 247.68 ในขณะที่โมร็อกโกและมอนริตาเนียมีขนาดตลาดลดลงเพียงร้อยละ 31.72 และ 89.85 ตามลำดับ ส่วนในด้านการแข่งขันประเทศไทยได้เปรียบมากที่สุด กล่าวคือ ผลจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 147.68 รองลงมาได้แก่ โมร็อกโก คือ ผลจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 131.72 และมอนริตาเนียเสียเปรียบมากที่สุด คือ ลดลงร้อยละ 10.15 ดังนั้นการเพิ่มการแข่งขันในตลาดญี่ปุ่นนี้จะทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์สูงสุด สาเหตุที่ทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบในด้านการขยายขนาดของตลาดก็เป็นผลเนื่องมาจากสินค้าของโมร็อกโกและมอนริตาเนียเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่นก่อนไทย และประสิทธิภาพทางการตลาดของโมร็อกโก และมอนริตาเนียค่อนข้างสูง ในขณะที่ประเทศไทยยังประสบปัญหาในด้านการส่งเสริมการจำหน่าย การให้บริการแก่ลูกค้าในตลาดญี่ปุ่นเพราะว่าขาดแคลนข้อมูล และบุคลากรในด้านนี้ ส่วนในด้านการแข่งขันประเทศไทยได้เปรียบโมร็อกโกและมอนริตาเนีย

เนื่องจากสินค้าไทยมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดมากขึ้น และมีต้นทุนการผลิตต่ำทำให้ได้เปรียบในด้านราคาแข่งขัน

## บทที่ 6

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

ปัจจุบันเมื่อพิจารณาถึงสินค้าสดน้ำของไทย ที่เหมาะสมจะเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรม การแปรรูปเพื่อการส่งออก และได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ คือ ปลาหมึกสดแช่แข็ง อันนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศใน ปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดเวลา เนื่องจาก พฤติกรรมการบริโภคหันมาสนใจบริโภคอาหารทะเลเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการแข็งตัวของเงิน สกุลต่าง ๆ ของประเทศคู่ค้า นอกจากนี้ยังช่วยให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นช่วยพัฒนาอุตสาหกรรม มาต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมท่อเรือ เป็นต้น

ในด้านตลาดต่างประเทศปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยเพิ่มขึ้นจาก 39,831 ตัน ในปี 2524 เป็น 62,460 ตัน ในปี 2534 โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 36.23 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน และสิงคโปร์ เป็นต้น โดยเฉพาะ ตลาดญี่ปุ่นและอิตาลีนั้นประเทศไทยได้ส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งรวมกันประมาณร้อยละ 71 ของ ปริมาณการส่งออกของไทย กล่าวคือ ในปี 2534 ไทยส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งไปญี่ปุ่นร้อยละ 43.73 และอิตาลีร้อยละ 27.72 ถึงแม้ว่าปริมาณการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยจะมี แนวโน้มเพิ่มขึ้นก็ตาม แต่ก็มีปัญหาด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของ ไทย ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจของผู้นำเข้า ปัญหาการกีดกันทางการค้าโดยการตั้งมาตรฐาน สินค้าให้สูงขึ้น การกำหนดโควตา การตั้งกำแพงภาษี ปัญหาด้านการขนส่ง เนื่องจากการ พาณิชย์นาวีของไทยยังไม่ค่อยเจริญเท่าที่ควรทำให้การขนส่งล่าช้า และต้นทุนการส่งออกสูงขึ้น เป็นต้น รวมทั้งปัญหาการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกด้วยกันซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น และในด้านการบริการทางด้านข่าวสารการค้าของไทยยังล่าช้าไม่ต่อเนื่องทำให้ไทยต้อง เสียโอกาสทางการตลาดเป็นจำนวนมาก อีกทั้งปัญหาปลาหมึกสดแช่แข็งที่ญี่ปุ่นนำเข้าจากไทยมี

