



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

An Analysis on Export Potential of Thai Canned Pineapple to Japan

ของ
นางสาวสุรชวดี ปกจ่าย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2545

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

5/3/45

(ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร)

กรรมการปัญหาพิเศษ

5/3/45

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งสรรค์ โนชัย)

หัวหน้าภาควิชา

20/3/45

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาลัยอาชีวศึกษา พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

An Analysis on Export Potential of Thai Canned Pineapple to Japan



T098072

โดย

นางสาวสุรัชวดี ปกจ่าย

รฟ.
88567
2545

เสนอ

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 98072
วันเดือนปี..... - 0 0 0 0 0 0

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสะดวกแก่การดำเนินงาน (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

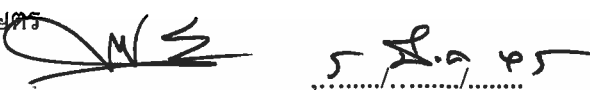
ชื่อเรื่อง: การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

โดย: นางสาวสุรชวดี ปกจ่าย

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ:



(วิรัช กระแสร์นัตร์)

อุตสาหกรรมแปรรูปสับประรดกระป๋องมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศในปีหนึ่งๆ เป็นจำนวนมาก ประเทศไทยสามารถส่งออกสับประรดกระป๋องได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก ปัจจุบันการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยในตลาดหลักที่สำคัญมีปริมาณลดลง เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดกับประเทศไทยและสหภาพยุโรปตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ประเทศไทยควรเพิ่มศักยภาพการส่งออกให้สูงขึ้น โดยขยายการส่งออกสับประรดกระป๋องไปในตลาดรอง เช่น ประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น ดังนั้นจึงสมควรทำการศึกษาศักยภาพการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 โดยชี้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของไทยในตลาดญี่ปุ่นในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 โดยอาศัยแบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด พร้อมทั้งวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นในระหว่างปี พ.ศ. 2524-2543 ซึ่งอาศัยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในรูปกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดาในการวิเคราะห์ผล

จากการศึกษา พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 และมากกว่าประเทศคู่แข่งขั้นที่ได้ทำการศึกษา คือ ประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 ดังนั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย แต่ความได้เปรียบของประเทศไทยกำลังลดลง เนื่องจากประเทศคู่แข่งขั้นทั้ง 2 ประเทศมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ทำให้ราคาสินค้าถูกกว่าประเทศไทย จึงสามารถขยายตลาดได้เพิ่มขึ้น

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประดกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศไทยได้ประโยชน์จากผลของการแข่งขันในตลาดมากกว่าประเทศฟิลิปปินส์ และได้ประโยชน์จากผลการขยายขนาดของตลาดมากกว่าประเทศอินโดนีเซีย

ส่วนผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในระหว่างปี พ.ศ. 2524-2543 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น คือ ราคาส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น และการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจากการใช้นโยบายลดค่าเงินบาท เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้งสาม มีค่าเท่ากับ -2.26, 6.45 และ 0.70 ตามลำดับ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสับประดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าประเทศคู่แข่งนั้น ฉะนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทย ภาครัฐบาลควรส่งเสริมให้เอกชนเน้นนโยบายด้านราคาและลดต้นทุนการผลิต โดยวางแผนการผลิตวัตถุดิบให้มีปริมาณและคุณภาพตรงกับความต้องการของโรงงาน และใช้นโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศญี่ปุ่นเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกให้มากขึ้น รวมทั้งโรงงานสับประดกระป๋องควรพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตให้เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ เพื่อพัฒนาการตลาดส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยให้ขยายตัวมากขึ้นในอนาคต

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จได้ ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร อาจารย์อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย อาจารย์สุภาวดี ปัททวีวงศ์ และอาจารย์ทุก ๆ ท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร ที่ให้คำแนะนำในการศึกษาปัญหาพิเศษนี้ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากทุกท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และน้องชาย ที่ให้กำลังใจในการศึกษามาโดยตลอด ขอขอบคุณเจริญเกียรติ โพธิ์ชัยยะ และ เพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือ และคอยเป็นกำลังใจในการทำงานตลอดมา

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้กรุณาให้ข้อมูล และให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และต้องขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ห้องคอมพิวเตอร์ และเจ้าหน้าที่ธุรการของสถาบันทุกท่าน คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

สุรชวดี ปกจ่าย
มีนาคม 2545

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
สารบัญตารางผนวก	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการศึกษา	6
นิยามศัพท์	7
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	9
การตรวจเอกสาร	9
สมมติฐานของการศึกษา	11
แนวคิดทางทฤษฎี	12
แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกสับปรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	23
บทที่ 3 การผลิต การตลาดและการส่งออกสับปรดกระป๋องของประเทศไทย	26
การผลิตสับปรดกระป๋องของประเทศไทย	26
การตลาดและการส่งออกสับปรดกระป๋องของประเทศไทย	33
มาตรการต่างๆ ของประเทศไทยที่มีต่ออุตสาหกรรมสับปรดกระป๋อง	47
นโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย	53
แนวทางการดำเนินงานพัฒนาสับปรดกระป๋องของประเทศไทย	54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการประเมินปัญหาและแนวทางการพัฒนาสับประดกระป๋องของประเทศไทย	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	58
ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประดกระป๋อง ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	58
ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประดกระป๋องของไทย ในตลาดญี่ปุ่น	61
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทย ไปประเทศญี่ปุ่น	67
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	72
สรุป	72
ข้อเสนอแนะ	74
เอกสารอ้างอิง	76
ภาคผนวก	80
ภาคผนวก ก	81
ภาคผนวก ข	84

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540	3
2	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยเป็นรายประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2539-2543	4
3	การคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2	17
4	ระดับอัตราแลกเปลี่ยนต่างๆ กับรายรับที่เป็นเงินตราต่างประเทศ	23
5	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สับประรดไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2542	27
6	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537-2543	35
7	ราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	37
8	ปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นแยกเป็นรายประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	41
9	มูลค่าของการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	44
10	สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	45
11	มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	59
12	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	59
13	ปริมาณสับประรดกระป๋องที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และรวมทุกประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2543	63
14	ส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 และปี พ.ศ. 2541-2543	63
15	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่น	64

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การเปลี่ยนแปลงปริมาณเชื้อ	18
2	การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์	19
3	อุปสงค์และอุปทานสินค้าออก	22
4	ขั้นตอนการผลิตสับประดกระป๋อง	31
5	ปริมาณการนำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	42
6	ขั้นตอนในการส่งออกสับประดกระป๋อง	50



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ไปประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	81
2	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543	82
3	ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2524-2543	83



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การค้าระหว่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาประเทศมากขึ้นและยังมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเกิดการขยายตัว โดยพบว่า ในปี พ.ศ. 2531 ประเทศไทยมีสัดส่วนมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยคิดเป็นร้อยละ 58.77 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) และได้เพิ่มสัดส่วนขึ้นเป็นร้อยละ 77.29 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในปี พ.ศ. 2540 (กระทรวงพาณิชย์, 2541) โดยเฉพาะการส่งออกเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศไทย และก่อให้เกิดการจ้างงาน การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการพัฒนาประเทศ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันโครงสร้างการส่งออกสินค้าในภาคการเกษตรจะลดลงเมื่อเทียบกับสินค้าในภาคอุตสาหกรรม แต่การผลิตสินค้าในภาคการเกษตรก็ยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากพื้นฐานเดิมของประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมาช้านาน ประชากรส่วนใหญ่ก็ยังคงประกอบอาชีพเกษตรกรรม และในภาคเกษตรกรรมนี้ยังคงเป็นแหล่งแรงงานและการจ้างงานของภาคอุตสาหกรรม (กฤติยา, 2540)

การส่งออกในรูปแบบของผลผลิตสดจากภาคการเกษตร โดยตรงเลยนั้นก่อให้เกิดรายได้กับเกษตรกรไม่มากนัก ตลอดทั้งในด้านการขนส่งและการดูแลเก็บรักษาก็ยังทำได้ยากลำบากอีกด้วย ดังนั้นจึงทำให้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงการผลิตเพื่อการส่งออกสินค้าเกษตร โดยได้เปลี่ยนแปลงจากการส่งออกผลผลิตสดเป็นการนำผลผลิตนั้นมาแปรรูปก่อนที่ส่งออก เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและสะดวกในการขนส่งยิ่งขึ้น เช่น การแปรรูปจากผลไม้สดเป็นผลไม้กระป๋อง การผลิตยางแผ่นดิบรมควันจากน้ำยางดิบหรือนำมาแปรรูปทำเป็นยางรถยนต์เพื่อการส่งออก เป็นต้น ซึ่งมีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป (เอกวุฒิ, 2531)

ประเทศไทยมีสภาพทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศที่เหมาะสม รวมทั้งมีพื้นที่ที่สามารถรองรับการเพาะปลูกพืชหลายชนิดได้เป็นอย่างดี สับปะรดก็เป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่เกษตรกรนิยมปลูกและนำมาใช้แปรรูปในอุตสาหกรรมสับปะรดของไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องและแปรรูปของไทย พบว่า สับปะรดกระป๋องมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด โดยในช่วงปี พ.ศ. 2537-2541 ประเทศไทยส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปได้เฉลี่ยปีละ 14,093.90 ล้านบาท ซึ่งสับปะรด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระป๋องมีสัดส่วนการส่งออกสูงสุดเฉลี่ยร้อยละ 47.10 ของปริมาณการส่งออกผลไม้กระป๋องและแปรรูปทั้งหมดของไทย (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ก) อีกทั้งประเทศไทยก็ยังเป็นผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2540 เท่ากับ 315,283 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 34.1 ของการส่งออกสับประรดกระป๋องทั้งหมดของโลก รองมา ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย โดยมีปริมาณการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 208,985 และ 95,190 ตันตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 23.2 และ 10.4 ของการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกตามลำดับ (ตารางที่ 1) ตลาดส่งออกสับประรดกระป๋องที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งตลาดทั้งสามมีการนำเข้าสับประรดกระป๋อง คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 75 ของปริมาณสับประรดกระป๋องที่ประเทศไทยส่งออกทั้งหมด (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ก)

แต่ปัจจุบันการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยได้รับผลกระทบจากมาตรการทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ การที่ประเทศสหรัฐอเมริกาดำเนินการตอบโต้การทุ่มตลาดกับประเทศไทยในรูปแบบของการกำหนดอัตราภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (anti-dumping) สับประรดกระป๋องในปี พ.ศ. 2538 และการที่สหภาพยุโรปตัดสินใจพิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) ที่ให้กับประเทศไทยทั้งหมดในหมวดผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ ตั้งแต่ 1 มกราคม 2542 โดยประเทศผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังสหภาพยุโรปภายใต้ GSP ทั้งหมดนั้น ประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวที่ถูกตัดสิทธิ ซึ่งทั้งสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดคู่ค้าหลักของประเทศไทย ทำให้ราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2543 อยู่ในระดับสูงกว่าราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยปี พ.ศ. 2542 โดยมีมูลค่าการส่งออก 7,876.82 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2542 ที่มีปริมาณการส่งออกถึง 475,404 ตัน และมูลค่าส่งออก 11,432.75 ล้านบาท (ตารางที่ 2)

นอกจากนั้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมการส่งออกสับประรดกระป๋องก็มีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ทั้งทางด้านราคา คุณภาพ ตลอดจนนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยคือ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเคนยา

ตารางที่ 1 ปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 (ตัน)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.			
	2538	2539	2540	เฉลี่ย
ไทย	388,193 (39.10) ¹	352,385 (35.00)	205,271 (28.20)	315,283 (34.10)
ฟิลิปปินส์	191,649 (19.30)	250,010 (24.80)	185,296 (25.40)	208,985 (23.20)
อินโดนีเซีย	90,959 (9.20)	125,941 (12.50)	68,669 (9.40)	95,190 (10.40)
เคนยา	88,259 (8.90)	91,313 (9.00)	71,031 (9.40)	83,534 (9.10)
สหภาพยุโรป	52,511 (5.30)	59,015 (5.80)	66,427 (9.10)	59,318 (6.70)
มาเลเซีย	65,308 (6.60)	36,257 (3.60)	31,000 (4.20)	44,188 (4.80)
ประเทศอื่นๆ	116,618 (11.70)	92,959 (9.20)	101,158 (14.30)	103,578 (41.80)
รวม	993,497 (100.00)	1,007,880 (100.00)	728,852 (100.00)	910,076 (100.00)

หมายเหตุ ¹ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าสัดส่วนของปริมาณการส่งออกมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (Food and Agriculture Organization of United Nation, 2000)

ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับประคกระป๋องของประเทศไทยเป็นรายประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2539-2543

ประเทศผู้นำเข้า	ปี พ.ศ.									
	2539		2540		2541		2542		2543	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
เยอรมันนี	60,783	1,054.50	38,456	756.70	46,230	1,321.40	66,934	1,579.90	57,788	938.90
สหรัฐอเมริกา	66,323	1,161.30	40,905	822.20	24,855	735.10	108,822	2,669.20	80,962	1,746.30
เนเธอร์แลนด์	37,399	703.00	25,205	549.30	18,076	568.30	37,069	991.30	31,086	628.30
ญี่ปุ่น	25,951	532.50	21,048	494.60	17,068	588.10	27,512	871.50	29,644	746.70
สหราชอาณาจักร	14,254	271.80	16,044	376.10	16,308	528.80	21,779	662.80	16,594	369.50
อื่นๆ	142,215	2,841.00	137,855	2,903.00	103,765	3,181.70	213,288	4,658.10	211,591	3,447.10
รวม	346,924	6,510.10	279,513	5,901.90	226,302	6,923.40	475,404	11,432.80	427,665	7,876.80

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2544)

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นล้วนส่งผลกระทบต่อการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยในตลาดหลักทั้งสอง คือ ตลาดสหภาพยุโรป และตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยลดลง รวมทั้งการขยายการส่งออกในตลาดหลักทั้งสองยังทำได้ยาก ดังนั้นประเทศไทยควรเพิ่มศักยภาพการส่งออกให้สูงขึ้น โดยขยายการส่งออกสับปะรดกระป๋องในตลาดรองให้มากขึ้น เพื่อรองรับกับผลกระทบที่เกิดจากตลาดหลักทั้งสอง ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาถึงศักยภาพการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดที่ประเทศไทยส่งออกสับปะรดกระป๋องได้มากเป็นอันดับสามและเป็นตลาดส่งออกที่ใกล้ที่สุด และแนวโน้มของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมา โดยในปี พ.ศ. 2541 มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 17,068 ตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 27,512 ตันในปี พ.ศ. 2542 และ 29,644 ตันในปี พ.ศ. 2543 (ตารางที่ 2) และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 7.75 ในปี พ.ศ. 2543 (กระทรวงพาณิชย์, 2544) โดยทำการศึกษาภาวะการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน วิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องในตลาดญี่ปุ่น และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง
2. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น
3. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น
4. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง
2. ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประดกระป๋องของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้นและรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมเอาไว้
3. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น
4. นำผลจากการศึกษาที่ได้ไปใช้เสนอแนวทางในการพัฒนาการส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น เพื่อเป็นช่องทางในการขยายตลาดส่งออกสับประดกระป๋องให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทย โดยทำการศึกษาในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญรองจากตลาดสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นการหาช่องทางในการขยายและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยให้มากขึ้น เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาคำหนดอัตราภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดกับประเทศไทย และการที่สหภาพยุโรปตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร GSP ที่ให้กับประเทศไทย ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยในตลาดทั้งสองลดลง โดยมีรายละเอียดของขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญที่ส่งออกสับประดกระป๋องไปประเทศญี่ปุ่น คือ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2543
2. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประดกระป๋องของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น ใช้ข้อมูลทศวรรษใน 2 ช่วงระยะเวลา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 และปี พ.ศ. 2541-2543 เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศไทยในปีใดปีหนึ่ง อันเนื่องมาจากเป็นช่วงก่อนและหลังจากการที่ประเทศญี่ปุ่นประสบภาวะทางเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ใช้ข้อมูลในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2524-2543

นิยามศัพท์

อุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ หมายถึง อุตสาหกรรมที่แปรสภาพผลผลิตทางการเกษตรให้มีสภาพเป็นสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น บรรจุกระป๋อง แห่แข็ง ดอง และอบแห้ง

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ หมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศผู้นำเข้า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกัน โดยแสดงให้เห็นว่าประเทศใดมีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบในระดับการส่งออก

ส่วนแบ่งตลาด หมายถึง ส่วนย่อยจากการแบ่งส่วนตลาดทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง โดยแต่ละส่วนแบ่งตลาดนั้นจะต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อยที่สุดหนึ่งอย่างที่เหมาะสม ในที่นี้ใช้ข้อมูลปริมาณการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นเป็นการวัดส่วนแบ่งตลาด

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด หมายถึง การที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศหนึ่งได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยด้านอุปสงค์ โดยสามารถวัดผลของการเปลี่ยนแปลงได้ 2 ลักษณะคือ ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด และผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องจากการแข่งขันในตลาด

วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้อาศัยข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยรวบรวมจากเอกสารรายงานการศึกษา บทความ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลสถิติจากหน่วยงานราชการ และเอกชนที่ได้รวบรวมไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง กรมส่งเสริมการส่งออก กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ธนาคารแห่งประเทศไทย รวมทั้งองค์การระหว่างประเทศต่างๆ เช่น องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization: FAO) เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) เพื่ออธิบายถึงสถานะการผลิต การตลาดและการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) เพื่ออธิบายถึงความได้เปรียบในการส่งออกสับประรดกระป๋อง การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เพื่อชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับประรดกระป๋องไปประเทศญี่ปุ่นหรือไม่ อย่างไร

2. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งอื่นที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น โดยอาศัยแบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด (a market share analysis model) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (supply) แต่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ ทางด้านอุปสงค์ (demand) การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบจากช่วงระยะเวลาหนึ่งกับอีกช่วงระยะเวลาหนึ่ง แล้วนำผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทยมาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยอาศัยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) และใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square: OLS) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรของสมการอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

4. การเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลและผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งหมด มาพิจารณาเพื่อหาข้อเสนอแนวทางในการพัฒนาการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นให้ขยายตัวยิ่งขึ้น

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้เป็นการนำเสนอการตรวจสอบเอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษา สมมติฐานของการศึกษา ตลอดจนนำเสนอทฤษฎีและแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด ทฤษฎีอุปสงค์ ทฤษฎีอุปสงค์ส่งออก และแบบจำลองอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศ ญี่ปุ่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสาร

3 * เอกวุฒิ สหยา (2531) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์ สับประรดของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปยัง สหรัฐอเมริกา พบว่าตัวแปรสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การส่งออก คือ ปริมาณการผลิตสับประรดของ สหรัฐอเมริกา และราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปสหรัฐอเมริกา ค่าความยืดหยุ่นของ อุปสงค์ส่งออกอันเนื่องมาจากตัวแปรทั้งสองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3.37 และ -2.41 ตามลำดับ ผลการ วิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปแคนาดา พบว่าผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ แคนาดา และราคาส่งออกจากไทยไปแคนาดาเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์การส่งออก โดยที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ส่งออกอันเนื่องมาจากตัวแปรทั้งสองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.90 และ -1.50 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปญี่ปุ่น พบว่า ปริมาณการผลิตสับประรดของญี่ปุ่น เป็นตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์การส่งออก และมีค่าความยืดหยุ่น ของอุปสงค์ส่งออกอันเนื่องมาจากตัวแปรตัวนี้เฉลี่ยเท่ากับ -1.24

| * รสดา เวชฎาพันธ์ (2533) ได้ทำการศึกษาเรื่องอุปสงค์และอุปทานของสับประรดไทย โดยใช้ ดัชนีความได้เปรียบสัมพัทธ์ที่ปรากฏ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2521-2530 พบว่า ประเทศฟิลิปปินส์ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับสับประรดกระป๋อง น้ำสับประรด และสับประรด สูงกว่า ประเทศไทย และใช้วิธีการทางสถิติที่เรียกว่า วิธีกำลังสองที่น้อยที่สุดแบบสองชั้น ในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานของสับประรดไทย ในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2517-2530 โดย ผลจากการศึกษาทางด้านอุปทานสับประรด พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของเนื้อที่เก็บเกี่ยวสับประรดไทย ผลผลิตสับประรดเฉลี่ยต่อไร่ และผลผลิตสับประรดทั้งหมดของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 สำหรับผลการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษาการบริโภคสับปะรดสดภายในประเทศไทยพบว่า ราคาสับปะรดสดที่เกษตรกรขายได้ปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งและผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อหัวปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค แสดงว่ามีผลต่อการบริโภคสับปะรดสดน้อย โดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นที่มีค่าน้อยกว่า 1 ส่วนผลการศึกษาอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศคู่ค้าต่างๆ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา สาธารณรัฐเยอรมัน และญี่ปุ่น พบว่า ผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อหัวที่ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศคู่ค้า มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศเหล่านั้นมาก โดยพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นที่มีค่ามากกว่า 1 และราคาส่งออกที่ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศคู่ค้ามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมาก

2 * นิสิต วีรสุมพิมล (2538) ได้ทำการศึกษาวเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งจะอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกโดยแบ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการ คือ การเพิ่มขึ้นของการค้าโลก, ส่วนประกอบของสินค้าส่งออกของไทย, ส่วนประกอบของตลาดส่งออกของไทยและความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกของไทย โดยแบ่งช่วงเวลาการศึกษาออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงปี พ.ศ. 2523-2527 และปี พ.ศ. 2527-2531 พบว่า ในปี พ.ศ. 2523-2527 ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มการส่งออกของไทยมากที่สุด ได้แก่ ผลจากความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ผลจากส่วนประกอบของตลาดมีผลเพียงเล็กน้อย แต่ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและการเพิ่มการค้าของโลกมีค่าทำให้การส่งออกลดลง เนื่องจากช่วงเวลานี้เกิดภาวะเศรษฐกิจของโลกตกต่ำจากวิกฤติน้ำมันครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2522 ส่วนช่วงปี พ.ศ. 2527-2531 พบว่า ผลจากความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มการส่งออกของไทยอยู่นั่นเอง แต่ในช่วงเวลานี้ ปัจจัยทางการเพิ่มการค้าของโลกมีความสำคัญเป็นอันดับสอง เนื่องจากเป็นช่วงภาวะเศรษฐกิจของโลกเริ่มฟื้นฟูและเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นใน 2 ช่วงเวลาที่วิเคราะห์นี้จึงได้ผลกระทบรวมคล้ายๆ กันคือ ผลจากความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือ การเพิ่มขึ้นของการค้าโลก ในขณะที่ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและตลาดยังเป็นปัจจัยที่ประเทศไทยต้องปรับปรุง

ดวงฤดี ศิริเสถียร (2539) ได้ศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและคู่แข่ง การขยายตัวของการส่งออกสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปี พ.ศ. 2525-2537 ผลการศึกษาสับปะรดกระป๋อง พบว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ โดยผลการแข่งขันมีค่าลดลง ผลของการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในปี พ.ศ. 2525-2534 การแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญอันดับสองต่อมูลค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออก แต่ในปี พ.ศ. 2535 เป็นลำดับที่สาม สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก พบว่า ราคา สับประดกระป๋องของไทยเป็นตัวแปรที่สำคัญในประเทศสาธารณรัฐเยอรมันและญี่ปุ่น ส่วน ตัวแปรที่มีผลต่อการกระจายตลาดเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญมากขึ้น สำหรับการศึกษา นำ สับประด พบว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยค่อนข้างคงที่ ผลของส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ผลการแข่งขันและการตลาดมีความสำคัญลำดับที่สองและสี่ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออก และให้ความสำคัญคือ รายได้ต่อหัวซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการกระจายตลาด

มาฆะสิริ เชาวกุล และคณะ (2540) ได้ทำการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมสับประดกระป๋องและน้ำสับประดกระป๋องของไทย โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบที่ปรากฏ และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ความได้เปรียบในการส่งออก สับประดกระป๋องของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2525-2536 เช่นเดียวกับประเทศ ฟิลิปปินส์ ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ส่วนความได้เปรียบในการส่งออก น้ำสับประดกระป๋องของไทยค่อนข้างคงที่ ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์มีแนวโน้มลดลง และจาก การศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า ทั้งสับประดกระป๋องและน้ำสับประด โดยใช้ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งสองชนิดเพิ่มขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2525-2536 คือ การขยายตัวของตลาดโลก ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกประเทศ เช่น มาตรการต่างๆ ของประเทศคู่ค้า และความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของไทย ซึ่งกำหนดเป็น ปัจจัยภายในประเทศ โดยเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปทาน ไม่ว่าจะเป็นลักษณะการผลิตป้อน โรงงาน ราคาสับประดที่เกษตรกรได้รับ ลักษณะการรับซื้อสับประดสดของโรงงาน โครงสร้าง ของผู้ผลิต และต้นทุนการผลิตสับประดกระป๋องและน้ำสับประดกระป๋องของประเทศไทย

สมมติฐานของการศึกษา

ในการศึกษานี้ตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

1. ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับประดกระป๋อง ไปประเทศญี่ปุ่นมากกว่า ประเทศคู่แข่งอื่น แสดงว่าประเทศไทยมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 ส่วนประเทศคู่แข่งอื่นมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏน้อยกว่า 1
2. ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดสับประดกระป๋องในตลาดญี่ปุ่นมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่น และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยและคู่แข่งอื่นมีผลของการเปลี่ยนแปลง ทั้งหมดลดลง โดยประเทศไทยได้ประโยชน์จากการแข่งขันในตลาดมากกว่าประเทศฟิลิปปินส์ และได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดมากกว่าประเทศอินโดนีเซีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ราคาส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ถ้าราคาส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้น อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะลดน้อยลง และในทางตรงกันข้ามถ้าราคาส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดต่ำลง อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้น

4. อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้น อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะสูงขึ้นด้วย ในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นลดลง อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะลดลงด้วย

5. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นที่ปรับแล้วสูงขึ้น อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะมากขึ้น และในทางตรงกันข้ามถ้ารายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นที่ปรับแล้วลดลง อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะน้อยลงด้วย

6. ช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อันเนื่องมาจากการใช้นโยบายลดค่าเงินบาทตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ซึ่งส่งผลกระทบในปี พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน โดยการเปลี่ยนแปลงของช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ถ้าเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจในประเทศไทยขึ้น อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้น และในทางตรงกันข้ามถ้าไม่เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นจะลดลง

แนวคิดทางทฤษฎี

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการศึกษาศักยภาพการส่งออก โดยอาศัยทฤษฎีและแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ อันประกอบด้วย ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Balassa, 1979) ซึ่งอ้างอิงจากหนังสือเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (ศรีวงศ์ และสาลินี, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิพนธ์ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีอุปสงค์ ซึ่งอ้างอิงจากหนังสือเศรษฐศาสตร์การจัดการ (นราทิพย์, 2542) และหนังสือเศรษฐศาสตร์จุลภาค (วันรักษ์, 2541) และทฤษฎีอุปสงค์ส่งออก ซึ่งอ้างอิงจากหนังสือการค้าและการเงินระหว่างประเทศ (ธีระพงศ์, 2537) โดยมีรายละเอียดของแต่ละทฤษฎีดังต่อไปนี้

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้นๆ (ดวงฤดี, 2539)

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ลักษณะของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้สามารถอธิบายเกี่ยวกับการผลิตและการค้าระหว่างประเทศต่างๆ ได้

จากแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ของอดัม สมิท (Adam Smith) ซึ่งอธิบายว่า การค้าเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ นั่นคือ ประเทศใดประเทศหนึ่งจะผลิตเฉพาะสินค้าที่มีความชำนาญแล้วนำมาแลกเปลี่ยนกับสินค้าของอีกประเทศหนึ่ง ทำให้ประเทศทั้งสองมีสินค้าบริโภคมากขึ้น เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) แสดงแนวคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจากอดัม สมิท โดยริคาร์โด ได้เน้นสภาพทางการค้าภายใต้ระบบเสรีว่า แต่ละประเทศจะมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้า ซึ่งสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และแต่ละประเทศจะนำเข้าสินค้าที่ผลิตแล้วมีต้นทุนโดยเปรียบเทียบในการผลิตสูงกว่าเป็นสินค้าเข้าแทน แสดงว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบถูกกำหนดโดยต้นทุนเชิงเปรียบเทียบ ในระยะแรก ๆ การค้าในระบบเศรษฐกิจแบบเปิดและการแข่งขันโดยเสรี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศในสินค้าใดสินค้านั้นๆ จะเป็นไปตามทฤษฎีความมั่งคั่งอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ในประเทศนั้น (factor endowment theory) ซึ่งประเมินออกมาในรูปแบบของราคาตามทฤษฎีของเฮคเชอร์-โอห์ลิน (Heckscher-Ohlin) และผลของการค้าระหว่างประเทศจะทำให้ราคาของปัจจัยการผลิตเท่ากันระหว่างประเทศต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการทดแทนและการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตในประเทศ และในที่สุดการผลิตสินค้าที่มีการค้าระหว่างประเทศทำให้สัดส่วนการใช้ปัจจัยการผลิตจะต้องอยู่ภายใต้ผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ ลักษณะการจ้างงานเต็มที่ ในประเทศที่มีการใช้แรงงานต่ำทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตที่เน้นการใช้แรงงาน ซึ่งความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้สามารถวัดได้โดยการหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ศรีวงศ์ และสาลินี, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ik} = (X_{ik} / X_i) / (X_{wk} / X_w)$$

โดยที่ RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w

k = สับประรดกระป๋อง

i = ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย

w = ประเทศญี่ปุ่น

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่คำนวณได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งมีค่าเท่ากับ 1 ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของค่า RCA ได้ดังนี้คือ

ถ้าค่า RCA_{ik} มากกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศ i ไปประเทศญี่ปุ่นต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศญี่ปุ่นสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่นต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋องไปประเทศญี่ปุ่น

ถ้าค่า RCA_{ik} น้อยกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศ i ไปประเทศญี่ปุ่นต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศญี่ปุ่นต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่นต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประรดกระป๋องไปประเทศญี่ปุ่น

เป็นที่น่าสังเกตว่าการศึกษเกี่ยวกับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้นสามารถบอกได้เพียงแค่ว่าประเทศใดมีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบในระดับการส่งออก แต่ไม่ได้บอกได้ว่าความสามารถที่เกิดขึ้นนั้นเนื่องมาจากปัจจัยใด จึงควรที่จะทำการศึกษเกี่ยวกับรายละเอียดหรือปัจจัย (factor) ที่จะเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดมีส่วนสำคัญในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นในครั้งนี้ ได้ใช้แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด (a market share analysis model) ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (supply) แต่การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดนั้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยด้านอุปสงค์ (demand) ตามแนวความคิดของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาด เมื่อส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป เราสามารถวัดผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้เป็น 3 ลักษณะ คือ (เอกวุฒิ, 2531: 35)

1. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด (size of market effect) พิจารณาจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณการส่งออก โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกว่าการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดใหญ่ขึ้นหรือลดลง ซึ่งอธิบายได้ว่าตลาดมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีรายได้ประชาชาติและจำนวนประชากรเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น

2. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาด (competitive effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก ที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกต่างๆ ในสินค้าประเภทเดียวกัน โดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่ในช่วงเวลาฐานกับเวลาที่พิจารณา ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่า ถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งลดลงในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ หมายความว่า ผลของการแข่งขันนั้นทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นต้องสูญเสียตลาดไปบางส่วน และถ้าหากว่าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งเพิ่มขึ้นในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ หมายความว่า ผลของการแข่งขันจะทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นได้เปรียบคือ มีตลาดเพิ่มขึ้น แต่การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะเนื่องมาจากผลของการแข่งขันเท่านั้น รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการค้าและการตลาดของประเทศผู้นำเข้าอีกด้วย

3. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด (distributive effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศใดประเทศหนึ่ง ที่เกิดขึ้นจากการกระจายตัวของตลาด โดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกของประเทศนั้นเนื่องจากความต้องการภายในของตลาดส่งออกเปลี่ยนไป อาทิเช่น การบริโภคสินค้าหรือการนำสินค้านั้นไปใช้ประโยชน์ เป็นต้น โดยกำหนดให้ขนาดตลาดและส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสำคัญของประเทศผู้ส่งออก (relative change) โดยจะทำให้ปริมาณการส่งออกที่แท้จริงของแต่ละประเทศเปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดและขนาดตลาดคงที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการคำนวณเพื่อหาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด อันเนื่องมาจากผลการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ดังกล่าวนั้น ปรากฏอยู่ในตารางที่ 3 ซึ่งในที่นี้สมมติให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาด คือ ตลาด A และตลาด B เท่านั้น และมีประเทศส่งออกที่แข่งขันกับประเทศ X เพียงประเทศเดียว การวิเคราะห์พิจารณาเพียง 2 ปี คือ ปีที่ 1 และปีที่ 2

โดยที่การคำนวณผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดได้กำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบระหว่างประเทศ X และประเทศคู่แข่งคงที่ ส่วนการคำนวณผลของการแข่งขันได้กำหนดให้ขนาดของตลาดทั้งหมดคงที่ นอกจากนั้นการคำนวณผลของการกระจายของตลาดก็ได้กำหนดให้ขนาดของตลาดทั้งหมดและส่วนแบ่งตลาดคงที่

จากข้อสมมติและวิธีการดังกล่าวนี้ สามารถนำมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด การแข่งขันในตลาด และการกระจายตัวของตลาด ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

1. คำนวณหาความสามารถในการส่งออก (potential export) ของประเทศ X ในปีที่ 2 โดย

1.1 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

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

1.2 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ในตลาด A และตลาด B ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

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

2. สรุปผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

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

จากผลการคำนวณในตัวอย่างข้างต้นสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในตลาด A และตลาด B ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเพิ่มขึ้น 240 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 42 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด และเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

200 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาดลดลง 60 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด

ตารางที่ 3 การคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2

	ปริมาณการนำเข้า ทั้งหมด	ปริมาณการนำเข้า จากประเทศ X	ส่วนแบ่งตลาด ของประเทศ X
ปีที่ 1			
ตลาด A	400	160	0.40
ตลาด B	1,200	240	0.20
รวมทั้งหมด	1,600	400 (A ₁)	0.25
ปีที่ 2			
ตลาด A	200	100	0.50
ตลาด B	1,800	540	0.30
รวมทั้งหมด	2,000	640 (A ₂)	0.32

ที่มา: (Cramer and Ochsner, 1976: 17)

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคยินดีและสามารถซื้อได้ในระดับราคาต่างๆ ในระยะเวลาและสถานที่หนึ่ง โดยให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ อุปสงค์จึงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณสินค้า (วันรักษ์, 2541) ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ จึงเป็นไปตามกฎแห่งอุปสงค์ (law of demand)

กฎแห่งอุปสงค์

กฎแห่งอุปสงค์ ระบุว่าปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ย่อมจะแปรผกผันเป็นปฏิภาคส่วนกลับ (inverse relation) กับระดับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสมอ กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นในปริมาณน้อยลง และในทางตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นในปริมาณมากขึ้น

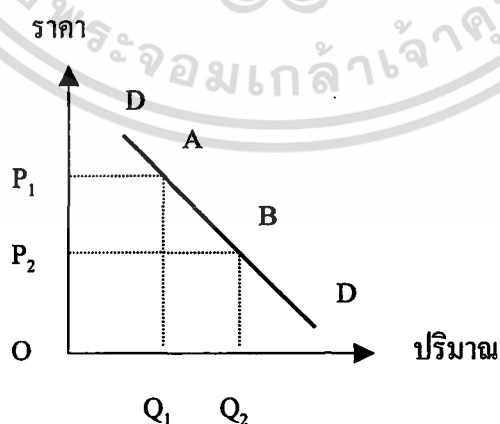
ฟังก์ชันอุปสงค์และเส้นอุปสงค์

ฟังก์ชันอุปสงค์ (demand function) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับตัวแปรอื่นๆ ที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อนั้น

เส้นอุปสงค์ (demand curve) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับราคาชนิดนั้นๆ คงที่ เส้นอุปสงค์จึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของฟังก์ชันอุปสงค์ โดยกำหนดให้ตัวแปรทุกตัวกำหนดปริมาณเสนอซื้อคงที่ให้เปลี่ยนแปลงได้เฉพาะราคาสินค้าเท่านั้น

การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ

การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ หมายถึง การที่ราคาสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งทำให้ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ สมมติว่าเดิมราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นอยู่ ณ ระดับ P_1 ปริมาณซื้อสับปะรดกระป๋องของไทยในประเทศญี่ปุ่นจะเท่ากับ Q_1 ต่อมาเมื่อราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลงมาอยู่ที่ P_2 ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 ซึ่งเป็นการเคลื่อนย้ายจากจุด A ไปยังจุด B บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน (ภาพที่ 1)



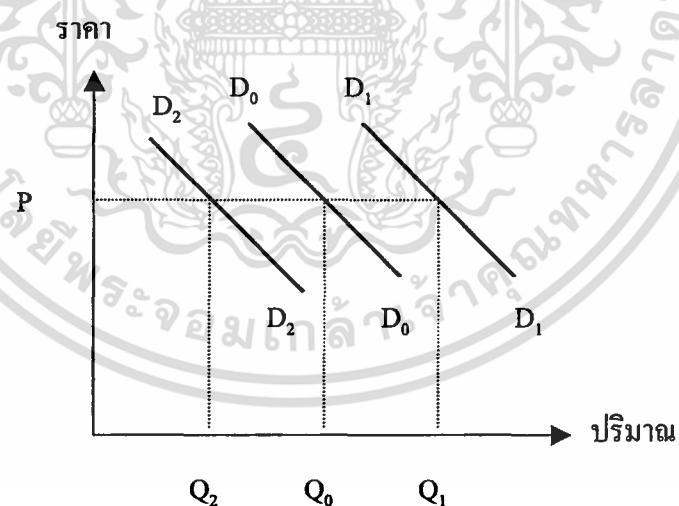
ภาพที่ 1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ

ที่มา: (วันรักษ์, 2541: 27)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

เมื่อปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ซึ่งไม่ใช่ราคาสินค้าหรือบริการนั้น เช่น รสนิยมของผู้บริโภค รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ตัวใดตัวหนึ่งหรือหลายตัวได้เปลี่ยนแปลงไปและมีผลทำให้ปริมาณซื้อของสินค้านั้นเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ ระดับราคาเดิม การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยกำหนดให้เส้น D คือ เส้นอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเริ่มแรก เส้น D_1 คือ เส้นอุปสงค์การส่งออกที่เลื่อนระดับสูงขึ้น อันอาจเนื่องมาจากรายได้ของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ความต้องการสับปะรดกระป๋องจากประเทศไทยของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น ณ ระดับราคาเดิม ในขณะที่เส้น D_2 คือ เส้นอุปสงค์การส่งออกที่เลื่อนระดับต่ำลง อาจมีสาเหตุมาจากรายได้ของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นลดลง ซึ่งจะทำให้ความต้องการสับปะรดกระป๋องจากประเทศไทยของประเทศญี่ปุ่นลดลง ณ ระดับราคาเดิม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อสับปะรดกระป๋องจากประเทศไทยของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น จึงมีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ใช่ราคาสับปะรดกระป๋อง (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

ที่มา: (นราทิพย์, 2542: 40)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ เป็นการวัดการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้าและบริการที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ เนื่องจากได้แบ่งประเภทของอุปสงค์ออกเป็น 3 ชนิด คือ อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ดังนั้นการวัดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ จึงแบ่งได้เป็น 3 ประเภทเช่นเดียวกันดังนี้

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น (owned price elasticity of demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น โดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_p = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า}}$$

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ (income elasticity of demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ผู้บริโภค โดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_i = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ผู้บริโภค}}$$

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์ (cross price elasticity of demand or cross elasticity) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ทดแทน มีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นหรือความยืดหยุ่นไขว้ จึงหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า Y โดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_c = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า Y}}$$

ดังนั้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่าต่างๆ กัน และแต่ละค่าจะแสดงให้เห็นว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงใด ถ้าสินค้าและบริการใดมีอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ที่มีค่าสูงกว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งจะมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่า 1 แสดงว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นมีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงกันข้าม ถ้าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มีค่าต่ำกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ แสดงว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) หรือมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ซึ่งสามารถแบ่งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. อุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่ปริมาณซื้อจะไม่เปลี่ยนแปลง ถึงแม้ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าใดก็ตาม ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าเท่ากับ 0

2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่ามากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1

3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อเท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าเท่ากับ 1

4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic demand) หมายความว่า อุปสงค์ของสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสูงกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะมีค่ามากกว่า 1 แต่น้อยกว่าค่าอนันต์ (infinity)

5. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (perfectly elastic demand) หมายความว่า ปริมาณการบริโภคสินค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร้ที่สิ้นสุด ไม่ว่าปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นจะเท่ากับ ค่าอนันต์ (infinity)

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น เป็นการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นการพิจารณาการตอบสนองอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าว ซึ่งเมื่อค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยมากหรือน้อยเพียงใด

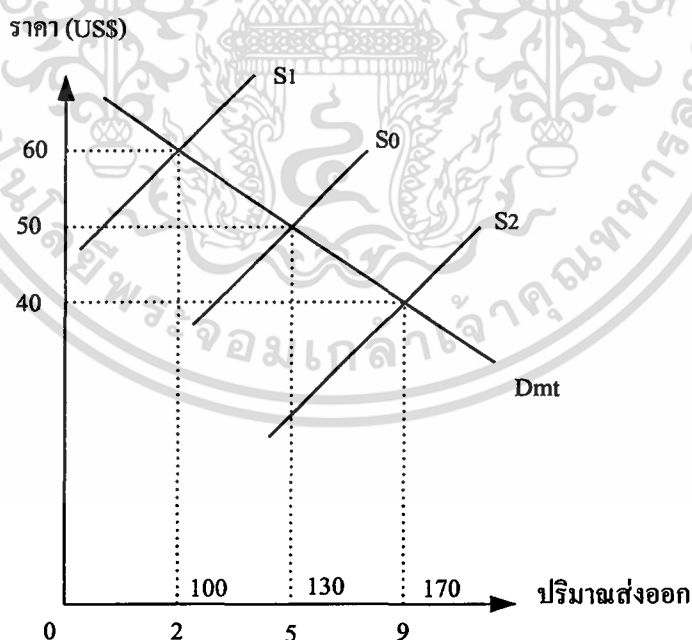
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีอุปสงค์ส่งออก

อุปสงค์สำหรับสินค้าส่งออกของประเทศผู้ส่งออกจะขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตของสินค้าชนิดเดียวกันในประเทศผู้ส่งเข้า และปริมาณสั่งซื้อที่ประเทศผู้ส่งเข้าซื้อจากคู่แข่งของประเทศที่ส่งออก เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาจะซื้อสับปะรดกระป๋องจากประเทศไทยมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าประเทศสหรัฐอเมริกาสามารถผลิตสับปะรดกระป๋องได้เองเท่าไร และขณะเดียวกันได้สั่งซื้อจากประเทศฟิลิปปินส์เท่าไรด้วย (ธีระพงศ์, 2537)

นอกจากนี้ปริมาณการส่งออกนั้น ยังขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปทานภายในประเทศ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ภายในประเทศ ซึ่งอุปทานสินค้าส่งออก (exportable supply) จะเท่ากับส่วนต่างของอุปทานภายในประเทศ (domestic supply) และอุปสงค์ภายในประเทศ (domestic demand)

จากอุปสงค์สำหรับสินค้าส่งออก ซึ่งมีลักษณะเดียวกับเส้นอุปสงค์สำหรับสินค้าเข้า และอุปทานสินค้าส่งออก ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของราคา (เป็นเงินตราต่างประเทศ) และปริมาณการส่งออก ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 อุปสงค์และอุปทานสินค้าออก

ที่มา: (ธีระพงศ์, 2537: 98)

จากภาพที่ 3 ราคาสินค้าคิดเป็นดอลลาร์ (ผู้ซื้อชาวต่างประเทศ) ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนจะไม่ทำให้ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง แต่ราคาสินค้าที่คิดเป็น 25 ดอลลาร์จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีผลทำให้อุปทานของสินค้าออกในตลาดโลกเมื่อคิดราคาเป็นดอลลาร์เปลี่ยนไป เช่น อัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น (ค่าเงินดอลลาร์สูงขึ้น) เส้น S0 จะลดลงมาเป็น S2 เพราะจำนวนเงินตราต่างประเทศเท่าเดิมสามารถซื้อสินค้าเข้าได้มากขึ้นในแง่ของผู้สั่งซื้อจากต่างประเทศ และในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราแลกเปลี่ยนต่ำลง เส้น S0 จะขยับขึ้นไปเป็น S1 ซึ่งผู้ซื้อจากต่างประเทศใช้เงินจำนวนเท่าเดิมแต่สั่งซื้อสินค้าเข้าได้น้อยลง

ดังนั้นถ้าสมมติให้ประเทศไทยส่งสับประดะกระป๋องไปขายยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในราคาตันละ 3,000 บาท ณ ระดับอัตราแลกเปลี่ยนต่างๆ ประเทศไทยจะมีรายรับที่เป็นเงินตราต่างประเทศ (US\$) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับอัตราแลกเปลี่ยนต่างๆ กับรายรับที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อ US\$)	สับประดะกระป๋องส่งออก (ตัน)	มูลค่าส่งออก (บาท)	มูลค่าส่งออก (US\$)
25	170	510,000	20,400
20	130	390,000	19,500
18	100	300,000	16,667

ที่มา: (ธีระพงศ์, 2537: 99)

แบบจำลองอุปสงค์การส่งออกสับประดะกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ในการศึกษารุ่นนี้ได้เห็นถึงความสำคัญของสับประดะกระป๋องของประเทศไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง ดังนั้นการศึกษาดังอุปสงค์การส่งออกสับประดะกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น จึงเป็นสิ่งที่ควรได้รับความสนใจเพราะจะทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการสับประดะกระป๋องจากประเทศไทยของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการส่งออกสับประดะกระป๋องของประเทศไทย โดยกำหนดนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งออกสับประดะกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้ ทั้งนี้เพื่อขยายปริมาณความต้องการสับประดะกระป๋องของไทยในประเทศญี่ปุ่น หรือเพื่อเพิ่มปริมาณอุปสงค์การส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สับประคระป้องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นให้ขยายตัวมากขึ้น จึงได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ของสินค้าโดยทั่วๆ ไปมาประยุกต์ใช้กับอุปสงค์การส่งออกสับประคระป้องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยรูปแบบของความสัมพันธ์ของตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์การส่งออกสับประคระป้องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น สามารถแสดงได้ดังนี้

$$Q_{x_t} = f(P_t, Y_t / CPI_t, Ex_t, D_t)$$

โดยที่ Q_{x_t} = ปริมาณการส่งออกสับประคระป้องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นในปีที่ t (ตัน)

P_t = ราคาส่งออก (Free on Board: F.O.B.) สับประคระป้องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในปีที่ t (บาทต่อตัน)

Y_t = รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นในปีที่ t (พันเยนต่อคน)

CPI_t = ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นในปีที่ t

Ex_t = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นในปีที่ t (บาทต่อร้อยเยน)

D_t = การเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอันเนื่องจากการใช้นโยบายลดค่าเงินบาทในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งส่งผลกระทบในปี พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน

โดยที่ D_t = 0 ในปี พ.ศ. 2524-2540

D_t = 1 ในปี พ.ศ. 2541-2543

จากสมการอุปสงค์การส่งออกสับประคระป้องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการส่งออกสับประคระป้องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ราคาส่งออกสับประคระป้องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น และการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

รูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ในการวิเคราะห์

รูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับประคระป้องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในครั้งนี้มี 4 แบบ ดังนี้คือ

1. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบเส้นตรง

$$Y_t = a + b_i X_{it} + U_t$$

2. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบกึ่งล็อก

$$Y_t = a + b_i \log X_{it} + U_t$$

3. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่

$$\log Y_t = a + b_i \log X_{it} + U_t$$

4. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบอินเวอร์สล็อก

$$\log Y_t = a + b_i X_{it} + U_t$$

โดยที่

$$Y_t = \text{ตัวแปรตามในปีที่ } t$$

$$X_{it} = \text{ตัวแปรอิสระชนิดที่ } i \text{ ในปีที่ } t$$

$$a = \text{ค่าคงที่}$$

$$b_i = \text{ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระชนิดที่ } i$$

$$U_t = \text{ค่าความคลาดเคลื่อน}$$

ในการพิจารณาเลือกสมการอุปสงค์การส่งออกต่างประเทศของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่เหมาะสมที่สุดนั้น ได้ทำการวิเคราะห์อุปสงค์ทั้งสี่รูปแบบแล้วเลือกเพียงรูปแบบเดียวเพื่อทำการสรุปผล โดยยึดหลักของทฤษฎีอุปสงค์ ซึ่งพิจารณาจากเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ และใช้หลักการพิจารณาทางด้านสถิติ อันได้แก่ ค่าความสัมพันธ์ทางสถิติของสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (t-statistics) ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (Coefficient of Determination: R^2) เป็นตัวเปรียบเทียบ และพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ของตัวแปรอิสระ รวมทั้งคำนึงถึงปัญหาทางเศรษฐมิติอื่นๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระนั้นๆ

บทที่ 3

การผลิต การตลาดและการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษเกี่ยวกับการผลิต การตลาด และการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย รวมทั้งภาวะการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น มาตรการต่างๆ ของประเทศไทยที่มีต่ออุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง นโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย ตลอดจนปัญหาในด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นและแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

การผลิตสับประรดกระป๋องของประเทศไทย

สับประรดกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมการเกษตรประเภทแปรรูปผลิตผลเกษตร ที่กล่าวได้ว่าเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของต่างประเทศเป็นหลัก โดยประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสับประรดกระป๋องรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลก แต่การผลิตสับประรดกระป๋องโดยส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างผลิต เพียงร้อยละ 10-20 ของการผลิตสับประรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศไทย ที่เป็นตราสินค้าของไทยเอง (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542)

ภาวะการผลิตสับประรดกระป๋อง

ผลิตภัณฑ์สับประรดซึ่งแปรรูปมาจากสับประรดสดที่ผลิตได้ในประเทศมีดังนี้ คือ สับประรดกระป๋อง น้ำสับประรด สับประรดแช่แข็ง สับประรดแช่เย็น สับประรดอบแห้งและแช่แข็ง แยมสับประรด ซึ่งสับประรดกระป๋องนับเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมาก (ตารางที่ 5)

ภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง มีลักษณะการดำเนินการผลิตคล้ายกับอุตสาหกรรมการเกษตรอื่นๆ ไป ที่โรงงานจะทำการผลิตได้อย่างเต็มที่ในช่วงฤดูปลูกที่มีวัตถุดิบหลักคือ สับประรดออกมามาก ในช่วงระหว่างเดือนเมษายน-พฤษภาคม และเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ซึ่งในปีหนึ่งๆ โรงงานผลิตสับประรดกระป๋องจะทำการผลิตได้ประมาณ 7-8 เดือน และเพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต บางโรงงานก็อาศัยวัตถุดิบอื่นๆ เช่น พืชผักและผลไม้ ได้แก่ เงาะ แห้ว ลิ้นจี่ ลำไย และมะละกอ เป็นต้น มาผลิตควบคู่ไปด้วยในช่วงที่สับประรดขาดแคลน เพื่อให้โรงงานสามารถทำการผลิตได้ตลอดทั้งปีโดยไม่ต้องหยุดการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สับประรดไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2542

รายการ	ปี พ.ศ.					
	2540		2541		2542	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
สับประรดผลสด	2,979	21.20	1,473	12.30	1,993	24.50
สับประรดแช่แข็ง	2,837	90.70	2,036	87.10	1,836	72.70
สับประรดกระป๋อง	279,513	5,901.90	226,355	6,925.00	475,404	11,432.80
สับประรดไม่บรรจุกระป๋อง	6,582	205.10	6,400	278.90	10,856	437.30
น้ำสับประรดกระป๋อง	46,460	1,717.20	56,600	1,875.10	53,457	2,325.90
น้ำสับประรดไม่บรรจุกระป๋อง	15,721	498.10	12,078	570.10	48,073	1,545.00
แยมสับประรด	10,716	557.00	11,567	718.20	11,732	610.90
สับประรดอบแห้ง	91	6.60	20	2.90	158	12.10
รวม	364,899	8,997.80	316,529	10,469.60	603,509	16,461.20

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ข)

ผู้ผลิตและกำลังการผลิต

ในปี พ.ศ. 2539 มีบริษัทผู้ผลิตสับประรดกระป๋องที่เปิดบริการทั้งสิ้น 27 บริษัท โดยมีโรงงานตั้งอยู่ตามจังหวัดต่างๆ และมี 18 โรงงาน ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) โรงงานส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตจังหวัดที่ใกล้แหล่งเพาะปลูกสับประรด โดยตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด จำนวน 15 โรงงาน นอกนั้นกระจายอยู่ในเขตจังหวัดต่างๆ ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี นครปฐม สมุทรสาคร กาญจนบุรี ชลบุรี ระยอง หนองคาย นครพนม และชุมพร โดยมีเงินลงทุนรวมทั้งสิ้นประมาณ 7,967 ล้านบาท และก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นไม่ต่ำกว่า 20,000 คน จึงจัดเป็นอุตสาหกรรมเกษตรที่ใช้แรงงานมากประเภทหนึ่ง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2540)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำลังการผลิตสับปรดกระป๋องสูงสุดประมาณปีละ 60 ล้านหีบ หรือประมาณ 813,600 ตัน โดยใช้ผลผลิตสับปรดสดปีละไม่ต่ำกว่า 2.5 ล้านตันทั้งเปลือก แต่ผลผลิตจริงจะได้ประมาณปีละ 35-40 ล้านหีบ หรือประมาณ 474,600-542,400 ตัน แต่แนวโน้มการผลิตได้ลดลง เนื่องจากสาเหตุปัญหาสับปรดล้นตลาด และราคาสับปรดตกต่ำ เป็นผลให้เกษตรกรลดพื้นที่เพาะปลูกลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา ในปัจจุบันคาดว่าจะผลิตสับปรดกระป๋องได้ปีละประมาณ 30 ล้านหีบ หรือประมาณ 400,000 ตัน (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542)

การรับซื้อสับปรดของโรงงาน

โรงงานผลิตสับปรดกระป๋องสามารถจัดหาสับปรดสด เพื่อนำมาใช้ในการผลิตสับปรดกระป๋องตามต้องการ ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537)

1. โรงงานจะทำการซื้อสับปรดจากเกษตรกรทั่วไป ที่นำผลผลิตมาขายโดยกำหนดราคา รับซื้อในแต่ละวันที่หน้าโรงงาน ก่อให้เกิดความคล่องตัวทั้งด้านโรงงานเองและเกษตรกร แต่สับปรดที่โรงงานซื้อไว้นั้นต้องตรวจสอบและคัดคุณภาพละเอียดมากขึ้น เพื่อให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของโรงงาน วิธีนี้นิยมมากในช่วงที่สับปรดเกิดขาดแคลน โดยโรงงานอาจต้องเข้าไปรับซื้อถึงไร่ของเกษตรกร ผ่านพ่อค้าคนกลาง ใช้การตั้งราคารับซื้อที่สูงเพื่อเป็นการจูงใจ นอกจากนี้การขายให้โรงงานจะมีระบบโควตาอยู่ ในช่วงที่เกิดภาวะสับปรดล้นตลาด เนื่องจากเกษตรกรนำผลผลิตออกมาขายพร้อมกันปริมาณมากเกินความต้องการของโรงงาน และเกษตรกรไม่สามารถขายให้โรงงานโดยตรงได้เพราะเป็นเกษตรกรรายย่อยและขาดการรวมกลุ่ม จึงต้องพึ่งพ่อค้าคนกลางเป็นผู้รวบรวม ทำให้เกิดการกดราคา จนเป็นที่มาของการประท้วงชุมนุมเรียกร้องของเกษตรกรชาวไร่สับปรดเพื่อให้รัฐบาลช่วยประกันราคาขั้นต่ำของสับปรดขึ้น

2. โรงงานมีการทำสัญญาข้อตกลง ที่เรียกว่า contract farming กับเกษตรกรในการซื้อขายสับปรดล่วงหน้า เพื่อเป็นหลักประกันว่าเกษตรกรจะนำสับปรดมาขายให้กับโรงงานตลอดฤดูกาลผลิต แม้กระทั่งช่วงที่ขาดแคลนสับปรด ทำให้ปริมาณ ราคา คุณภาพของสับปรดตรงกับความต้องการของโรงงาน โดยโรงงานจะให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมด้านวิชาการต่างๆ เช่น ใช้วิธีการปลูกที่เหมาะสม การใช้ปุ๋ยเคมีเพื่อได้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้นขณะที่ต้นทุนการผลิตลดลง เป็นต้น ปัจจุบันพบว่าการทำสัญญาข้อตกลง (contract farming) ยังมีน้อยหรือบางส่วนที่ทำสัญญากันแต่ก็ไม่ปฏิบัติตามสัญญาที่มีต่อกัน สาเหตุที่ทำให้การดำเนินการไม่ประสบความสำเร็จ คือ

2.1 ราคาที่โรงงานกำหนดรับซื้อ อยู่ในช่วงการเคลื่อนไหวที่แคบกว่าระดับราคา ในท้องตลาด ทำให้เกษตรกรส่วนหนึ่งจะนำสับปะรดไปขายที่อื่นหรือโรงงานอื่น เมื่อราคาในท้อง ตลาดสูงกว่าราคาที่โรงงานรับซื้อ

2.2 โรงงานส่วนใหญ่ยังไม่มีการทำสัญญาซื้อกับเกษตรกร ทำให้เกิดการแย่งซื้อ สับปะรด โดยการให้ราคาที่สูงกว่าราคาของ โรงงานที่ทำสัญญา