การตัดราคากันมากระหว่างผู้นำเข้าของญี่ปุ่น จึงทำให้บางครั้งราคาที่ญี่ปุ่นเสนอมาทางผู้ส่งออกของไทยรับไม่ได้ เนื่องจากสินค้าได้ผ่านมือคนกลางหลายคนทำให้ราคาของไทยค่อนข้างแพง ผู้ส่งออกของไทยจึงต้องลดคุณภาพและน้ำหนักลงเพื่อให้ขายได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาคุณภาพของปลาหมึกสดแช่แข็ง ที่ญี่ปุ่นเน้นเกี่ยวกับเชื้ออหิวาตกโรคเป็นอย่างมาก เพราะหากตรวจพบสินค้าที่ถูกส่งไปจะถูกทำลายทันที โดยทั่วไปปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำทะเลใหญ่เป็นผลมาจกขั้นตอนการผลิตนับตั้งแต่การจับสัตว์น้ำจนถึงการแปรรูป ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่รัฐบาลและภาคเอกชนผู้ส่งออกต้องร่วมมือกันแก้ไขให้หมดไป เพื่อให้สามารถส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งได้มากขึ้น อันจะนำมาซึ่งภาวะเศรษฐกิจที่ดีของประเทศ

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ระหว่างปี 2528-2831 และระหว่างปี 2532-2535 ปรากฏว่า ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ไทยได้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.82 เป็นร้อยละ 7.65 และมีปริมาณการส่งออกลดลงเป็น 718.76 ตัน ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดทำให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 147.68 และผลจากการขยายขนาดตลาดทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 247.68 ดังนั้นแสดงว่าในระยะเวลาที่ผ่านมาไทยดำเนินนโยบายด้านการแข่งขันในตลาดประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากคุณภาพและมาตรฐานสินค้าไทย การรับประกันคุณภาพ การจัดการของปลาหมึกสดแช่แข็ง รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การลดภาษีขาออก การส่งเสริมการลงทุน ทำให้ไทยได้เปรียบในด้านราคาแข่งขัน สำหรับด้านการขยายขนาดตลาดของไทยในตลาดญี่ปุ่นยังเสียเปรียบโมร็อกโค และมอนริตาเนียอยู่มาก ทั้งนี้เนื่องจากการขาดข้อสนเทศเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในญี่ปุ่น และสินค้าของโมร็อกโคและมอนริตาเนียเป็นที่รู้จักในตลาดมากกว่าสินค้าไทย ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาดมากขึ้น ซึ่งจะทำได้ประโยชน์ในด้านการขยายขนาดตลาดมากขึ้น ดังนั้นในอนาคตการที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดสำคัญของไทย ควรให้ความสำคัญในด้านการขยายขนาดตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนด้านการแข่งขันควรทำเช่นที่ผ่านมา และพยายามปรับปรุงโดยศึกษานโยบายการแข่งขันของโมร็อกโค และมอนริตาเนียเป็นแบบอย่าง

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาภาวะการผลิต การตลาดและการส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย รวมทั้งการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยในประเทศญี่ปุ่นนั้น ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาตลาดส่งออก และเป็นแนวทางในการรักษาและขยายขนาดของส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มมากขึ้นสามารถสรุป และเสนอแนะในประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. จากผลการศึกษารายละเอียดของตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่น พบว่าประเทศไทยยังได้รับประโยชน์จากการขยายขนาดตลาดน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ โมร็อกโก และมอนริตาเนีย ในการส่งออกนอกจากจะต้องอาศัยการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพของภาคเอกชนแล้ว รัฐบาลก็ควรให้การสนับสนุนด้วยเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกและส่วนแบ่งตลาด โดยเฉพาะผลในการขยายขนาดของตลาดน่าจะมีการปฏิบัติดังต่อไปนี้

1.1 รัฐบาลควรลดขั้นตอนการส่งออกที่ไม่จำเป็น และก่อให้เกิดความล่าช้า รวมทั้งการจัดระบบเก็บภาษีให้มีความสะดวกมากขึ้น ไม่จัดเก็บภาษีซ้ำซ้อน เช่น การปรับปรุงระบบตรวจสอบคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการส่งออก