3. โรงงานทำการปลูกสับปะรดขึ้น ภายในพื้นที่เพาะปลูกของโรงงาน เช่น บริษัทโดล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทชะอำไพน์แอปเปิ้ล จำกัด เป็นต้น เพื่อได้ผลผลิตที่มีมาตรฐานตาม ต้องการและป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบแต่จะทำให้โรงงานมีต้นทุนสูงขึ้น อีกทั้ง สับปะรดที่ผลิตได้เองมักมีปริมาณไม่พอกับความต้องการทำให้ต้องรับซื้อจากเกษตรกรทั่วไปด้วย

กรรมวิธีการผลิตสับปะรดกระป๋อง

การผลิตสับปะรดกระป๋องใช้วัตถุดิบที่สำคัญ คือ สับปะรดสด และวัตถุดิบอื่นๆ เช่น น้ำตาลทราย กรดมะนาว กระจกที่ใช้บรรจุ เป็นต้น สำหรับขั้นตอนการผลิตสับปะรดกระป๋อง มีดังต่อไปนี้ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2540)

1. เกษตรกรจะนำสับปะรดที่หักก้านและขูดออกแล้ว มาจำหน่ายให้กับโรงงาน ซึ่งจะทำให้ การคัดขนาด ชั่งน้ำหนัก ตามมาตรฐานที่ทางสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปได้กำหนดขึ้น จากนั้น สับปะรดจะถูกส่งไปตามสายพานขนาดต่างๆ ผ่านเครื่องฉีบน้ำ เพื่อทำความสะอาดสับปะรดก่อน เข้าเครื่องตัดหัวและท้าย และลำเลียงเข้าเครื่องปอกเปลือกและคว้านแกนออก (เปลือกและแกน สับปะรดจะถูกลำเลียงแยกออกต่างหากเพื่อนำไปคั้นเป็นน้ำสับปะรดต่อไป) สับปะรดที่ได้จะเป็น รูปทรงกระบอก กลวงตรงกลาง

2. จากนั้นจะผ่านการล้างทำความสะอาดอีกครั้ง ก่อนจะเคลื่อนไปตามเครื่องลำเลียง เพื่อให้คนงานตกแต่งคิงดาหรือเปลือกที่ยังติดค้างอยู่ออก จึงผ่านเข้าเครื่องฝานเป็นแว่น (สับปะรด 1 ลูก จะฝานเป็นแว่นได้ประมาณ 8-10 แว่น) แล้วส่งต่อไปเพื่อคัดเลือกแว่นตามสี ขนาด และความ สมบูรณ์ของแว่น (แว่นที่ไม่ได้ขนาดหรือแตกหัก ก็จะถูกนำไปทำเป็นสับปะรดชนิดอื่นๆ ต่อไป) นำแว่นสับปะรดมาบรรจุกระป๋อง ใส่ น้ำเชื่อมที่ปรุงรสหรือน้ำสับปะรดสด ตามที่ลูกค้าสั่งและชั่ง น้ำหนักให้ได้ตามมาตรฐาน

3. นำมาผ่านวิธีการถนอมอาหารเพื่อฆ่าเชื้อโรค โดยนำเข้าหม้ออบเพื่อไล่อากาศแล้วจึงเข้า เครื่องฟนิกฝากระป๋อง เสร็จแล้วส่งเข้าเครื่องฆ่าเชื้อโดยใช้ไอน้ำ หลังจากนั้นจึงส่งเข้าเครื่อง ทำความเย็น (ประมาณ 40°C) เพื่อปรับสภาพให้คืนตัว และมีคุณภาพคงที่

4. เก็บในโกดังสินค้า (stock) ประมาณ 7-15 วัน เพื่อตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งก่อนปิดฉลากการค้า จากนั้นจึงบรรจุสับปรดกระป๋องใส่กล่องเพื่อเตรียมจำหน่ายต่อไป (ภาพที่ 4)

ชนิดของสับปรดกระป๋อง

สับปรดกระป๋องแบ่งตามลักษณะของชิ้นสับปรดออกเป็น 12 ชนิดดังนี้ (กันตา, 2543)

1. สับปรดทั้งผล (whole) ตัดแต่งให้เป็นรูปทรงกระบอก
2. สับปรดเต็มแผ่นหรือวงแหวน (slides or rings) ที่ตัดจากข้อ 1 ตามแนวตั้งฉากกับแกนเป็นแผ่นวงแหวน
3. สับปรดครึ่งแผ่น (half slides) ได้จากการตัดสับปรดเต็มแผ่นออกเป็นครึ่งแผ่นหรือครึ่งวงแหวน
4. สับปรดเสี้ยวแผ่นหรือหนึ่งส่วนสี่แผ่น (quarter slides) ได้จากการตัดสับปรดเต็มแผ่นออกเป็นสี่เสี้ยวเท่าๆ กัน
5. สับปรดแผ่นหัก (broken slides) ได้แก่ ชิ้นสับปรดที่มีส่วนโค้งโดยที่ขนาดและรูปร่างอาจไม่สม่ำเสมอก็ได้
6. สับปรดชิ้นใหญ่ (chunk) ได้แก่ สับปรดชิ้นสั้นหนาที่ตัดมาจากสับปรดที่ฝานเป็นแผ่นที่ไม่สมบูรณ์ แผ่นหนาหรือสับปรดทั้งผล หนาและกว้าง 12 มิลลิเมตรขึ้นไป และยาวไม่เกิน 38 มิลลิเมตร
7. สับปรดชิ้นยาว (spread or fingers) ได้แก่ สับปรดที่ตัดเป็นเสี้ยวตามแนวยาวของสับปรดทั้งผล แต่ละชิ้นมีความยาวไม่น้อยกว่า 65 มิลลิเมตร
8. สับปรดลิ้ม (tidbits) ได้แก่ สับปรดที่ตัดจากสับปรดแผ่นตามข้อ 2-5 มีลักษณะรูปร่างคล้ายลิ้ม มีสัดส่วนสม่ำเสมอ หนาประมาณ 8-13 มิลลิเมตร
9. สับปรดลูกเต๋า (dice or cube) ได้แก่ สับปรดที่มีลักษณะรูปร่างคล้ายลูกบาศก์ ขอบด้านที่ยาวที่สุดต้องไม่เกิน 14 มิลลิเมตร
10. สับปรดชิ้นคละ (pieces) ได้แก่ สับปรดที่มีขนาดชิ้นไม่สม่ำเสมอ และไม่สามารถจัดรวมเข้าอยู่ในชนิดใดชนิดหนึ่งข้างต้นได้ และไม่รวมถึงสับปรดชิ้นใหญ่หรือสับปรดชิ้นเศษ
11. สับปรดชิ้นเศษ (chips) ได้แก่ สับปรดที่อาจทำขึ้นจากเศษเนื้อสับปรดที่เหลือจากการทำสับปรดลูกเต๋า สับปรดชนิดนี้อาจนับรวมเข้าอยู่ในสับปรดชิ้นย่อยได้
12. สับปรดชิ้นย่อย (crushed or crisp cut) ได้แก่ สับปรดลูกเต๋าลึกๆ หรือฝานเป็นชิ้นบางๆ ชูดหรือซอยเป็นชิ้นเล็กๆ สับปรดชนิดนี้อาจมีสับปรดชิ้นเศษรวมอยู่ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นทุนการผลิต

โครงสร้างต้นทุนการผลิตสับปรดกระป๋อง ประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ หีบห่อ และฉลาก ค่าแรงงาน และค่าพลังงาน โดยต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นเรื่องของวัตถุดิบประมาณร้อยละ 60-65 ของต้นทุนทั้งหมดรองมาเป็นค่าบรรจุภัณฑ์ประมาณร้อยละ 15-18 ซึ่งถ้าไม่นำค่าวัตถุดิบมารวมจะพบว่า ค่ากระป๋องเป็นสัดส่วนที่สูงในโครงสร้างต้นทุนการผลิต โดยถ้านำค่ากระป๋อง ค่าบรรจุหีบห่อ และค่าฉลากมารวมกันจะเป็นสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 60 และค่าแรงงานประมาณร้อยละ 12-15 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด จึงสามารถกล่าวได้ว่าต้นทุนการผลิตสับปรดกระป๋องของโรงงานจะผันแปรตามราคาสับปรดสดในขณะนั้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2540)

การขนส่งและการเก็บรักษาสับปรดกระป๋อง

ในการขนส่งสับปรดกระป๋องไปต่างประเทศนั้น ใช้วิธีการขนส่งโดยระบบคอนเทนเนอร์ ผู้ส่งออกต้องเสียค่าการะคือ ค่าธรรมเนียมการใช้แรงงาน (handing charge) และค่าธรรมเนียมฝากคอนเทนเนอร์ (storage charge) สำหรับประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่า สับปรดกระป๋องเป็นสินค้าขาออกที่ใช้บรรจุลงคอนเทนเนอร์ที่มีปริมาณมากที่สุด โดยเฉพาะในเส้นทางไทย-อเมริกา ส่วนใหญ่จะใช้บริการคอนเทนเนอร์ของทางชมรมเดินเรือไทย-สหรัฐฝั่งแอตแลนติก และชมรมเดินเรือไทย-สหรัฐฝั่งแปซิฟิก ถึงกับกำหนดอัตราค่าระวางเป็นอัตราเปิดเนื่องจากต้องแข่งขันกับเรือนอกชมรมในการขนส่ง (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537)

การขนส่งโดยการใช้คอนเทนเนอร์ ค่าใช้จ่ายจะสูงกว่าการใช้เรือบรรทุกสินค้าธรรมดา การใช้คอนเทนเนอร์ในการส่งออกของไทยเกิดจากผู้สั่งซื้อ กล่าวคือ เมื่อมีการตกลงทำการซื้อขายกัน ผู้ซื้อจะเป็นผู้ระบุถึงเงื่อนไขการบรรจุสินค้า ผู้ส่งออกจะเป็นผู้ทำให้เป็นไปตามความต้องการ และเนื่องจากผู้ส่งออกของไทยส่วนใหญ่ส่งออกในราคา F.O.B. ดังนั้นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการใช้คอนเทนเนอร์ ผู้ซื้อจะเป็นผู้จ่ายเองเพื่อแลกกับความสะดวก ป้องกันความเสียหายของสินค้า หรือเพิ่มความรวดเร็วในการขนส่ง

ส่วนการเก็บรักษาสับปรดกระป๋องที่จะส่งออก การท่าเรือแห่งประเทศไทย มีสถานที่เก็บรักษาคือ โรงพักสินค้าและคลังสินค้า ซึ่งมีกองโรงพักสินค้าดำเนินการเกี่ยวกับการรับมอบและการเก็บรักษา ซึ่งผู้ส่งออกสับปรดกระป๋องได้จัดการหีบห่อให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยและจะนำเข้าไปเก็บไว้ในโรงพักสินค้า

ปัญหาการผลิตสับประรดกระป๋อง

1. ปริมาณสับประรดที่ส่งป้อนโรงงานมีไม่สม่ำเสมอตลอดปี มากน้อยตามราคาสับประรดในช่วงที่ผ่านมาและสภาพดินฟ้าอากาศ เกษตรกรจะเปลี่ยนแปลงการผลิตตามราคาผลผลิต ทำให้เกิดภาวะสับประรดล้นหรือขาดตลาด และจากการที่วัตถุดิบป้อนโรงงานไม่สามารถกระจายออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น ปัญหาขาดแคลนแรงงาน ต้นทุนการผลิตสับประรดกระป๋องสูงขึ้นเป็นต้น (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537)

2. คุณภาพของสับประรดกระป๋องที่ผลิตได้จากบางโรงงานอยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน โดยเฉพาะผู้ผลิตรายเล็กที่เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ขาดประสิทธิภาพ ทำให้คุณภาพของสับประรดกระป๋องที่ผลิตได้ต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537)

3. โรงงานขนาดใหญ่บางแห่งขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องมาจากปัญหาหนี้สินเดิมที่สะสมไว้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537)

4. การเพิ่มสูงขึ้นของปัจจัยการผลิตต่างๆ ได้แก่ ราคาวัตถุดิบ ค่าบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เช่น กระป๋องที่ต้องนำเข้าแผ่นเหล็ก (Timplat) จากต่างประเทศ กล้องและฉลาก เป็นต้น รวมถึงการขาดแคลนแรงงานเนื่องจากเคลื่อนย้ายไปสู่อุตสาหกรรมอื่นมากขึ้น อีกทั้งค่าใช้จ่ายด้านแรงงานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

การตลาดและการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย

การบริโภคสับประรดกระป๋องภายในประเทศมีเพียงส่วนน้อยไม่เกินร้อยละ 5 ของผลผลิตทั้งหมดของประเทศ ส่วนใหญ่แล้วโรงงานผู้ผลิตสับประรดกระป๋องจะทำการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก คือ ประมาณร้อยละ 95 ของผลผลิตทั้งหมด เนื่องจากคนไทยนิยมบริโภคสับประรดสดมากกว่า เพราะมีรสชาติดี หาซื้อง่าย และมีราคาถูกกว่า

ภาวะการตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทย

ตลาดภายในประเทศ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นโรงแรมและภัตตาคารต่างๆ ซึ่งนำสับประรดกระป๋องไปประกอบอาหาร เพื่อใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ที่ผ่านมามีการพยายามขยายตลาดสับประรดกระป๋องภายในประเทศอยู่บ้าง แต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จ โรงงานผลิตสับประรดกระป๋อง มีช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้ (อารยะ, 2537)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. จำหน่ายให้กับห้างสรรพสินค้า หรือสหกรณ์ต่างๆ เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคต่อไป
2. จำหน่ายให้ตัวแทนขายหรือบริษัทขายหน้า เพื่อนำไปจำหน่ายในร้านค้าปลีกต่างๆ ภายในประเทศ หรือส่งออก ไปยังตลาดในต่างประเทศ
3. โรงงานผู้ผลิตจะเป็นผู้ส่งออกไปยังตลาดในต่างประเทศเอง

ภาวะการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย

ประเทศไทยเริ่มมีการส่งออกสับประรดกระป๋องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 ในปริมาณไม่มากนัก เพราะมีบริษัท อุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องไทย จำกัด อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 19 เมษายน 2510 เป็นโรงงานผลิตสับประรดกระป๋องเพียงแห่งเดียวในขณะนั้น อีกทั้งคุณภาพของผลผลิตยังไม่ได้มาตรฐานในตลาดต่างประเทศ หลังจากนั้นก็มี การตั้งโรงงานเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ปริมาณการผลิตสับประรดกระป๋องจึงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วพร้อมกัน ได้มีการพัฒนาคุณภาพควบคู่กันไปด้วย ทำให้ตลาดต่างประเทศยอมรับและสั่งซื้อ สับประรดกระป๋องจากประเทศไทยมากขึ้น (อารยะ, 2537) โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2530-2537 นับว่าเป็นยุคทองของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทย ปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 314,414 ตันในปี พ.ศ. 2531 เป็น 707,260 ตันในปี พ.ศ. 2537 หรือมีอัตราขยายตัวถึงร้อยละ 124.9 ทั้งนี้ ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้น คือ อุปสงค์ของตลาดโลก โดยเฉพาะตลาด สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้นำเข้าสับประรดกระป๋องรายใหญ่ของโลก นอกจากนั้นการขยายตัวของผลผลิตสับประรดสดสามารถตอบสนองความต้องการของโรงงานสับประรดกระป๋องได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม เมื่อสินค้าสับประรดกระป๋องของประเทศไทยถูกสหรัฐอเมริกาเรียกเก็บภาษีอากรเพื่อตอบโต้การทุ่มตลาด (anti-dumping duty) ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2538 เนื่องจากการมีขาย ตัดราคาระหว่างประเทศและระหว่างผู้ส่งออกของไทยด้วยกันเอง ทำให้ปริมาณการส่งออก สับประรดกระป๋องในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยลดลง ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องโดยรวมของประเทศ ทำให้ในปี พ.ศ. 2538 มีปริมาณการส่งออกเพียง 383,990 ตัน และมูลค่าการส่งออก 5,642.01 ล้านบาท ซึ่งปริมาณและมูลค่าส่งออกลดลงจากปี พ.ศ. 2537 มากถึงร้อยละ 45.71 และ 12.80 ตามลำดับ และได้ส่งผล ต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2539 ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงเหลือ 346,925 ตัน (ตารางที่ 6) ดังนั้น ประเทศไทยจึงได้หันไปส่งออกสับประรดกระป๋องในตลาดสหภาพยุโรป โดยเฉพาะประเทศ สาธารณรัฐเยอรมันเพิ่มขึ้นแทนตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้ปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้น เป็น 6,510 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากราคาสับประรดกระป๋องที่เพิ่มขึ้น แต่แล้วในปี พ.ศ. 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สหภาพยุโรปได้ตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรของประเทศไทยลงครึ่งหนึ่งหรือลดลงร้อยละ 50 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2540 ทำให้ปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยลดลงเหลือ 279,513 ตัน และมีผลกระทบต่อเนื่องถึงปี พ.ศ. 2541 ทำให้ปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยลดลงเหลือเพียง 226,355 ตันเท่านั้น นับว่าเป็นปริมาณการส่งออกที่ต่ำสุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 6) และในวันที่ 1 มกราคม 2542 สหภาพยุโรปได้ยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั้งหมดหรือลดลงร้อยละ 100 ทำให้การผลิตและการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยที่เคยรุ่งเรืองกลับหดตัวลงอย่างฉับพลันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 และได้ส่งผลกระทบต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน กอปรกับผลผลิตสับประรดสดมีแนวโน้มลดลง ราคาสับประรดสดสูงขึ้น อัตราค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น รวมถึงสับประรดกระป๋องของประเทศไทยต้องเสียภาษีนำเข้าสูงกว่าคู่แข่งในตลาดที่สำคัญเช่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา

ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยส่งออกสับประรดกระป๋องได้ 279,513 ตันมูลค่า 5,901.86 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าลดลงจากปี พ.ศ. 2539 ร้อยละ 19.43 และ 9.34 ตามลำดับ ส่วนในปี พ.ศ. 2542 ส่งออกสับประรดกระป๋องได้ 475,404 ตัน มูลค่า 11,432.80 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2541 ถึงร้อยละ 110.26 และ 65.09 ตามลำดับ และในปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออก 427,665 ตัน มูลค่า 7,876.80 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าลดลงร้อยละ 10.04 และ 31.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537-2543

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ตัน)	อัตรายายตัว (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตรายายตัว (ร้อยละ)
2537	707,260	-	6,522.47	-
2538	383,990	-45.71	5,642.01	-12.80
2539	346,925	-9.65	6,510.06	13.00
2540	279,513	-19.43	5,901.86	-9.34
2541	226,355	-19.04	6,925.02	17.31
2542	475,404	110.26	11,432.75	65.09
2543	427,665	-10.04	7,876.82	-31.10

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่ค้าสับประดกระป๋องที่สำคัญของประเทศไทย

ประเทศคู่ค้าสับประดกระป๋องที่สำคัญของไทย สามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 5 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดา
2. กลุ่มสหภาพยุโรป ได้แก่ สาธารณรัฐเยอรมัน สหราชอาณาจักร ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอิตาลี เป็นต้น
3. กลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐไต้หวัน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี ฮังกง (เขตบริหารพิเศษฮ่องกง) และประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น
4. กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ได้แก่ ประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรต ประเทศอิสราเอล และประเทศเยเมน เป็นต้น
5. กลุ่มประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศออสเตรเลีย กลุ่มสแกนดิเนเวีย และอื่นๆ