1.2 ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักของตลาดต่างประเทศมากขึ้น เช่น ร่วมมือกับผู้ส่งออกในการนำผลิตภัณฑ์ไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยได้มีโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับโลก นอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักของตลาดต่างประเทศแล้ว ยังทำให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกได้เรียนรู้เทคนิคการผลิตอาหาร การบรรจุหีบห่อ จากประเทศผู้ผลิตอาหารอื่น ๆ ที่สำคัญเพื่อนำมาปรับปรุงเทคนิคการผลิตของไทยอีกด้วย

1.3 ข้อมูลความต้องการของตลาดต่างประเทศ มีความสำคัญต่อการวางแผนการผลิต เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าแต่ละตลาดย่อมแตกต่างกันไป ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะสำนักงานทูตพาณิชย์ และสถานทูตไทยในต่างประเทศควรเพิ่มบทบาทด้านการเจาะตลาดต่างประเทศที่อยู่ภายใต้การดูแลของตน ด้วยการส่งข่าวสารข้อมูลทางการค้า ตลอดจนมาตรการการนำเข้าของแต่ละประเทศที่ประกาศการเปลี่ยนแปลง โดยส่งข่าวให้ผู้

ประกอบการผลิตเพื่อการส่งออกทราบเหตุการณ์โดยรวดเร็วและถูกต้อง จะได้ดำเนินการได้ทัน  
 ท่วงที

1.4 ควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการใช้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์  
 แก่ผู้บริโภคให้มากขึ้นและทั่วถึง รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น รสนิยม ทัศนคติของ  
 สินค้าที่ต้องการบริโภค เพื่อให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น

2. จากการศึกษาพบว่า การที่ประเทศไทยได้เปรียบในด้านการแข่งขันก็เพราะ  
 สินค้าที่ผลิตส่งออกเน้นคุณภาพต้องได้มาตรฐานต่างประเทศ เพราะต้องผ่านการตรวจสอบอย่าง  
 เคร่งครัด แต่ก็ยังมีผู้ส่งออกบางรายส่งสินค้าคุณภาพต่ำไปจำหน่ายต่างประเทศในราคาที่ถูก  
 นอกจากจะเป็นการตัดราคาสินค้าไทยด้วยกันแล้ว ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำเหล่านี้เกิดไปเสียหาย  
 ในตลาดต่างประเทศ ทำให้ตลาดขาดความเชื่อมั่นในสินค้าไทยบางครั้งก็เลิกการสั่งซื้อหรือห้าม  
 นำเข้าอีกต่อไป ซึ่งเท่ากับทำลายตลาดไปอย่างน่าเสียดาย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น  
 กระทรวงพาณิชย์ หรือสมาคมอุตสาหกรรมไทยควรจัดระเบียบผู้ส่งออก โดยกำหนดให้ผู้ส่งออก  
 เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป รวมทั้งกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ส่งออกที่ไม่รักษา  
 ชื่อเสียงของประเทศ โดยการส่งออกสินค้าที่ต่ำกว่ามาตรฐานที่ตกลงไว้กับลูกค้า นอกจากนี้  
 สมาคมควรจะมีบทบาทในการกำหนดราคาส่งออกร่วมกัน เพื่อป้องกันการตัดราคาตัวเองของ  
 ผู้ส่งออก

3. ในอนาคตข้างหน้าตลาดญี่ปุ่นจะทวีความรุนแรงด้านการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้น  
 ในการรักษาส่วนแบ่งตลาดของไทยเอาไว้ กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ คือ ต้องพยายามรักษาคุณภาพ  
 สินค้าให้ได้มาตรฐานของญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้า มีรูปแบบการบรรจุหีบห่อที่สวยงามเพื่อ  
 จูงใจผู้บริโภค มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม รวมทั้งมีข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดและคู่แข่งขึ้น  
 เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดอยู่เสมอ

4. เป็นที่น่าสังเกตว่าในกรณีการพินิจพิจารณาเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่น  
 นั้น ผลกระทบทั้งหลายขึ้นอยู่กับนโยบายการผลิตและการนำเข้าปลาหมึกสดแช่แข็งของญี่ปุ่นเป็น  
 สำคัญ โดยที่ประเทศผู้ส่งออกทั้งหลายไม่สามารถจะควบคุมได้ สำหรับนโยบายที่พอทำได้ คือ  
 การที่รัฐบาลไทยควรเจรจาขอให้รัฐบาลญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าปลาหมึกโดยเสรี และลดภาษี  
 ปลาหมึกสดแช่แข็งให้ต่ำลง ในการเจรจานั้นไม่ควรจะเน้นเพียงแต่เรื่องการค้าเสรีหรือการ

ปลอดภัยเท่านั้น แต่ควรเน้นในเรื่องการได้มาซึ่งตลาดต่างประเทศที่ยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลรายการอื่น ๆ ด้วย มาตรการอื่น คือ การเดินทางไปสร้างความสัมพันธ์ทางการค้ากับผู้นำเข้าญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกันก็เป็นโอกาสที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ผู้นำเข้าญี่ปุ่นด้วย เช่น การเข้าร่วมงาน JAPAN FOODS'93 ที่ญี่ปุ่น เป็นต้น

5. ในอนาคตผู้ส่งออกปลาหมึกสดแช่แข็งของไทย ควรกระจายชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกให้หลากหลายกว่าประเทศคู่แข่ง โดยส่งออกในรูปแบบของอาหารปรุงแต่งสำเร็จรูปแช่แข็งหรืออาหารทอดกึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง ซึ่งจะช่วยให้ตลาดปลาหมึกสดแช่แข็งของไทยขยายได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแล้ว ยังช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกด้วย แต่ทั้งนี้ต้องสร้างความมั่นใจให้กับผู้นำเข้าญี่ปุ่นในด้านมาตรฐานสินค้าและสุขอนามัยในการผลิตด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ . 2524-2534 . สถิติการประมงแห่งประเทศไทย .  
กรุงเทพมหานคร : (อัดสำเนา) .
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2532 . "สถานการณ์ทั่วไปและสถานการณ์ส่งออกสินค้าประมงของ  
ไทยปี 2532" . สรุปสถานการณ์ส่งออกสินค้าเกษตร ประมง และอุตสาหกรรม ปี 2532  
แนวโน้มปี 2533 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ข่าวพาณิชย์ . น. : 64-93 .
- \_\_\_\_\_ . 2527-2534 . สถิติการส่งออก-นำเข้าสินค้าของประเทศไทย .  
กรุงเทพมหานคร : (อัดสำเนา) .
- จิราวุธ อิศรางกูร ณ อยุธยา . 2525 . มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมปลาหมึกเยือกแข็ง .  
กรุงเทพมหานคร : (อัดสำเนา) .
- ชวลิต วงศ์โรจน์ . 2535 . การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลไม้สดของไทยในประเทศญี่ปุ่น .  
กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง .
- ทรงพล เจตนาวณิชย์ . 2524 . การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทานของสินค้า  
สัตว์น้ำ . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .
- ธรรมณู พงษ์ศรีกูร . 2532 . รายงานวิจัยเรื่องศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์  
สัตว์น้ำเยือกแข็ง . คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ , สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ .
- นิรนาม . 2533 . "แนวโน้มการส่งออกสินค้าประมงของไทย" . วารสารเศรษฐกิจธนาคาร

กรุงเทพ จำกัด . ( 5 กุมภาพันธ์ 2533 ) : น. 36 , 87 .

นุศรา ศิริวารณ . 2531 . การวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งของไทย . กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

เรืองไร โตกฤษณะ และคณะ . 2528 . ระบบตลาดปลาหมึกสดในประเทศไทย . งานวิจัยสังคมศาสตร์การประมงแห่งเอเชีย , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

วิสูตร วิเศษจินดา . 2524 . การวิเคราะห์เศรษฐกิจของตลาดส่งออกสินค้าสัตว์น้ำไทย . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

สิทธิชัย ไกรสิทธิศิรินทร และคณะ . 2531 . "การพัฒนาอุตสาหกรรมปลาหมึกสดแช่แข็งเพื่อการส่งออก" . จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ . ( 3 กันยายน 2531 ) : น. 40-48 .

สิริวารณ เจริญทัศน์ศิริ . 2534 . การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกสินค้าประมงที่สำคัญของประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

สุจิตรา บัวแถม . 2532 . การวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาหมึกของประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ . 2527-2534 . ข้อมูลสถิติการค้าของประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : ( อัดสำเนา ) .