พบว่า ประเทศคู่ค้าหลักของประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งประเทศไทยสามารถส่งออกสับประดกระป๋องได้ในปริมาณที่มากเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 และอันดับ 3 ตามลำดับ ทั้งสามตลาดดังกล่าวนำเข้าสับประดกระป๋องคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 75 ของปริมาณสับประดกระป๋องที่ประเทศไทยส่งออกทั้งหมด ตลาดที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่ ประเทศแคนาดา สาธารณรัฐไต้หวัน ประเทศซาอุดีอาระเบีย และประเทศออสเตรเลีย สำหรับประเทศผู้นำเข้าสับประดกระป๋องในกลุ่มสหภาพยุโรปที่สำคัญ ได้แก่ สาธารณรัฐเยอรมัน ประเทศเนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร เป็นต้น (ตารางที่ 2)

การส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยได้ชะลอลงมากในตลาดสหรัฐอเมริกา นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา เมื่อถูกประเทศสหรัฐอเมริกาเรียกเก็บอากรต่อต้านการทุ่มตลาด ทำให้ผู้ผลิตและส่งออกสับประดกระป๋องของไทยได้หันไปให้ความสำคัญต่อการส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ โดยเฉพาะตลาดสหภาพยุโรปมากขึ้น ซึ่งในปี พ.ศ. 2537 สัดส่วนการส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีสูงถึงร้อยละ 49.5 ของปริมาณที่ไทยส่งออกทั้งหมด แต่หลังจากนั้นสัดส่วนดังกล่าวได้ลดลงมาเป็นลำดับและเหลือเพียงร้อยละ 11.3 ในปี พ.ศ. 2541 ในทางตรงกันข้ามสัดส่วนการพึ่งพาดตลาดสหภาพยุโรปซึ่งเคยมีเพียงร้อยละ 21.6 ในปี พ.ศ. 2537 ได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.4 ในปี พ.ศ. 2541 (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542)

ราคาส่งออกสับประคระป่องกระป๋องของประเทศไทย

ราคาสับประคระป่องของประเทศไทยที่ส่งออกไปตลาดต่างประเทศนอกจากจะแตกต่างกันตามชนิดของสับประคระป่องที่ส่งออกไปแล้ว ยังแตกต่างกันไปตามประเทศที่สั่งซื้อเป็นเพราะความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ผลิตสับประคระป่อง บริษัทผู้ส่งออกสับประคระป่องและประเทศผู้นำเข้า เช่น บริษัทโคล (ประเทศไทย) จำกัดเป็นสาขาของบริษัทโคล (ฮาวาย) ดังนั้นบริษัทโคล (ประเทศไทย) จะขายสับประคระป่องให้ประเทศสหรัฐอเมริกาในราคาถูกลงกว่าบริษัทอื่นๆ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ราคาส่งออกสับประคระป่องของประเทศไทยลดลง เนื่องจากประเทศผู้ผลิตที่สำคัญเช่น ไทย ฟิลิปปินส์ เคนยา ขยายพื้นที่เพาะปลูกมากขึ้น ทำให้มีการผลิตสับประคระป่องมากเกินความต้องการของตลาดและราคาสับประคระป่องของโลกลดต่ำลงอย่างต่อเนื่อง ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2538-2541 ราคาส่งออกสับประคระป่องของไทยได้เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 7) และในปี พ.ศ. 2541 ราคาส่งออก (F.O.B.) สับประคระป่องของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญสูงที่สุด จากนั้นในปี พ.ศ. 2542-2543 ราคาส่งออกสับประคระป่องของไทยได้ลดลง สำหรับราคาส่งออกสับประคระป่องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นสูงสุด เนื่องจากญี่ปุ่นเน้นคุณภาพสินค้า (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ราคาส่งออก (F.O.B.) สับประคระป่องของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ (บาท/ก.ก.)

ปี พ.ศ.	ประเทศผู้นำเข้า		
	สหภาพยุโรป	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น
2535	16.41	15.64	22.92
2536	13.06	13.95	19.97
2537	12.35	5.68	15.58
2538	14.73	14.08	17.93
2539	18.59	17.51	20.52
2540	13.79	20.10	23.50
2541	30.31	29.58	34.46
2542	25.93	24.53	31.68
2543	18.76	21.57	25.17

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย

ในการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยจะต้องแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญต่างๆ ดังนี้ (กันตา, 2543)

1. ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นคู่แข่งขั้นที่สำคัญที่สุดในการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย ทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ ทั่วโลก สับประรดกระป๋องของประเทศไทยมีคุณภาพและราคาส่งออกอยู่ในระดับเดียวกับประเทศไทย แต่ฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตในอดีตฟิลิปปินส์เคยครองส่วนแบ่งตลาดส่งออกสับประรดกระป๋องมากที่สุดในโลก แต่จากการประสบปัญหาการเมืองภายในประเทศทำให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของฟิลิปปินส์ลดลง ปัจจุบันเหตุการณ์ภายในประเทศได้สงบลง ทำให้การส่งออกสับประรดกระป๋องของฟิลิปปินส์จะสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้

2. ประเทศอินโดนีเซีย เป็นประเทศคู่แข่งขั้นที่สำคัญรองจากฟิลิปปินส์ คุณภาพสับประรดกระป๋องของอินโดนีเซียยังนับว่าเป็นรองประเทศไทย แต่ประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบประเทศไทยในด้านต้นทุนการผลิตและค่าแรงงานที่ต่ำกว่า ทำให้ราคาสินค้าถูกกว่า ดังนั้นการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยจะสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้

3. สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญอันดับ 3 ของไทยในแถบเอเชียซึ่งมีความได้เปรียบกว่าประเทศไทยในด้านค่าแรงที่ถูก ทำให้สินค้ามีราคาถูกกว่า แต่คุณภาพสับประรดกระป๋องของจีนยังคงเป็นรองจากประเทศไทย

4. ประเทศแอฟริกาใต้ และประเทศเคนยา เป็นคู่แข่งขั้นที่สำคัญในการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์อยู่ในทวีปแอฟริกา ซึ่งใกล้กับสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป จึงสามารถส่งออกสับประรดกระป๋องได้ในราคาที่ถูกลงกว่าประเทศไทย ทั้งไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าในตลาดสหภาพยุโรปอีกด้วย

5. ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นตลาดส่งออกสับประรดกระป๋องที่สำคัญของไทยอีกประเทศหนึ่ง ขณะเดียวกันก็เป็นคู่แข่งสำคัญในการส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยในตลาดสหภาพยุโรป เนื่องจากประเทศเนเธอร์แลนด์ได้นำเข้าสับประรดกระป๋องจากประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง และส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศใกล้เคียงได้แก่ สาธารณรัฐเยอรมัน และสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นประเทศสมาชิกในกลุ่มสหภาพยุโรปด้วยกัน

6. กลุ่มประเทศละตินอเมริกา เป็นคู่แข่งขั้นสำคัญของไทยในการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งมีความได้เปรียบกว่าประเทศไทยในด้านราคาสินค้าที่มีราคาถูกกว่า

นอกจากนี้แล้วก็ยังมีประเทศอื่นๆ ที่จะก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งกับไทย คือ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม นับเป็นอีกประเทศหนึ่งที่จะเข้ามาเป็นคู่แข่งกับประเทศไทย แม้ว่าในขณะนี้ภาพของการเป็นคู่แข่งกันจะยังไม่ปรากฏชัดนัก ส่วนประเทศมาเลเซีย และสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาได้แต่ปริมาณการผลิตของทั้งสองประเทศค่อนข้างคงที่

ภาวะการส่งออกสับปรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดที่ประเทศไทยส่งออกสับปรดกระป๋องมากเป็นอันดับที่ 3 โดยคิดเป็นร้อยละ 7.5 ของปริมาณการส่งออกสับปรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศ โดยประเทศญี่ปุ่นนำเข้าสับปรดกระป๋องจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 1 รองมาได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ก) ปริมาณการนำเข้าสับปรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยในอดีตมีปริมาณการนำเข้าไม่สูงมากนัก แต่การนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นนับว่ามีความสำคัญมากเนื่องจากประเทศญี่ปุ่นนำเข้าสับปรดกระป๋องเกรดเอ ทำให้มีมูลค่าการค้าสับปรดกระป๋องจากประเทศญี่ปุ่นในมูลค่าที่สูงมาก และประเทศญี่ปุ่นถือได้ว่าเป็นตลาดผู้นำเข้าสับปรดกระป๋องที่สำคัญรายหนึ่ง ในแถบเอเชียที่ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญในอนาคต

ลักษณะของตลาดประเทศญี่ปุ่น

การบริโภคผลไม้กระป๋องของชาวญี่ปุ่น นิยมบริโภคผลไม้กระป๋องที่มีความหวานตามธรรมชาติที่ไม่เติมน้ำตาล คุณภาพสูงและชอบรสชาติของผลไม้กระป๋องจากต่างประเทศ ดังนั้นสับปรดกระป๋องที่ผลิตภายในประเทศจึงไม่สามารถแข่งขันกับสับปรดกระป๋องนำเข้าได้ เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกจำกัดและค่าจ้างแรงงานสูง ต้นทุนการผลิตสับปรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจึงสูง ทั้งฤดูกาลในการผลิตสับปรดสดไม่เหมาะสม ผลผลิตสับปรดยังมีคุณภาพไม่ดีพอ มีปริมาณน้ำมาก ความหวานน้อยไม่เหมาะที่จะนำมาผลิตสับปรดกระป๋อง ดังนั้นการผลิตในประเทศจึงเป็นการผลิตสินค้าที่มีมูลค่ามากกว่า ส่งผลให้ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าผลไม้กระป๋องมาจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ สำหรับสับปรดกระป๋องนั้นรูปแบบการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นได้เริ่มเปลี่ยนแปลงในช่วงปี พ.ศ. 2533 เดิมทีประเทศญี่ปุ่นจะเน้นการนำเข้าสับปรดสดและแช่แข็งเพื่อนำไปผลิตเป็นสับปรดกระป๋องเอง ซึ่งมีราคาถูกกว่าการนำเข้าสับปรดกระป๋อง แต่เนื่องจากปริมาณการผลิตสับปรดกระป๋องไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ จึงต้องนำเข้าสับปรดกระป๋องจากต่างประเทศ โดยประเทศญี่ปุ่นได้กำหนดภาษีอากรขาเข้าสำหรับสับปรดกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในอัตราสูงถึงร้อยละ 30 และได้กำหนดโควตานำเข้ารวม (global quota) เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรม สับประดกระป๋องภายในประเทศ โดยทางสมาคมผู้นำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่น (Japan Pineapple Importer Association) จะเป็นผู้จัดสรรโควตาและสามารถนำเข้าสับประด กระป๋องจากประเทศใดก็ได้ สับประดกระป๋องของประเทศไทยแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเป็นที่นิยมของ ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น แต่มักถูกกีดกันในการนำเข้าจากบริษัทที่ได้รับการจัดสรรโควตา จึงต้อง ซื้อโควตาจากบริษัทอื่นๆ ในอัตราร้อยละ 2 ของมูลค่าสับประดกระป๋องที่ส่งไปประเทศญี่ปุ่น ทั้งหมด ทำให้ต้นทุนในการส่งออกของไทยค่อนข้างสูงเสียเปรียบประเทศอื่นๆ แต่หลังการเจรจา การค้ารอบอุรุกวัยประเทศญี่ปุ่นต้องปรับลดอัตรากำหนดนำเข้าสับประดกระป๋องลงเหลือประมาณ ร้อยละ 27 สำหรับโควตานั้นไม่ได้ระบุไว้ในข้อผูกพันว่ายังคงให้มีหรือไม่ แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้ ยกเลิกและไม่ได้ระบุปริมาณและอัตรากำหนดโควตาในแต่ละปี (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ก)

โครงสร้างตลาดสับประดกระป๋องของญี่ปุ่นนั้นแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคโดยตรง และกลุ่มผู้ใช้อื่นๆ เช่น ร้านอาหารหรือภัตตาคาร กลุ่มผู้บริโภคโดยตรงนั้นจะเน้นคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์สับประดกระป๋องจะต้องมีหีบห่อที่ดี สะดวกสบายต่อการเปิดบริโภค ในปัจจุบัน ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นต้องการบริโภคผลไม้กระป๋องที่มีน้ำตาลน้อย เนื่องจากมีการคำนึงถึงสุขภาพและ กลัวอ้วนเป็นอย่างมาก ส่วนกลุ่มทางด้านร้านอาหารหรือภัตตาคารนิยมซื้อสับประดกระป๋องไปใช้ เป็นส่วนประกอบของอาหารต่างๆ เช่น พายหรือขนมเค้ก เน้นพิจารณาด้านราคาเป็นสำคัญและ มักนิยมซื้อสับประดกระป๋องขนาดใหญ่ กลุ่มดังกล่าวมีความสำคัญในตลาดนำเข้าผลไม้กระป๋อง ของประเทศญี่ปุ่นในสัดส่วนร้อยละ 30-35 (อารยะ, 2537)

ปริมาณการนำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดนำเข้าสับประดกระป๋องที่สำคัญในแถบเอเชีย มีปริมาณการนำเข้า สับประดกระป๋องที่ไม่แน่นอนในแต่ละปี ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 มีปริมาณการนำเข้า ทั้งหมดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 304,031 ตัน โดยในปี พ.ศ. 2538 มีปริมาณการนำเข้าที่สูงมากเท่ากับ 75,284 ตันและลดลงเป็น 59,291 ตัน ในปี พ.ศ. 2539 ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 มีปริมาณการนำเข้า ลดลงต่ำสุดเท่ากับ 47,429 ตัน อันเนื่องจากผลกระทบจากการอ่อนตัวของค่าเงินเยนของประเทศ ญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2540 ทำให้ราคานำเข้าสินค้าต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้น ดังนั้น ปริมาณความต้องการสับประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจึงลดลง และในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 ปริมาณนำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเป็น 57,158 และ 57,211 ตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ปริมาณการนำเข้าสับประดะกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นแยกเป็นรายประเทศระหว่างปี
พ.ศ. 2538-2543 (ตัน)

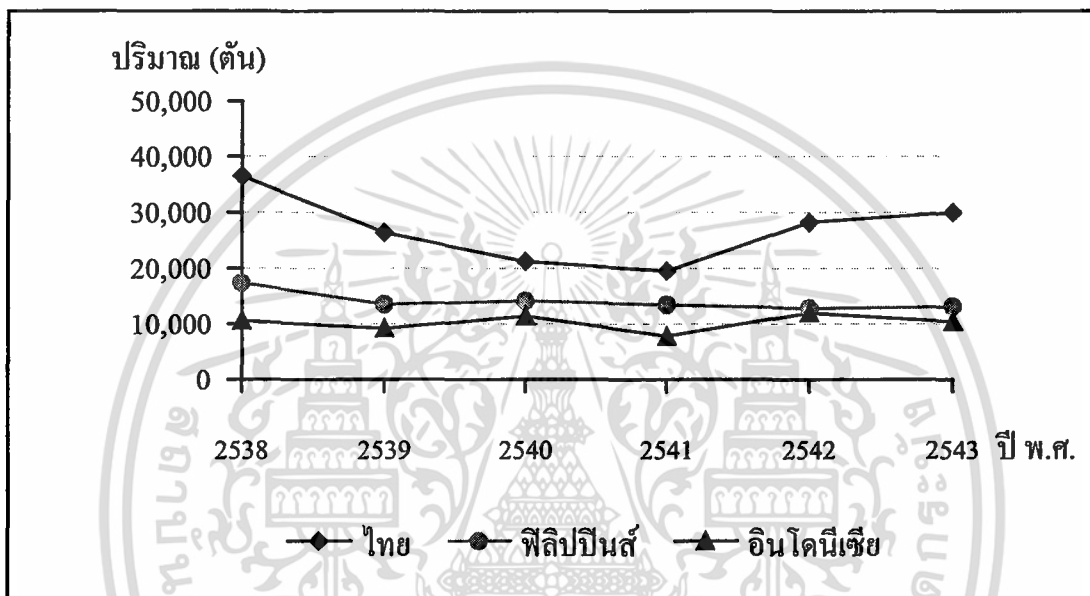
ปี พ.ศ.	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวมทุกประเทศ
2538	36,548	17,360	10,607	75,284
2539	26,421	13,574	9,226	59,291
2540	21,248	14,160	11,481	55,334
2541	19,494	13,491	7,811	47,429
2542	28,256	12,853	12,045	57,158
2543	30,028	13,152	10,429	57,211
เฉลี่ย	136,972	73,630	52,908	304,031

ที่มา: (Japan Customs, 2001)

จากตารางที่ 8 เห็นได้ว่าประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าสับประดะกระป๋องจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งประเทศญี่ปุ่นนำเข้าสับประดะกระป๋องเป็นอันดับ 2 และอันดับ 3 ตามลำดับ โดยมีปริมาณการนำเข้าสับประดะกระป๋องจากประเทศไทย 36,548 ตันในปี พ.ศ. 2538 และปริมาณนำเข้าเริ่มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539-2541 โดยในปี พ.ศ. 2539 มีปริมาณ 26,421 ตัน ในปี พ.ศ. 2540 เท่ากับ 21,248 ตัน และลดลงต่ำสุดเท่ากับ 19,494 ตันในปี พ.ศ. 2541 และในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 มีปริมาณการนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็น 28,256 ตัน และ 30,028 ตันตามลำดับ ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าสับประดะกระป๋องจากประเทศฟิลิปปินส์ 17,360 ตันในปี พ.ศ. 2538 และปริมาณนำเข้าลดลงเท่ากับ 14,160 ตันในปี พ.ศ. 2540 และลดลงต่ำสุดในปี พ.ศ. 2542 เท่ากับ 12,853 ตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 13,152 ตันในปี พ.ศ. 2543 ประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าสับประดะกระป๋องจากประเทศอินโดนีเซีย 10,607 ตันในปี พ.ศ. 2538 และนำเข้าลดลงต่ำสุดในปี พ.ศ. 2541 คือ 7,811 ตัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 ได้นำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 12,045 ตัน และในปี พ.ศ. 2543 ปริมาณการนำเข้าลดลงเท่ากับ 10,429 ตัน

แนวโน้มการนำเข้าสัปดาห์ประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาถึงปริมาณสัปดาห์ประดกระป๋องที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2543 จะเห็นได้ว่าประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มการนำเข้าจากประเทศต่างๆ ที่ไม่แน่นอนในแต่ละปี (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 ปริมาณการนำเข้าสัปดาห์ประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543
ที่มา: (จากตารางที่ 8)

จากภาพที่ 5 จะเห็นได้ว่าประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าสัปดาห์ประดกระป๋องจากประเทศไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองมาได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย เป็นอันดับ 2 และอันดับ 3 ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดญี่ปุ่นที่เน้นในด้านคุณภาพและนำเข้าสัปดาห์ประดกระป๋องเกรดเอ

การนำเข้าสัปดาห์ประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทย เห็นได้ว่ากราฟมีแนวโน้มที่สูงขึ้นและลดลงเป็นบางช่วง โดยในปี พ.ศ. 2538 ลักษณะของกราฟจะเป็นจุดที่สูงสุด และในช่วงปี พ.ศ. 2539-2541 ลักษณะของกราฟมีแนวโน้มลดต่ำลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2541 ลักษณะกราฟจะเป็นจุดที่ต่ำมากกว่าปีอื่นๆ เนื่องมาจากผลกระทบของการเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2540 ที่ส่งผลให้ค่าเงินเยนอ่อนตัวลงทำให้ราคานำเข้าสินค้า

ต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้น ดังนั้นปริมาณความต้องการสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจึงลดลง และในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 จะเห็นว่าลักษณะของกราฟมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นเริ่มดีขึ้น ในอนาคตคาดว่าแนวโน้มการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยจะมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ทั้งนี้เพราะสับประรดกระป๋องของประเทศไทยมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

การนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศฟิลิปปินส์ เห็นได้ว่ากราฟมีแนวโน้มค่อนข้างคงที่ โดยในปี พ.ศ. 2538 ลักษณะของกราฟจะเป็นจุดสูงสุด แต่ในปี พ.ศ. 2539 ปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศฟิลิปปินส์ลดลง ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากปริมาณสับประรดกระป๋องของฟิลิปปินส์ที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นลดลง เนื่องจากฟิลิปปินส์มีการผลิตสับประรดกระป๋องเพื่อส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามากขึ้น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับ 1 ของประเทศฟิลิปปินส์ ประกอบกับประเทศไทยประสบปัญหาการถูกเรียกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดในสหรัฐอเมริกา จึงทำให้เป็นโอกาสของประเทศฟิลิปปินส์ที่จะเพิ่มปริมาณการส่งออกสับประรดกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกามากขึ้น และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2543 เป็นต้นมา เห็นได้ว่าลักษณะของกราฟมีแนวโน้มค่อนข้างคงที่ คาดว่าในอนาคตแนวโน้มการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากฟิลิปปินส์นั้นจะมีปริมาณคงที่

การนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศอินโดนีเซีย เห็นได้ว่าลักษณะของกราฟมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและลดลงค่อนข้างสม่ำเสมอ และในปี พ.ศ. 2541 กราฟจะเป็นจุดที่ต่ำมากกว่าปีอื่นๆ เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียประสบปัญหาการเมืองภายในประเทศ ทำให้ปริมาณการผลิตสับประรดกระป๋องเพื่อส่งออกลดลง ประกอบกับประเทศญี่ปุ่นก็ได้รับผลกระทบจากการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา ปัญหาต่างๆ ภายในประเทศอินโดนีเซียเริ่มคลี่คลายทำให้มีการผลิตสับประรดกระป๋องเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น ในอนาคตคาดว่าประเทศญี่ปุ่นจะนำเข้าสับประรดกระป๋องจากอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น และอินโดนีเซียจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตและค่าแรงงานที่ต่ำกว่า

มูลค่าการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าสับประรดกระป๋องจากประเทศไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย โดยมีมูลค่าของการนำเข้าสับประรดกระป๋องในปี พ.ศ. 2543 เท่ากับ 20.81, 10.15 และ 6.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 มูลค่าของการนำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543
(ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.					
	2538	2539	2540	2541	2542	2543
ไทย	28.05	22.89	18.37	17.25	26.28	20.81
		(-18.40) ¹	(-19.75)	(-6.10)	(52.35)	(-20.81)
ฟิลิปปินส์	14.12	12.49	12.89	12.49	12.71	10.15
		(-11.54)	(3.20)	(-3.10)	(1.76)	(-20.14)
อินโดนีเซีย	7.76	7.49	9.56	6.70	10.70	6.85
		(-3.48)	(27.64)	(-29.92)	(59.70)	(-35.98)
มาเลเซีย	7.07	7.89	6.81	4.86	3.19	2.77
		(11.60)	(-13.69)	(-28.63)	(-34.36)	(-13.17)
ประเทศอื่น ๆ	2.58	1.59	1.25	2.43	1.18	0.77
		(-38.37)	(-21.38)	(94.40)	(-51.44)	(-34.75)
รวม	59.58	52.35	48.88	43.73	54.06	41.35
		(-12.13)	(-6.63)	(-10.54)	(23.62)	(-23.51)

หมายเหตุ ¹ ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าอัตราการขยายตัวมีหน่วยเป็นร้อยละ
ที่มา: (Japan Customs, 2001)

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศผู้ส่งออกทั้ง 3 ประเทศไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการส่งออกสูงสุด เนื่องจากมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นสูงที่สุดถึงร้อยละ 50.33 ในปี พ.ศ. 2543 ทำให้ประเทศไทยมีสัดส่วนของมูลค่าการครองตลาดนำเข้าสับประดกระป๋องในประเทศญี่ปุ่นมากเป็นอันดับ 1 สำหรับประเทศฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่มีสัดส่วนของมูลค่าการครองตลาดนำเข้าสับประดกระป๋องในประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศไทย คือ ร้อยละ 24.54 ในปี พ.ศ. 2543 ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีสัดส่วนของมูลค่าการครองตลาดนำเข้าสับประดกระป๋องในประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ คือ ร้อยละ 16.57 ในปี พ.ศ. 2543 (ตารางที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าสับประดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543
(ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.					
	2538	2539	2540	2541	2542	2543
ไทย	47.08	43.72	37.58	39.45	48.62	50.33
ฟิลิปปินส์	23.70	23.86	26.37	28.56	23.51	24.54
อินโดนีเซีย	13.02	14.31	19.56	15.32	19.79	16.57
มาเลเซีย	11.87	15.07	13.93	11.11	5.90	6.70
ประเทศอื่น ๆ	4.33	3.04	2.56	5.56	2.18	1.86
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 9)

การจัดชั้นมาตรฐานสินค้าในประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีมาตรฐานการนำเข้าสับประดกระป๋องซึ่งเป็นมาตรฐานที่ทางประเทศญี่ปุ่นกำหนดขึ้นเอง (Japanese Agriculture Standard: JAS) และค่อนข้างเข้มงวดมาก จัดขึ้นเพื่อเป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าการเกษตรที่ส่งเข้ามาในญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์ที่จะนำเข้าไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นได้จะต้องมีตราฉลากของ JAS เพื่อเป็นการยืนยันว่า ผู้บริโภคจะได้รับคุณค่าทางสารอาหารตรงตามที่ได้ทำการติดฉลากแสดงไว้ ปัจจุบันนี้ตราเครื่องหมาย JAS ที่ประทับลงบนเครื่องกระป๋องต่างๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสับประดกระป๋องของชาวญี่ปุ่นอย่างมาก

ขั้นตอนการตรวจสอบให้ตรา JAS มีการตรวจสอบจากคณะกรรมการค้นคว้าทางเกษตร โดยต้องได้รับการยืนยันจากคณะกรรมการอย่างน้อย 20 ท่าน และได้รับการตรวจสอบจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในท้องถิ่นที่ได้นำสับประดกระป๋องเข้ามาวางจำหน่าย โดยสถาบันมหาวิทยาลัยต่างๆ เมื่อทุกฝ่ายได้ทำการตรวจสอบแล้วก็จะลงความเห็นว่าจะสมควรได้รับตรา JAS หรือไม่ สาเหตุที่กฎหมายกำหนดให้มีตรา JAS ก็เพื่อเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เป็นการประกันว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่มีอันตราย
2. ป้ายฉลากจะต้องแสดงให้เห็นและต้องให้ผู้บริโภคเข้าใจได้โดยง่าย
3. เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของสินค้านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาการส่งออกสับประครกระป๋องของประเทศไทย

1. ราคาจำหน่ายของสับประครกระป๋องมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากต้นทุนการผลิตของโรงงานมีความผันแปรขึ้นลงตามผลผลิตและราคาของสับประครสด ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต จากการที่ราคาผลสดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้โรงงานสับประครกระป๋องที่ได้ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับต่างประเทศไว้แล้วไม่สามารถปรับราคาขายได้

2. การแข่งขันจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญรายอื่นของโลก เช่น ประเทศฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย ซึ่งมีต้นทุนการผลิตและค่าแรงงานที่ต่ำกว่า ทำให้สินค้ามีราคาถูกกว่าประเทศไทย รวมทั้งรัฐบาลได้ให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการส่งออกสับประครกระป๋อง

3. ปัญหาผู้ส่งออก ในการส่งออกบางครั้งมีผู้ส่งออกหลายราย ทำให้มีการขายตัดราคาจำหน่ายสับประครกระป๋องระหว่างผู้ส่งออกของไทยด้วยกันเองเกิดขึ้น ทำให้ขาดอำนาจเจรจาต่อรอง รวมทั้งต่างประเทศขาดความเชื่อถือในสินค้าของไทย นอกจากนี้การส่งออกสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพทำให้ขาดความเชื่อถือต่อสับประครกระป๋องของไทย จึงเป็นเหตุให้ปริมาณการส่งออกสับประครกระป๋องของไทยลดลง

4. ความไม่เข้มแข็งทางการเมืองและเศรษฐกิจ จึงต้องพึ่งพาดตลาดต่างประเทศเพียงไม่กี่ประเทศ ตลอดจนรัฐบาลไม่สามารถตอบโต้ในกรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อพิพาททางการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็วได้ เช่น ปัญหาการตอบโต้การทุ่มตลาดสับประครกระป๋องของประเทศสหรัฐอเมริกา และการถูกตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) สับประครกระป๋องในสหภาพยุโรป

5. ขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวต่างประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์สับประครกระป๋องของไทย มักจะไม่มีเครื่องหมายการค้าเป็นของตัวเอง ทำให้ไม่สามารถเจาะตลาดสำคัญๆ ที่มีภาวะการแข่งขันรุนแรงได้ โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดญี่ปุ่น ซึ่งผู้บริโภคมีความเชื่อถือในเครื่องหมายการค้ามาก ที่ผ่านผู้ส่งออกไทยจะแก้ปัญหาโดยการนำเครื่องหมายการค้าที่เป็นรู้จักและยอมรับของผู้บริโภคในตลาดมาติด ทำให้ต้องเสียค่าธรรมเนียมการค้าให้กับเจ้าของเครื่องหมายการค้า และต้องนำเข้าเมล็ดผลิตภัณ์จากต่างประเทศอีกด้วย

6. ปัญหาข้อมูลข่าวสารทางการตลาดต่างประเทศ ผู้ผลิตและผู้ส่งออกส่วนใหญ่จะประสบปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า และสภาพตลาดต่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่สามารถทราบความเคลื่อนไหวของตลาดโลกได้ทันทั่วทั้ง บางครั้งพลาดโอกาสการหาตลาดใหม่ๆ หรือการขยายตลาดเก่า และอาจเกิดการเสียหายแก่ผู้ส่งออกในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบการนำเข้าหรือมาตรฐานสินค้านำเข้าของบางประเทศ

มาตรการต่างๆ ของประเทศไทยที่มีต่ออุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง

มาตรการในการตั้งหรือขยายโรงงาน

กระทรวงอุตสาหกรรมเปิดเสรีในการขออนุญาตตั้งหรือขยายโรงงานสับประรดกระป๋อง ทั้งนี้เพื่อให้มีการแข่งขันตามระบบการค้าเสรี และมีสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) ได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตสับประรดกระป๋อง ซึ่งอยู่ในหมวด 1 คือ เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร ประเภท 1.8 การผลิตอาหาร ยกเว้นน้ำอัดลม โดยมีเงื่อนไขจะต้องตั้งอยู่ในเขต 3 (พื้นที่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังและท้องที่จังหวัดทุกจังหวัด นอกเหนือจาก จังหวัดในเขต 1 คือ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสาคร ปทุมธานี นนทบุรี และ นครปฐม และจังหวัดในเขต 2 คือ สมุทรสงคราม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา สระบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา และชลบุรี) ตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2536 ซึ่งแต่เดิม สกท. เคยงดให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการผลิตสับประรดกระป๋อง ในช่วงระหว่างวันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 ถึงวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2536

มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก

ผู้ส่งออกสับประรดกระป๋องจะต้องเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ตามมติของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2536 โดยสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารบรรจุกระป๋องภายในประเทศ ซึ่งสมาคมฯ ได้กำหนดระเบียบปฏิบัติในการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องดังนี้

ระเบียบปฏิบัติในการรับซื้อสับประรดสด

สมาคมฯ ได้กำหนดมาตรฐานการรับซื้อสับประรดสดจากเกษตรกรเข้าโรงงานแปรรูปสับประรดกระป๋อง ซึ่งจะใช้มาตรฐานเป็นหนึ่งเดียวที่โรงงานสับประรดกระป๋องทุกโรงงานต้องถือปฏิบัติและใช้ร่วมกัน มีรายละเอียดดังนี้

1. ขนาดและน้ำหนักของผลสับประรด ความกว้างของผลขนาดปกติ ต้องมีเส้นผ่านศูนย์กลางอยู่ระหว่าง 106-152 มม.หรือ 4.25-6 นิ้ว ผลขนาดเล็ก ต้องมีเส้นผ่านศูนย์กลางอยู่ระหว่าง 100-105 มม.หรือ 4-4.25 นิ้ว ความยาวของผลต้องมีความยาวอยู่ระหว่าง 4-9 นิ้ว หรือ 101-220 มม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำหนักของผล ต้องมีน้ำหนักอยู่ระหว่าง 1-2.5 ก.ก. ผลสับปะรดที่มีขนาดผิดไปจากที่ระบุไว้
โรงงานแปรรูปสับปะรดกระป๋องจะไม่รับซื้อ

2. ความสุกของผลสับปะรด เนื้อสับปะรดจะต้องมีสีเหลืองครึ่งผลเป็นอย่างต่ำ (เมื่อผ่า
ตรวจ) สีผิวเปลือกจะอยู่ในมาตรฐานสีเบอร์ 2-5 ยกเว้นในบางฤดู เช่น หน้าฝน อนุโลมให้ใช้สีเบอร์
1 ได้ แต่เนื้อสับปะรดยังต้องมีสีเหลืองครึ่งผลเป็นอย่างต่ำ

3. ก้านและจุกสับปะรดต้องไม่มีติคมา

4. เกณฑ์การสุ่มตัวอย่าง รถบรรทุกขนาด 10 ล้อ ผลตรวจสอบ 100 ผล โดยสุ่ม 4 ครั้ง ครั้ง
ละ 25 ผล รถบรรทุกขนาด 6 ล้อ ผลตรวจสอบ 100 ผล โดยสุ่ม 4 ครั้ง ครั้งละ 25 ผล รถบรรทุก
ขนาด 4 ล้อ ผลตรวจสอบ 100 ผล โดยสุ่ม 2 ครั้ง ครั้งละ 25 ผล

5. เงื่อนไขการไม่รับซื้อสับปะรด อันเนื่องมาจากมีลักษณะตำหนิ คือ สับปะรดมีแกนดำ
ติดต่อกัน 4 ตา หรือประมาณร้อยละ 50 ของผล สับปะรดที่มีรอยชำเกินกว่าร้อยละ 24 ของผล
สับปะรดที่มีกลิ่นผิดปกติ เช่น กลิ่นบูดเปรี้ยว, กลิ่นเน่า, กลิ่นเหม็นอับ สับปะรดที่ถูกแดดเผา
จนเนื้อในเป็นสีดำและมีกลิ่นเน่าเสีย สับปะรดมีเชื้อราขึ้นที่ขั้วมากกว่าร้อยละ 30 ของผล สับปะรด
ที่มีสัตว์กัดแทะ เงื่อนไขดังกล่าวหากพบว่ามีลักษณะตำหนิน้อยกว่าร้อยละ 50 ก็ให้คัดคืนชาวไร่

6. เงื่อนไขการไม่รับซื้อสับปะรดสดที่มาส่งโรงงานทั้งคันรถ เมื่อพบว่ามีการขนน้ำมัน จารบี
สี สารเคลือบรถ สารเคมีตกค้างต่างๆ หรือพบโลหะ เช่น ลวดเย็บกระดาษ ตะปู และเศษโลหะอื่นๆ
ที่ติดมากับผลสับปะรด และพบว่ามีสารไนเตรดเกินกว่า 10 พีพีเอ็ม¹

ระเบียบปฏิบัติในการส่งออกสับปะรดกระป๋อง

1. ผู้ส่งออกทุกรายจะต้องสมัครเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป
2. ผ่านการตรวจสอบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร เพื่อขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า
จากกองสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ
3. ขอหนังสือรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า
4. ขอหนังสือรับรองการส่งออกจากสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป เพื่อประกอบการตรวจ
ปล่อยของกรมศุลกากรและเป็นหลักฐานที่ใช้แสดงว่าราคาขายของผู้ส่งออกดังกล่าวไม่ต่ำกว่าราคา
ที่กรมการค้าต่างประเทศกำหนด โดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จะทำการหารือ

¹ พีพีเอ็ม (part per million: ppm) หมายถึง หน่วยปริมาณสารพิษที่พบในผักหรือผลไม้

ต่อหน่วย เช่น 100 ppm หมายความว่า ในผักหรือผลไม้ 1 กิโลกรัมจะมีสารพิษอยู่ 100 มิลลิกรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร่วมกับสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป กำหนดราคาส่งออกขั้นต่ำสับประรดกระป๋องเป็นคราวๆ ไป ตามความเหมาะสม ซึ่งขณะนี้ได้ปรับปรุงราคาส่งออกขั้นต่ำ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ในปัจจุบันและให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2538 (ภาพที่ 6)

มาตรการทางภาษี

จากผลข้อตกลงของการเจรจาการค้ารอบอุรุกวัย ซึ่งได้จัดให้สับประรดกระป๋องอยู่ในข้อตกลงว่าด้วยสินค้าเกษตรซึ่งตามพันธกรณีประเทศสมาชิกแกตต์ ลำดับที่ 88 คือประเทศไทยต้องปฏิบัติ คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นไป ประเทศไทยจะต้องเปิดตลาดให้มีการนำเข้าสับประรดกระป๋องและปรับลดอัตราภาษีศุลกากรการนำเข้าสับประรดกระป๋องพิกัด HS 2008.20 ลงจากร้อยละ 60 หรือ 50 บาท/ก.ก.เหลือร้อยละ 30 หรือ 25 บาท/ก.ก.ภายในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งก็ไม่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยมากนัก เนื่องจากความต้องการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศไทยมีไม่มาก

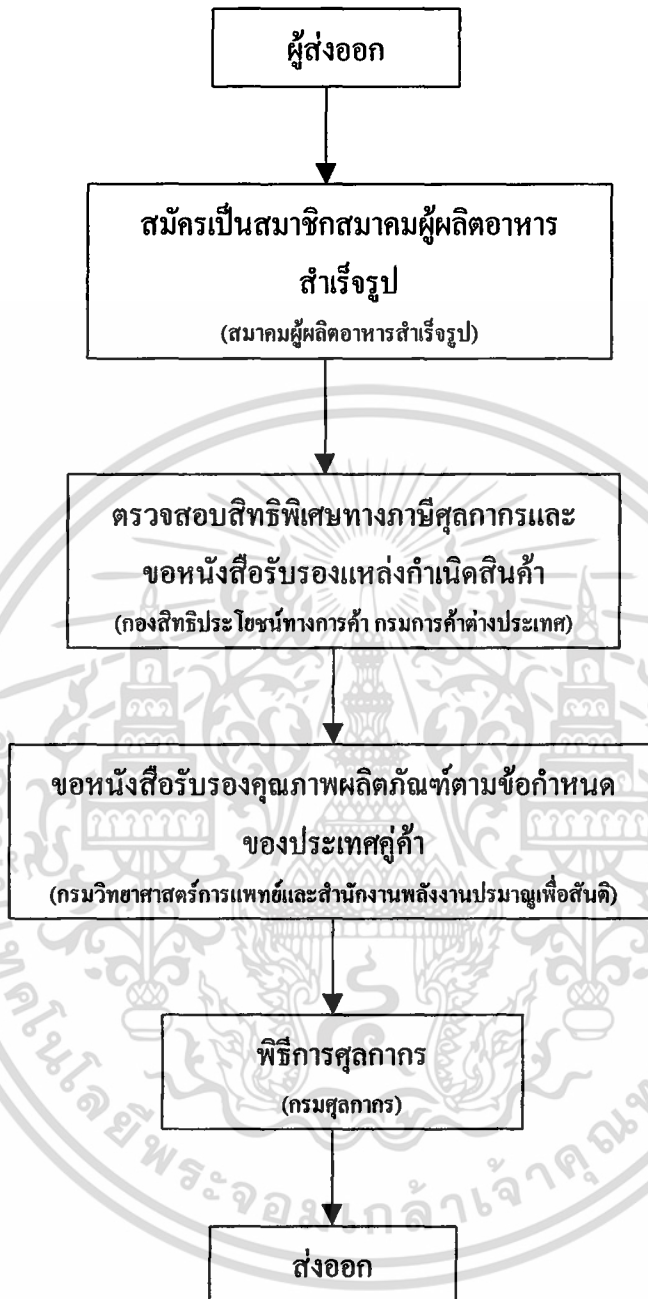
อัตรานำเข้าสับประรดกระป๋องที่ประเทศไทยผูกพันกับองค์การการค้าโลก (WTO) ในปี พ.ศ. 2540 อัตรานำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศไทยร้อยละ 51 หรือ 42.50 บาท/ก.ก. (แต่เก็บจริงในปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 30 หรือ 25 บาท/ก.ก.) ในปี พ.ศ. 2541 อัตรานำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศไทยร้อยละ 30 หรือ 25 บาท/ก.ก.