\_\_\_\_\_ . 2535 . การค้ากุ้งสดและปลาหมึกสดแช่แข็งของประเทศไทย . ( เมษายน

2535) : W. 28-45 .

Cramer , G.L. and G.L. Ochaner 1975 . "An Economic Analysis of the  
Export Market for Montana Wheat" . Montana Agricultural Experi-  
mentstation Bulletin 679 . (March 1975) .

Food and Agriculture Organization of the United Nation . 1989 . FAO  
Yearbook Fishery Statistics . (69) .

Japan Tariff Association . 1985-1992 . Japan Exports and Imports  
Commodity by Country .

\_\_\_\_\_ . 1993 . Custom Tariff Schedules of Japan 1993 : p. 31 .

JETRO . 1985-1992 . JAPAN TRADE DIRECTORY : p. 54 .

\_\_\_\_\_ . 1993 . "Japan 's Cuttlefish/Squid and Octopus Market" .  
Traedscope . 13(7) : pp. 9-16 .

ภาคผนวก

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมปลาหมึกแช่แข็ง

(STANDARD FOR FROZEN CUTTLE FISH ,SQUID AND OCTOPUS)

1. ขอบข่าย

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้กำหนดชนิดและแบบ ขนาด ส่วนประกอบ สารปนเปื้อน คุณลักษณะที่ต้องการ สัญลักษณ์ ปริมาณ เครื่องหมายและฉลาก การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน และการวิเคราะห์ การตรวจสอบปลาหมึกแช่แข็ง

2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

2.1 ปลาหมึก หมายถึง สัตว์น้ำที่อยู่ในวงศ์ โอลิจินิดี (Loliginidae), ซีปีไลดี (Sepiidae) และออกโตพอดิดี (Octopodidae) หรือที่มีชื่อสามัญว่า ปลาหมึกกล้วย ปลาหมึกกระดอง และปลาหมึกสาย ตามลำดับ

2.2 ปลาหมึกแช่แข็ง หมายถึง ปลาหมึกที่ผ่านกรรมวิธีเยือกแข็งโดยผ่านจุดสูงสุดของการตกผลึกอย่างรวดเร็วให้บริเวณจุดกึ่งกลางก้อนมีอุณหภูมิไม่สูงกว่า -18 องศาเซลเซียสสม่ำเสมอตลอดเวลา

2.3 น้ำเคลือบ หมายถึง น้ำหรือน้ำที่มีสารอื่นผสมอยู่ด้วย ใช้เคลือบเพื่อป้องกันการระเหยของน้ำออกจากเนื้อปลาหมึก

2.4 สิ่งแปลกปลอม หมายถึง วัตถุอื่น ๆ ซึ่งไม่ใช่ส่วนของปลาหมึกและน้ำเคลือบ

3. ชนิดและแบบ

3.1 ปลาหมึกแช่แข็งแบ่งออกเป็น 7 ชนิด คือ

1. ปลาหมึกทั้งตัว (whole round) ได้แก่ ปลาหมึกที่มีอวัยวะทุกส่วนครบ

ตามธรรมชาติ หรือได้เอาเฉพาะงูหมึกออกแล้ว

2. ปลาหมึกซีกไส้ (whole cleaned, gutted) ได้แก่ ปลาหมึกทั้งตัว ที่ลอกหนัง เอาตา ปาก และอวัยวะภายในออกทั้งหมด

3. ปลาหมึกหลอด (tube) ได้แก่ ปลาหมึกซีกไส้ที่เอาหัวออก

4. ปลาหมึกวงแหวน (ring) ได้แก่ ปลาหมึกหลอดที่มาหั่นเป็นชิ้น ๆ ตามขวางของลำตัว

5. ปลาหมึกแผ่น (fillet) ได้แก่ ปลาหมึกหลอดที่ผ่าตามความยาวตลอด ลำตัว

6. ปลาหมึกเส้น (slice) ได้แก่ ปลาหมึกแผ่นที่นำมาหั่นเป็นชิ้น ๆ ตามขวางของลำตัว

7. ทนวดปลาหมึก (tentacle, leg, head) ได้แก่ ส่วนหัวของปลาหมึกที่ เอาตาและปากออกแล้ว

3.2 ปลาหมึกแช่แข็งแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

- แบบเป็นก้อน (block frozen)
- แบบแยกเป็นชิ้น/ตัว (individual quick frozen)

#### 4. ขนาด

ขนาดของปลาหมึกคิดเป็นจำนวนตัวต่อน้ำหนักเนื้อ 1 กิโลกรัม ให้เป็นไปตามที่กำหนดดังนี้

4.1 ปลาหมึกกล้วย

- ปลาหมึกทั้งตัว ไม่เกิน 5
- ปลาหมึกซีกไส้ ไม่เกิน 10 , 11/\* 20 และ 21/40
- ปลาหมึกหลอด ไม่เกิน 10 , 11/20 และ 21/40

#### 4.2 ปลาหมึกกระดอง

- ปลาหมึกชักไส้ ไม่เกิน 10 ,11/20 ,21/40 ,41/60 และเกิน 60 ขึ้นไป
- ปลาหมึกแผ่น 2/4 ,5/7 ,8/10 ,11/20 ,21/30 ,31/40 ,41/60 61/80 และเกิน 80 ขึ้นไป

#### 4.3 ปลาหมึกสาย

- ปลาหมึกทั้งตัว 5/10 ,16/25 ,26/40 และเกิน 40 ขึ้นไป

หมายเหตุ 11/\*20 หมายถึง จำนวนปลาหมึกไม่น้อยกว่า 11 ตัว แต่ไม่เกิน 20 ตัว

### 5. ส่วนประกอบ

#### 5.1 ปลาหมึก

#### 5.2 น้ำเคลือบ (อาจใช้หรือไม่ใช้ก็ได้)

### 6. คุณลักษณะที่ต้องการ

6.1 ลักษณะทั่วไป ปลาหมึกแช่แข็งในหีบห่อเดียวกันต้องเป็นปลาหมึกที่อยู่ในวงศ์เดียวกัน เมื่อละลายน้ำแข็งออกแล้วลักษณะเนื้อต้องมีความแข็งยึดหยุ่นดี มีสีของเนื้อและกลิ่นตามธรรมชาติของปลาหมึกสด ไม่มีจุดสีเหลือง ไม่มีสภาพการเสียน้ำ และปราศจากสิ่งแปลกปลอม การตรวจสอบให้ปฏิบัติตามข้อ 12.1

6.2 ความสม่ำเสมอของขนาด ปลาหมึกต้องมีขนาดสม่ำเสมอโดยน้ำหนักแต่ละตัวจะต่างไปจากน้ำหนักเฉลี่ยได้ไม่เกินร้อยละ + 15 ของน้ำหนักในแต่ละภาชนะบรรจุนั้น

6.3 ต่างที่ระเหยได้ทั้งหมดไม่เกิน 30 มิลลิกรัมต่อน้ำหนักปลาหมึก 100 กรัม การวิเคราะห์ปฏิบัติตามข้อ 12.2

## 7. สารปนเปื้อน

ปรอท ไม่เกิน 0.5 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม การวิเคราะห์ให้ปฏิบัติตามข้อ 12.3

## 8. จุลชีพ

8.1 จุลชีพในการทำปลาหมึกแช่แข็ง ให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดจุลชีพของอาหาร มาตรฐานเลขที่มอก. 34

8.2 จำนวนแบคทีเรียทั้งหมด ไม่เกิน  $1 \times 10^6$  โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม

8.3 เอสเคอริเชีย โคลิ (Escherichia coli) ค่า MPN ไม่เกิน 10 ต่อตัวอย่าง 1 กรัม

8.4 สตาฟีโลคอคคัส ออเรียส (Staphylococcus aureus) ค่า MPN ไม่เกิน 100 ต่อตัวอย่าง 1 กรัม

8.5 ซาลโมเนลลา (Salmonella) ต้องไม่พบในตัวอย่าง 25 กรัม

## 9. ปริมาณ

น้ำหนักสุทธิต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก

## 10. เครื่องหมายและฉลาก

10.1 ฉลากต้องเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับฉลาก สำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มาตรฐานเลขที่มอก. 31