มาตรการที่มีใช้ภาษี

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาสับประรดในปี พ.ศ. 2540-2544 ดังนี้

1. ปรับเปลี่ยนพื้นที่ปลูกสับประรดที่ไม่เหมาะสมไปสู่กิจการอื่น 0.1 ล้านไร่หรือปีละ 0.02 ล้านไร่
 2. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิตโดยการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ไม่ต่ำกว่า 4,583 กิโลกรัม
 3. ปรับปรุงคุณภาพสับประรดให้มีคุณภาพและมาตรฐาน โดยกำหนดคุณภาพและมาตรฐานสับประรดเข้าสู่โรงงานแปรรูปสับประรดกระป๋อง
- โดยดำเนินการในพื้นที่เขตเกษตรเศรษฐกิจ 13 จังหวัดได้แก่ จังหวัดลำปาง อุทัยธานี นครพนม หนองคาย ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ตรัง ระยอง ราชบุรี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 ขั้นตอนในการส่งออกสับประรดกระป๋อง

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบมาตรฐานคุณภาพสินค้า

ตามความตกลงทางการค้าว่าด้วยสินค้าเกษตร ได้ยอมรับให้สินค้าเกษตรต้องปฏิบัติตามความตกลงว่าด้วยการบังคับใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช โดยมีวัตถุประสงค์ให้ประเทศต่างๆ ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการด้านสุขอนามัย เพื่อคุ้มครองชีวิตและสุขภาพบนพื้นฐานของหลักการทางวิทยาศาสตร์ที่เพียงพอ และไม่นำมาตรการสุขอนามัยไปใช้ในลักษณะที่ก่อให้เกิดการจำกัดทางการค้าระหว่างประเทศโดยแอบแฝง โดยประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ต้องยอมรับในมาตรการด้านสุขอนามัยของประเทศสมาชิกอื่นๆ แม้ว่ามาตรการจะแตกต่างกัน ถ้าหากมาตรการนั้นมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองสุขอนามัยในระดับที่เหมาะสม และสามารถตรวจสอบได้ด้วยหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2540) ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงคือ “ระบบมาตรฐานคุณภาพสินค้า” นั่นเอง

โรงงานผลิตสับประรดกระป๋องของประเทศไทยส่วนใหญ่ จะยึดมาตรฐานตามที่ถูกกำหนดและจะถือปฏิบัติตามข้อกำหนดของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ซึ่งในปัจจุบันได้ใช้ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 1276 พ.ศ. 2530 ตามความในพระราชบัญญัติ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 ซึ่งให้ยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสับประรดกระป๋อง มาตรฐานเลขที่ มอก. 51-2516 และกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์สับประรดกระป๋อง มาตรฐานเลขที่ มอก. 51-2530 ขึ้นใหม่ เพื่อให้มาตรฐานสับประรดกระป๋องมีความเหมาะสมและถูกต้องยิ่งขึ้น โดยระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ใช้ชื่อย่อว่า มอก. (Thai Industrial Standard: TIS) นั้น ประกอบด้วยข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัยและการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเกณฑ์มาตรฐานส่วนใหญ่จะอิงอยู่กับเกณฑ์มาตรฐานสินค้าสากล หรือเรียกว่า CODEX มีการดำเนินการโดยคณะกรรมการโครงการมาตรฐานสินค้าอาหาร FAO/WHO Alimentarius Commission ที่ใช้เป็นมาตรการในการระงับกรณีพิพาททางการค้าระหว่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องส่งออกของประเทศไทยส่วนใหญ่ ใช้เกณฑ์มาตรฐานการผลิตตามมาตรฐานของผู้นำเข้า แต่เกณฑ์มาตรฐาน มอก. ถือได้ว่าเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำ ยกเว้นกรณีมาตรฐานสับประรดกระป๋อง ที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานบังคับตามกฎหมาย นอกจากสับประรดกระป๋องซึ่งได้กำหนดมาตรฐาน มอก. แล้ว สินค้าอื่นๆ ก็มีเช่น น้ำสับประรด ลำไย เงาะ และลิ้นจี่ในภาชนะบรรจุ และเงาะสอดไส้สับประรดในภาชนะบรรจุ เป็นต้น

นอกจากนั้นยังมีระบบบริหารคุณภาพของโรงงานสับประรดกระป๋องและแปรรูป ซึ่งโดยทั่วไปใช้กระบวนการควบคุมการผลิต ที่เรียกว่า HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) ส่วนใหญ่แล้วก็จะอิงอยู่กับหลักการปฏิบัติที่ดี (Good Manufacturing Practices: GMP) ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงงานนั้น ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการประกอบอุตสาหกรรม โดยครอบคลุมถึง สุขลักษณะต่างๆ ของกระบวนการผลิต โดยเน้นการจัดทำเอกสารหรือกำหนดเป็นตารางจุดวิกฤต ในการผลิตที่จะต้องควบคุมดูแลเป็นพิเศษ เพื่อให้สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานคุณภาพที่แท้จริง ซึ่งจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม ได้แก่ อุณหภูมิในการฆ่าเชื้อโรค และขั้นตอนการปิดฝา เป็นต้น

ส่วนมาตรฐาน ISO เป็นระบบมาตรฐานสินค้าสากลขององค์การมาตรฐานระหว่างประเทศ (International Standard Organization: ISO) โดยมี ISO 9000 ซึ่งเป็นมาตรฐานเกี่ยวกับระบบการ จัดการด้านคุณภาพ (Total Quality Management: TQM) โดยมีสาระสำคัญคือ การกำหนดมาตรฐาน ขั้นต่ำที่ใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าและบริการนำไปใช้เป็นหลักประกันในการผลิต สินค้าและบริการได้คุณภาพสูงและสอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ และมาตรฐาน ISO 9000 มีขอบเขตการปฏิบัติสีกถึง ไปถึงการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบด้วย ซึ่งบริษัท สับประดไทย จำกัด (TIPCO) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นบริษัทผู้ผลิตสับประรดกระป๋องบริษัทแรกที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานสากล ISO 9000 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 และล่าสุดในช่วงต้นปี พ.ศ. 2540 บริษัท โคล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสับประรดกระป๋องอีกรายหนึ่ง ที่ได้รับการรับรองคุณภาพ มาตรฐาน ISO 9000 มาครอบครอง ซึ่งมาตรฐาน ISO 9000 นี้เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ทำให้บริษัท เหล่านี้เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าหรือประเทศคู่ค้าต่อไปในอนาคตได้ ส่วนระบบมาตรฐาน ISO 14000 เป็นมาตรฐานในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Standard: EMS) โดย บริษัทผู้ผลิตจะต้องตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของตนว่า ผลผลิตนั้นไม่ได้ทำลาย ทรัพยากรธรรมชาติและมีระบบรักษาสิ่งแวดล้อมในระดับที่เหมาะสมและยอมรับได้ ซึ่งในขณะนี้ มาตรฐานนี้อยู่ในระยะเปิดให้ทำตามมาตรฐานโดยสมัครใจ แต่ประเทศคู่ค้ารายใดก็ตามสามารถ หยิบยกขึ้นมาเป็นมาตรการกีดกันทางการค้า โดยกำหนดให้ผู้ผลิตและส่งออกสินค้า ไปประเทศของ ตนนั้นต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดมาตรฐานนี้ได้

มาตรการอื่นๆ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แก้ไขปัญหาการเชื่อมโยงภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม โดยให้มีการตกลงซื้อขายสับประรดล่วงหน้า และประกันราคาสับประรดขั้นต่ำทั่วประเทศ ตลอดจน การกำหนดมาตรการต่างๆ เช่น กำหนดราคาขั้นต่ำ การส่งออก การสร้างตลาดกลาง การสร้างระบบ สต็อกป้องกันตลาดต่างประเทศราคาได้ จึงร่วมมือกับสหพันธ์ชาวไร่สับประรดแห่งประเทศไทย และโรงงานผู้ผลิตสับประรดกระป๋องเสนอการจัดตั้งองค์กรสับประรดอย่างถาวรต่อคณะรัฐมนตรี และได้รับการอนุมัติ เมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2540 โดยใช้ชื่อว่า คณะกรรมการนโยบายและพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สับประรดแห่งชาติ ประกอบด้วยส่วนราชการ เกษตรกร และโรงงานผู้ผลิตสับประรดกระป๋อง เพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องอย่างเป็นระบบ

นโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย

มาตรการทางภาษี

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย คือ กลุ่มสหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศญี่ปุ่น ได้กำหนดอัตรากำหนดอัตราภาษีการนำเข้าสับประรดกระป๋องจากประเทศไทยดังนี้ (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ข)

1. กลุ่มสหภาพยุโรปพิกัด HS 20082059 อัตราภาษีที่เก็บจากประเทศไทย ร้อยละ 18.30 และพิกัด HS 20082079 อัตราภาษีที่เก็บจากประเทศไทย ร้อยละ 20
2. ประเทศสหรัฐอเมริกาพิกัด HS 200820 อัตราภาษีที่เก็บจากประเทศไทย 0.45 เซนต์/ก.ก.
3. ประเทศญี่ปุ่นพิกัด HS 2008.20.111 (เฉพาะที่ประเทศไทยส่งออกมาก) อัตราภาษีที่เก็บจากประเทศไทย ร้อยละ 27

มาตรการที่มีใช้ภาษี

สหภาพยุโรป เดิมสหภาพยุโรปกำหนดโควตานำเข้ารวมภายใต้ GSP ประมาณ 87,170 ตัน แต่ภายใต้ระบบ GSP ใหม่ สหภาพยุโรปจะยกเลิกระบบโควตา GSP แต่ใช้วิธีให้ส่วนลดหย่อนภาษีจากภาษีปกติ (MFN)

ประเทศสหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกาไม่มีการกำหนดโควตาการนำเข้าสับประรดกระป๋อง แต่มีการกำหนดมาตรฐานว่าจะต้องเป็นไปตามที่คณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (USFDA) ได้กำหนดไว้

ประเทศญี่ปุ่น เดิมประเทศญี่ปุ่นกำหนดโควตานำเข้า (tariff quota) โดยกำหนดโควตานำเข้าเป็นประจำทุกปี (ตั้งแต่ 1 เมษายน-31 มีนาคมของปีถัดไป) ภายหลังจากเจรจาทางการค้ารอบ อูรุกวัย ประเทศญี่ปุ่นต้องปรับลดภาษีนำเข้าสับประรดกระป๋องจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 27 ภายในระยะ 6 ปี ส่วนข้อกำหนดโควตาารวม (global quota) นั้น ไม่ได้ระบุไว้ในข้อผูกพันว่าจะยังคงให้มีหรือไม่ แต่ในปัจจุบันยังไม่ได้ยกเลิกและไม่ได้ระบุปริมาณและอัตราภาษีโควตาในแต่ละปีไว้ (กระทรวงพาณิชย์, 2543 ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการดำเนินงานพัฒนาสับประดะระป่องของประเทศไทย

แนวทางการดำเนินงานพัฒนาสับประดะระป่องและผลิตภัณฑ์สับประดะของประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537)

1. ตั้งคณะกรรมการไตรภาคีขึ้นในระดับจังหวัด ซึ่งคณะกรรมการนี้ประกอบด้วย 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายรัฐบาล สถาบันเกษตรกร และโรงงานสับประดะระป่อง โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็น ประธาน ซึ่งมีกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการ เกษตร กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และนายอำเภอในพื้นที่นั้น โดยให้คณะกรรมการมีหน้าที่พิจารณากำหนด แนวทางในการดำเนินงาน กำหนดปริมาณและราคาสับประดะส่งโรงงานแปรรูปสับประดะระป่อง เป็นรายเดือนในแต่ละปี กำหนดหลักเกณฑ์การจัดปริมาณการผลิต และควบคุมดูแลให้ทั้งโรงงาน สับประดะระป่อง และสถาบันเกษตรกรปฏิบัติตามสัญญาและเป็นธรรม

2. กรมส่งเสริมสหกรณ์และกรมส่งเสริมการเกษตร ชี้แจงประชาสัมพันธ์แก่เกษตรกร ผู้ปลูกสับประดะให้เข้าใจถึงปัญหาและมาตรการแก้ไขที่ต้องร่วมมือกันทุกฝ่าย และจัดตั้งสถาบัน เกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกสับประดะให้กว้างขวางขึ้น หรือปรับปรุงสหกรณ์การเกษตร ที่มีอยู่ในพื้นที่อยู่แล้วให้สามารถดำเนินการเป็นตัวแทนสมาชิกผู้ปลูกสับประดะ เพื่อดำเนินการธุรกิจ ในการทำสัญญาซื้อขายกับ โรงงานสับประดะระป่อง ให้เป็นที่เชื่อถือและมั่นใจของ โรงงาน เช่นเดียวกับหัวหน้า โคเวด้าหรือพ่อค้าคนกลางที่ได้ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

3. โรงงานสับประดะระป่อง จะต้องแจ้งปริมาณสับประดะที่ต้องการในแต่ละเดือนให้ คณะกรรมการทราบ เพื่อจัดสรรปริมาณการผลิตสับประดะให้สถาบันเกษตรกรได้อย่างเหมาะสม

4. โรงงานสับประดะระป่องและสถาบันเกษตรกรต้องทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (contract farming) โดยระบุถึงจำนวนเนื้อที่เพาะปลูก ปริมาณสับประดะที่ตกลงซื้อขาย ระยะเวลาส่งมอบ และ ระยะเวลาจ่ายเงิน

5. สถาบันเกษตรกร จัดสรรปริมาณการผลิตสับประดะให้เกษตรกรสมาชิกตามหลักเกณฑ์ที่ คณะกรรมการกำหนด และควบคุมดูแลสมาชิกให้ดำเนินการตามแผนการผลิตและสัญญากับ โรงงานแปรรูป ตลอดจนจัดหาสินเชื่อเพื่อการผลิตและปัจจัยการผลิตมาจำหน่ายแก่สมาชิก

6. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ และธนาคารพาณิชย์ สนับสนุนการให้สินเชื่อเพื่อ การผลิตแก่เกษตรกรผู้ปลูกสับประดะที่ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับ โรงงานสับประดะระป่อง

7. ธนาคารแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุนแก่โรงงานลับประดกระป๋องในด้านสินเชื่อ เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการจัดหาวัตถุดิบและสินเชื่อเพื่อการส่งออกที่จะช่วยลดต้นทุนการผลิต และการส่งออกของโรงงานลับประดกระป๋อง

8. กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ร่วมกันวางแผนการผลิตกับสถาบันเกษตรกรและโรงงานลับประดกระป๋อง และให้คำแนะนำแก่เกษตรกรสมาชิก รวมทั้งให้การสนับสนุนเทคโนโลยีด้านการผลิตเพื่อให้เกษตรกรผลิตลับประดได้ในปริมาณและคุณภาพตามระยะเวลาที่ทำสัญญาไว้กับโรงงาน

9. คณะกรรมการจะต้องกำหนดให้มีเงื่อนไขและบทลงโทษ ถ้าหากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไม่ปฏิบัติตามสัญญา เช่น ถ้าหากสถาบันเกษตรกรหรือเกษตรกรทำผิดสัญญา ก็อาจทำการตัดโควต้าที่เกษตรกรจะได้รับในปีต่อไป หรือหากโรงงานลับประดกระป๋องทำผิดสัญญาก็เรียกปรับค่าเสียหายจากโรงงาน ซึ่งได้ระบุในสัญญาโดยจัดให้มีหนังสือประกันจากธนาคาร (bank guarantee)

10. กระทรวงอุตสาหกรรม ควบคุมการผลิตของโรงงานลับประดกระป๋อง

11. กระทรวงพาณิชย์ ช่วยขยายตลาดและเพิ่มตลาดลับประดกระป๋องให้มากขึ้น

12. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ทำหน้าที่ติดตามสถานการณ์และผลการดำเนินการ โดยประสานงานระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กับคณะกรรมการเพื่อให้ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ เพราะถ้ามีปัญหาจะได้รับการพิจารณาแก้ไขได้ทันที

ลักษณะของการดำเนินการตามรูปแบบของแนวทางการพัฒนาลับประดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ลับประดของประเทศไทย ดังกล่าวทำได้ 2 ลักษณะ คือ

1. ดำเนินการในวงจำกัด โดยทำเฉพาะกับโรงงานลับประดกระป๋อง และสถาบันเกษตรกรที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสามารถดำเนินการได้ทันทีแต่มีข้อจำกัด คือ หากมีโรงงานลับประดกระป๋องและเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการน้อย จะทำให้โรงงานลับประดกระป๋องและเกษตรกรที่อยู่นอกระบบมีมาก ซึ่งอาจจะผลิตลับประดออกมามากเกินความต้องการของโรงงาน ราคาลับประดก็จะตกต่ำ มีผลทำให้โรงงานลับประดกระป๋องรับซื้อลับประดจากเกษตรกรนอกสัญญา

2. ดำเนินการทั้งระบบ คือ โรงงานลับประดกระป๋องทุกโรงงานและเกษตรกรผู้ปลูกลับประดทุกรายเข้าร่วมโครงการซึ่งจะต้องมีการจดทะเบียนผู้ปลูกลับประดด้วย การดำเนินการแบบนี้ทำให้สามารถควบคุมปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่มีข้อจำกัดหรืออุปสรรค คือ อาจต้องใช้เวลานานเพราะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากยังไม่มีความหมายที่จะใช้บังคับ ควบคุมและมีบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนให้ปฏิบัติตาม ได้

ผลการประเมินปัญหาและแนวทางการพัฒนาสับประรดกระป๋องของประเทศไทย

ถึงแม้ว่ารัฐบาลได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาสับประรดกระป๋องของประเทศไทย เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น แต่ปัญหาในการผลิต การตลาด และการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยนั้นว่ายังมีอยู่อีกมาก บางปัญหาก็ยังไม่สามารถแก้ไขได้ ซึ่งปัญหาและแนวทางการพัฒนาสับประรดกระป๋อง สามารถประมวลได้ดังนี้

1. การผลิตสับประรดส่งโรงงานยังประสบปัญหาอย่างมาก เช่น ปัญหาพันธุ์ที่ใช้ปลูก โรค และแมลงศัตรูพืช ผลผลิตต่อไร่ต่ำเพราะต้องอาศัยสภาพดินฟ้าอากาศ คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีการปลูก การดูแลรักษา การให้น้ำ การบังคับให้ออกดอกและอื่นๆ ซึ่งเกษตรกรปฏิบัติตามคำบอกกล่าวของเจ้าหน้าที่บริษัทเอกชนที่จำหน่ายปัจจัยการผลิตมากเกินไป ทำให้ผลิตผลมีคุณภาพไม่ดีพอ ดังนั้นเกษตรกร บริษัทเอกชน โรงงานแปรรูปสับประรดกระป๋อง รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐ น่าจะได้ร่วมกันแก้ไขในเรื่องนี้