10.2 ที่ภาชนะบรรจุปลาหมึกแช่แข็งทุกหน่วยอย่างน้อยต้องมีเลขอักษรหรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

- คำว่า "ปลาหมึก"
- ชนิดและแบบ
- ขนาด
- น้ำหนักสุทธิ
- วันเดือนปี หรือรหัสของรุ่นที่ทำ
- ชื่อและที่ตั้งของผู้ทำ หรือโรงงานที่ทำ หรือของผู้บรรจุ หรือของผู้จัดจำหน่าย
- ประเทศที่ทำ

ในกรณีใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

10.3 ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

## 11. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

### 11.1 ความหมายของคำที่ใช้ มีดังต่อไปนี้

- รุ่น หมายถึง ปลาหมึกแห้งซึ่งที่ทำจากปลาหมึกชนิดเดียวกัน มีกรรมวิธีในการทำเลือกแห้งอย่างเดียวกัน ขนาดบรรจุเท่ากัน และทำขึ้นในคราวเดียวกัน

- ขนาดตัวอย่าง หมายถึง จำนวนหน่วยของกล่องใหญ่ หรือขนาดบรรจุห่อเล็ก ที่ชักตัวอย่างจากรุ่นเดียวกัน

11.2 การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสินใจให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่าง ที่ได้กำหนดต่อไปนี้ หรืออาจใช้แผนการชักตัวอย่างอื่นที่เทียบเท่ากันทางวิชาการกับแผนที่กำหนดไว้

#### (1.) การชักตัวอย่าง

- ให้ทำโดยวิธีสุ่ม ณ ที่ทำการชักตัวอย่าง ตามขนาดตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ในตารางที่ 1 สดมภ์ที่ 2 แล้วเปิดออกชักตัวอย่างห่อเล็ก โดยวิธีสุ่มตามขนาดตัวอย่างที่กำหนดในตารางที่ 1 สดมภ์ที่

3 ตัวอย่างที่ได้ให้เก็บไว้ที่อุณหภูมิไม่สูงกว่า - 18. °C ตัวอย่างนี้เป็นตัวอย่างที่ใช้ในการตรวจสอบและวิเคราะห์

- ในการตรวจสอบลักษณะทั่วไป ขนาด ปริมาณ เครื่องหมาย และฉลาก ให้ตรวจทุกหน่วยของตัวอย่าง
- ในการวิเคราะห์ต่างที่ระเหยได้ทั้งหมด สารปนเปื้อน ให้ใช้ตัวอย่างรวม
- เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างปลาหมึกแช่แข็ง ต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดทุกรายการ จึงจะถือว่าปลาหมึกแช่แข็งรุ่นนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ตารางที่ 1 แผนการซึ่กตัวอย่าง

ขนาดรุ่น กล่องใหญ่	ขนาดตัวอย่าง กล่องใหญ่	ขนาดตัวอย่าง ห่อเล็ก
ไม่เกิน 50	2	2
51 ถึง 200	3	3
201 ถึง 600	4	4
601 ถึง 1500	5	5
1501 ถึง 3000	6	6
3001 ถึง 6000	7	7
6001 ขึ้นไป	8	8

## 12. การวิเคราะห์และการตรวจสอบ

ให้ใช้วิธีวิเคราะห์ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดวิธีวิเคราะห์อาหารตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ในระหว่างที่ยังไม่มีประกาศกำหนดมาตรฐานดังกล่าว ให้ใช้วิธีวิเคราะห์ต่อไปนี้

### 12.1 ลักษณะทั่วไป

ให้นำตัวอย่างปลาหมึกแช่แข็งแช่ในน้ำที่อุณหภูมิไม่สูงกว่า 30 องศาเซลเซียส จนน้ำแข็งที่จับตัวอย่างละลายหมด แล้วจึงตรวจลักษณะเนื้อและกลิ่น

### 12.2 ต่างที่ระเหยได้ทั้งหมด

#### 12.2.1 วิธีเตรียมตัวอย่าง

ให้ชั่งตัวอย่างที่ละลายน้ำทั้งหมดแล้วตามข้อ 12.1 จากแต่ละห่อเล็ก ให้ได้น้ำหนักรวมกันไม่น้อยกว่า 25 กรัม นำไปสับให้ละเอียด

#### 12.2.2 วิธีวิเคราะห์

ให้วิเคราะห์ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กุ้งเยือกแข็งมาตรฐานเลขที่ มอก.115 หมวด ข.

### 12.3 ปรอท

#### 12.3.1 วิธีเตรียมตัวอย่าง

ให้ใช้ตัวอย่างที่เตรียมได้ตามข้อ 12.2.1

#### 12.3.2 วิธีวิเคราะห์

ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC(1980) ข้อ 25.110-25.112

### 12.4 จุลินทรีย์

#### 12.4.1 วิธีเตรียมตัวอย่าง

- เพื่อวิเคราะห์แบคทีเรียทั้งหมด เอสเคอริเชีย โคลิ และ สตาฟีโลคอกคัส ออเรียส ให้ชั่งตัวอย่างก่อนที่จะละลายน้ำแข็งแต่ละห่อเล็กให้ได้น้ำหนักเท่า ๆ กัน เมื่อนำมารวมกันแล้วต้องได้น้ำหนักไม่น้อยกว่า 50 กรัม นำไปเตรียมตัวอย่างตามวิธีที่

กำหนดใน AOAC(1980) ชื่อ 46.014

- เพื่อวิเคราะห์ซาลโมเนลลา ให้ชั่งตัวอย่างก่อนที่จะละลายน้ำ  
แห้งออกจากแต่ละห่อเล็ก ให้ได้น้ำหนักห่อละ 25 กรัม นำไป  
ตีป่นและทำให้เจือจาง 1: 10 ด้วยแลกโตสบรอก

#### 12.4.2 วิธีวิเคราะห์

- จำนวนแบคทีเรียทั้งหมด ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC  
(1980) ชื่อ 46.015
- เอสเคอริเชีย โคลิ ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC  
(1980) ชื่อ 46.016
- สตาฟีโลคอกคัส ออเรียส ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC  
(1980) ชื่อ 46.017
- ซาลโมเนลลา ให้วิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดใน AOAC(1980)  
ชื่อ 46.054 - ชื่อ 46.065

#### 12.5 ปริมาณ

##### 12.5.1 ปลาหมึกแช่แข็งที่ใช้น้ำเคลือบ

นำห่อปลาหมึกแช่แข็งออกจากที่เก็บรักษาตัวอย่าง เปิดห่อออกทันที  
แล้วพ่นน้ำเย็นที่เป็นฝอยลงไป เขย่าเบา ๆ เพื่อละลายน้ำเคลือบที่  
แห้งตัวอย่างจนหมด ๓ คยตัวอย่างยังคงอยู่ในลักษณะเรียบร้อยแล้ว  
ใส่ในตะแกรงกลมซึ่งมีขนาดรูตะแกรง 2 มิลลิเมตร วางเอียงเป็น  
มุม 17 ถึง 20 องศา ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 20 เซนติเมตร  
หรือ 30 เซนติเมตร สำหรับปลาหมึกแช่แข็งที่มีน้ำหนักไม่เกิน 1  
กิโลกรัม หรือมากกว่า 1 กิโลกรัม ตามลำดับ เป็นเวลา 2 นาที

แล้วนำไปชั่งน้ำหนัก น้ำหนักที่ชั่งได้เป็นน้ำหนักสุทธิ

##### 12.5.2 ปลาหมึกแช่แข็งที่ไม่ใช้น้ำเคลือบ

นำปลาหมึกแช่แข็งออกจากที่เก็บตัวอย่าง แล้วเอาน้ำแข็งที่ติดอยู่

ภายนอกภาชนะบรรจุปลาหมึกแช่แข็งออกให้หมดซึ่งน้ำหนักทันที เปิด  
ภาชนะบรรจุออกเอาปลาหมึกแช่แข็งที่บรรจุอยู่ภายใน รวมทั้งเกล็ด  
น้ำแข็งและชิ้นส่วนของปลาหมึกออกให้หมด นำภาชนะนั้นไปล้าง  
ให้แห้งที่อุณหภูมิห้อง ซึ่งน้ำหนักภาชนะที่ทำให้แห้ง ผลต่างของ  
น้ำหนักสุทธิทั้งสองครั้งเป็นน้ำหนักสุทธิ