2. การตกค้างของสารไนเตรทในผลสับประรด ซึ่งเกิดจากการใช้ปุ๋ยไนโตรเจนมากเกินไป หรือเร่งใส่หลังจากบังคับให้ออกดอกแล้ว ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพของผลิตภัณฑ์สับประรดกระป๋องตามมา คือ เมื่อมีปริมาณสารนี้ตกค้างสูงจะไปทำปฏิกิริยากัดกร่อนสีบุกของผิวด้านในกระป๋อง เปลี่ยนเป็นสีดำหลุดร่วงลงในน้ำเชื่อม หากพบมากจะเป็นผลเสียต่อการแข่งขันในการส่งออก โดยทางกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดมาตรฐานและอนุญาตให้มีไนเตรทในพืชผักและอาหารได้ไม่เกิน 500 พีพีเอ็ม ด้วยเหตุนี้ทางโรงงานแปรรูปสับประรดกระป๋องจึงจำเป็นต้องสุ่มตัวอย่างตรวจหาปริมาณสารนี้ก่อนรับซื้อผลสับประรดสดที่ใช้เป็นวัตถุดิบ ทำให้โรงงานต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสับประรดกระป๋องเพิ่มขึ้นด้วย

3. ปัจจุบันการปลูกสับประรดขาดการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของโรงงานแปรรูปสับประรดกระป๋อง ซึ่งต้องการสับประรดสดแต่ละเดือนในปริมาณที่สม่ำเสมอตลอดปี ซึ่งที่เป็นอยู่เวลานี้บางช่วงมีผลิตผลออกมามากน้อยต่างกันไม่แน่นอน ทำให้ต้นทุนในการผลิตสับประรดกระป๋องสูง ส่วนใหญ่เกษตรกรจะปลูกสับประรดตามราคาที่ผ่านมา เช่น ถ้าปีที่แล้วมีราคาสูงมาก ในปีนี้จะขยายเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้นอีกพร้อมกับดูแลให้สับประรดที่มีอยู่ให้เจริญเติบโตสมบูรณ์ โดยใช้ปัจจัยการผลิตให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มผลิตผลสับประรด ทำให้มีปริมาณสับประรดออกมามากจนทำให้เกิดภาวะสับประรดล้นตลาดเป็นเหตุให้ราคาตกต่ำเกษตรกรขาดทุน รัฐบาลจึงเข้าช่วยเหลือเกษตรกรโดยการประกันราคาขั้นต่ำ แต่แล้วในปีถัดไปเกษตรกรก็ลดเนื้อที่ปลูกทำให้ผลิตผลออกมาน้อยเกิดภาวะสับประรดขาดแคลนไม่พอกับความต้องการของโรงงานแปรรูป ราคาสับประรดก็จะสูงขึ้นอีก หมุนเวียนเช่นนี้ไปเรื่อยๆ ในรอบ 2-3 ปีที่ผ่านมา และการที่ทางราชการได้กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขตเกษตรเศรษฐกิจปลูกสับปะรดและให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ปลูกนั้น เป็นเพียงการดำเนินงานอย่างเป็นทางการเท่านั้น ไม่มีบทลงโทษและจะอะไร จึงไม่ได้ผลตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้

4. ตลาดสับปะรดสดมักจะมีปัญหาเป็นประจำในเรื่องโควต้าสับปะรดส่งโรงงาน โดยโรงงานแปรรูปสับปะรดกระป๋องจะนำระบบโควต้ามาใช้เมื่อเกิดภาวะสับปะรดล้นตลาด เกษตรกรจึงไม่สามารถขายสับปะรดให้กับโรงงานโดยตรง ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางมารวบรวมซึ่งมักจะรับโควต้ามาจากโรงงานแล้วขายโควตานั้นให้เกษตรกรอีกต่อหนึ่ง ทำให้เกษตรกรขายสับปะรดได้ในราคาที่ต่ำกว่าที่โรงงานรับซื้อเข้ามา หรือบางครั้งขายให้โรงงานไม่ได้เลยต้องปล่อยให้เสียหายในไร่ ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรไม่ได้รับความร่วมมือจากโรงงานในการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้า (contract farming) รัฐบาลจึงควรผลักดัน พ.ร.บ. สภาการเกษตรขึ้นมาให้ได้ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรทั้งให้มีข้อกำหนดและบทลงโทษอย่างเป็นทางการขึ้นด้วย

5. สิ่งอำนวยความสะดวกของภาครัฐมีไม่เพียงพอ ได้แก่ การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ เครื่องจักรที่ยกสินค้าลงเรือ ไม่มีโกดังพักสินค้าก่อนลงเรือ ไม่มีเรือสินค้าในบางช่วง ทั้งยังเก็บภาษีการค้าและภาษีเทศบาลมากเกินไป ซึ่งเป็นอุปสรรคในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้การคืนเงินค่าภาษีแผ่นดินเพื่อทำกระป๋องล่าช้ามาก ทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตของโรงงานสับปะรดกระป๋อง รัฐบาลจึงควรจะได้พิจารณาในเรื่องนี้

6. การแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋องในตลาดโลก เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดสหภาพยุโรป และตลาดญี่ปุ่น ต้องเผชิญปัญหาเกี่ยวกับประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศเคนยา ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเม็กซิโก ทำให้สูญเสียปริมาณส่งออกไป ดังนั้นทางภาครัฐควรให้การสนับสนุนช่วยแสวงหาตลาดใหม่ๆ ตลอดจนช่วยเหลือสภาพคล่องการเงินแก่โรงงานแปรรูปสับปะรดกระป๋องด้วย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทนี้เป็นการวิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้วิธีทางสถิติ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ในส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น โดยอาศัยแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (a market share analysis model) และในส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ และใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดาเพื่อการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยอิสระต่างๆ ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับปะรดกระป๋อง ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

สำหรับการวิเคราะห์ในส่วนนี้ จะพิจารณาการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย จากการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันเบื้องต้น ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้งสอง โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องรายใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่น โดยมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด (ตารางที่ 11) เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกปี โดยมีค่า RCA ไม่แน่นอน คือ ในช่วงปี พ.ศ. 2538-2541 มีแนวโน้มลดลง จากปี พ.ศ. 2538 มีค่า RCA เท่ากับ 16.18 เป็น 15.01 ในปี พ.ศ. 2539 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2541 มีค่า RCA ลดลงเท่ากับ 12.19 และค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในปี พ.ศ. 2542 เท่ากับ 14.98 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2543 มีค่า RCA เพิ่มขึ้นเท่ากับ 16.98 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ จะมีแนวโน้มลดลง จากปี พ.ศ. 2540 มีค่า RCA เท่ากับ 10.03

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็น 9.08 ในปี พ.ศ. 2541 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2542 มีค่า RCA ลดลงเท่ากับ 7.46 และค่า RCA เพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ. 2543 เท่ากับ 9.34 ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีแนวโน้มลดลง จากปี พ.ศ. 2539 มีค่า RCA เท่ากับ 3.84 เป็น 1.48 ในปี พ.ศ. 2540 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2541 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 เท่ากับ 0.27 เนื่องจากเหตุการณ์ภายในประเทศ ทำให้ปริมาณผลผลิตและการส่งออกลดลงอย่างมาก และในปี พ.ศ. 2542 ค่า RCA ได้เพิ่มสูงขึ้นเท่ากับ 3.77 และลดลงในปี พ.ศ. 2543 เท่ากับ 3.06 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 11 มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียไปยัง ประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.					
	2538	2539	2540	2541	2542	2543
ไทย	27.20	21.10	17.10	14.20	23.20	18.90
ฟิลิปปินส์	-	-	6.07	5.99	6.03	5.71
อินโดนีเซีย	-	7.41	2.67	2.67	6.79	4.80

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2544)

ตารางที่ 12 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกสับประรดกระป๋อง ไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.					
	2538	2539	2540	2541	2542	2543
ไทย	16.18	15.01	13.57	12.19	14.98	16.98
ฟิลิปปินส์	-	-	10.03	9.08	7.46	9.34
อินโดนีเซีย	-	3.84	1.48	0.27	3.77	3.06

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 9, ตารางที่ 11, ตารางผนวกที่ 1 และ 2)

จากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออก สับประดะกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ และ ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า โดยรวมในแต่ละปีประเทศไทยมีค่า RCA สูงสุด รองลงมาคือ ประเทศ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ตามลำดับ แต่ก็มีค่า RCA น้อยกว่าประเทศไทยมาก ซึ่งแสดงว่าประเทศ ไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับประดะกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด และมีศักยภาพ ในการส่งออกสับประดะกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ทั้งนี้เพราะ ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านคุณภาพของสับประดะกระป๋อง ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด ญี่ปุ่นที่เน้นในด้านคุณภาพของสินค้าและนำเข้าสับประดะกระป๋องเกรดเอ แต่ความได้เปรียบของ ประเทศไทยกำลังลดลง เนื่องจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่นคือ ประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตและค่าแรงงานที่ต่ำกว่า ทำให้ราคาสินค้า ถูกกว่าและจากปัญหาที่ประเทศไทยถูกกีดกันในการนำเข้าสับประดะกระป๋องจากบริษัทที่ได้รับ การจัดสรรโควตานำเข้ารวม จึงต้องซื้อโควตาในอัตราร้อยละ 2 ของมูลค่าสับประดะกระป๋องที่ส่งไป ประเทศญี่ปุ่นทั้งหมด ทำให้ต้นทุนในการส่งออกสับประดะกระป๋องของไทยค่อนข้างสูงเสียเปรียบ ประเทศอื่นๆ ทั้งภานำเข้าสับประดะกระป๋องของญี่ปุ่นที่สูงถึงร้อยละ 27 ส่งผลให้ปริมาณการ ส่งออกสับประดะกระป๋องของประเทศไทยลดลง ดังนั้นผู้ประกอบการและรัฐบาลควรร่วมมือกัน ใน การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสับประดะกระป๋องให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกสับประด ะกระป๋องที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการเจรจาทางการ ค้าระหว่างรัฐบาลไทยกับประเทศญี่ปุ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกสับประดะกระป๋องของ ประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และรักษาสัดส่วนการ ครองตลาดไว้ได้

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากที่ได้ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับประดะกระป๋อง ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วยประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย ไปยังประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้ สามารถทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ คือ จากการศึกษาค่าดัชนีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (ค่า RCA) พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ซึ่งเป็นไป ตามสมมติฐาน ส่วนประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซียมีค่า RCA มากกว่า 1 ซึ่งไม่เป็นไป ตามสมมติฐาน ยกเว้นในปี พ.ศ. 2541 ที่ค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซีย มีค่าน้อยกว่า 1 ซึ่งเป็นไป ตามสมมติฐาน อันเนื่องมาจากเหตุการณ์ภายในประเทศอินโดนีเซีย ทำให้ปริมาณผลผลิตและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกของประเทศอินโดนีเซียลดลงอย่างมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบค่า RCA ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งทั้งสองแล้ว พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA สูงกว่าประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซียมาก แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับประคกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ความหมายในเชิงนโยบายของการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสับประคกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ทำให้ทราบแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มปริมาณการส่งออก โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสับประคกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสับประคกระป๋องของประเทศไทยไปญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอื่นที่สำคัญอย่างประเทศฟิลิปปินส์มีแนวโน้มโดยเฉลี่ยของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏค่อนข้างคงที่ ดังนั้นแนวทางที่ควรนำมาใช้เพื่อพัฒนาการส่งออก คือ การใช้นโยบายพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสับประคกระป๋องที่จะส่งออกให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกสับประคกระป๋องที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการเจรจาทางการค้าระหว่างรัฐบาลไทยกับประเทศญี่ปุ่นในเรื่องการค้าสับประคกระป๋อง ดังนั้นประเทศไทยควรให้ความสนใจในการปรับปรุงระบบการทำงานและมาตรฐานการผลิตสับประคกระป๋องให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการเพื่อดึงดูดความสนใจของประเทศญี่ปุ่น และตลาดส่งออกอื่นๆ ต่อไป เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกสับประคกระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และสามารถรักษาสัดส่วนการครองตลาดไว้ได้

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประคกระป๋อง ของไทยในตลาดญี่ปุ่น

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประคกระป๋องของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญในการส่งออกสับประคกระป๋องของประเทศไทย และเป็นตลาดที่ประเทศคู่แข่งอื่นให้ความสนใจและพยายามครอบครองส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น โดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (a market share analysis model) เพื่อจะได้ทราบถึง

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของไทยว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยจะวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากแข่งขันในตลาด โดยใช้ข้อมูลปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องของประเทศไทยญี่ปุ่นรายปีเฉลี่ย ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 และปี พ.ศ. 2541-2543 เป็นช่วงระยะเวลาที่ 1 และช่วงระยะเวลาที่ 2 ตามลำดับ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้าในปีใดปีหนึ่ง ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 13, 14 และ 15 จะเห็นได้ว่า ส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 44.35 ของปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2540 เป็นร้อยละ 48.07 ของปริมาณนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2543 (ตารางที่ 14) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 และปี พ.ศ. 2541-2543 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดลดลง 2,146 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาดลดลง 4,153 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 193.52 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด และเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 2,007 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 93.52 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 15)

ส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศฟิลิปปินส์ในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 23.74 ของปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2540 เป็นร้อยละ 24.41 ของปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2543 (ตารางที่ 14) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 และปี พ.ศ. 2541-2543 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดลดลง 1,866 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลจากขนาดของตลาดลดลง 2,227 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 119.35 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด และเป็นผลจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 361 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 19.35 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 15)

สำหรับส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 16.49 ของปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2540 เป็นร้อยละ 18.72 ของปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องทั้งหมดของญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2543 (ตารางที่ 14) และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 และปี พ.ศ. 2541-2543 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดลดลง 343 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลจากขนาดของตลาดลดลง 1,544 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 450.15

ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด และเป็นผลจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 1,201 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 350.15 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 13 ปริมาณสับประรดกระป๋องที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และรวมทุกประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2543 (ตัน)

ปี พ.ศ.	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	รวมทุกประเทศ
2538	36,548	17,360	10,607	75,284
2539	26,421	13,574	9,226	59,291
2540	21,248	14,160	11,481	55,334
เฉลี่ย 2538-2540	28,072	15,031	10,438	63,303
2541	19,494	13,491	7,811	47,429
2542	28,256	12,853	12,045	57,158
2543	30,028	13,152	10,429	57,211
เฉลี่ย 2541-2543	25,926	13,165	10,095	53,933

ที่มา: (Japan Customs, 2001)

ตารางที่ 14 ส่วนแบ่งตลาดสับประรดกระป๋องของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาด ญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ 2538-2540 และปี พ.ศ 2541-2543 (ตัน)

ประเทศ	ปริมาณการนำเข้าสับประรดกระป๋องของญี่ปุ่น			
	เฉลี่ยปี 2538-2540	ร้อยละ	เฉลี่ยปี 2541-2543	ร้อยละ
ไทย	28,072	44.35	25,926	48.07
ฟิลิปปินส์	15,031	23.74	13,165	24.41
อินโดนีเซีย	10,438	16.49	10,095	18.72
ปริมาณนำเข้าทั้งหมด	63,303	100.00	53,933	100.00

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถในการส่งออก (potential export)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2538-2540 ณ ระดับการส่งออกปี 2541-2543 ($S_{ไทย}$)

$$S_{ไทย} = 0.4435 \times 53,933 = 23,919$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2538-2540 ณ ระดับการส่งออกปี 2541-2543 ($S_{ฟิลิปปินส์}$)

$$S_{ฟิลิปปินส์} = 0.2374 \times 53,933 = 12,804$$

ส่วนแบ่งตลาดของอินโดนีเซียในปี 2538-2540 ณ ระดับการส่งออกปี 2541-2543 ($S_{อินโดนีเซีย}$)

$$S_{อินโดนีเซีย} = 0.1649 \times 53,933 = 8,894$$

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย
ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่น (ตัน)

การเปลี่ยนแปลง	ไทย		ฟิลิปปินส์		อินโดนีเซีย	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ส่วนแบ่งตลาด						
ผลการเปลี่ยนแปลงรวม	-2,146	-100.00	-1,866	-100.00	-343	-100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงขนาด ของตลาด	-4,153	-193.52	-2,227	-119.35	-1,544	-450.15
ผลการเปลี่ยนแปลงการ แข่งขันในตลาด	2,007	93.52	361	19.35	1,201	350.15

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่นในการศึกษารั้งนี้ ปรากฏว่า ประเทศผู้ส่งออกทั้งสามประเทศ มีผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดลดลง และเสียประโยชน์อย่างมาก จากผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาดลดลง ถึงแม้ว่าจะได้ประโยชน์จากผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดก็ตาม ทั้งนี้ เนื่องจากปริมาณการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2543 ลดลงเป็นผลกระทบจากการอ่อนตัวลงของค่าเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2540 ทำให้ราคานำเข้าสินค้าต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้น ดังนั้นปริมาณความต้องการสับปะรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นจึงลดลง โดยประเทศไทยได้ประโยชน์จากการแข่งขันในตลาดมากกว่าประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฟิลิปปินส์ เนื่องจากสับประดะกระป๋องของประเทศไทยมีคุณภาพสูงกว่าประเทศฟิลิปปินส์ จึงเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่นที่เน้นคุณภาพของสินค้า ทั้งรสชาติเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภคมากกว่า และประเทศไทยได้ประโยชน์จากผลการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดมากกว่าประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกและมีปริมาณการส่งออกสับประดะกระป๋องไปประเทศญี่ปุ่นที่มากกว่าอินโดนีเซีย เป็นเพราะประเทศไทยสามารถผลิตสับประดะสด ได้เกินปริมาณความต้องการภายในประเทศจึงเหลือเพียงพอที่จะแปรรูปเป็นสับประดะกระป๋อง ทั้งคุณภาพสับประดะกระป๋องของอินโดนีเซียยังเป็นรองไทยมาก ในอนาคตหากประเทศไทยได้มีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น มีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดวก ทันสมัย รวมทั้งรัฐบาลมีการส่งเสริมการส่งออกมากขึ้น โดยมีการเจรจาทางการค้ากับประเทศญี่ปุ่น ก็จะช่วยให้ผู้ส่งออกไทยจะสามารถส่งออกสับประดะกระป๋องได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ประเทศไทยก็จะได้รับส่วนแบ่งการตลาดในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอีก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับประดะกระป๋องของไทยและคู่แข่งคือ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่น สามารถทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดสับประดะกระป๋องในตลาดญี่ปุ่นมากกว่าฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกทั้งสามประเทศ มีผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดลดลง ซึ่งเป็นผลการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดลดลงอย่างมาก ถึงแม้ว่าผลจากการแข่งขันในตลาดจะเพิ่มขึ้นก็ตาม ทั้งนี้เพราะปริมาณการนำเข้าสับประดะกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2543 ลดลง อันเนื่องมาจากผลกระทบจากการอ่อนตัวลงของค่าเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2540 โดยประเทศไทยได้ประโยชน์จากผลการแข่งขันในตลาดมากกว่าประเทศฟิลิปปินส์ เนื่องจากสับประดะกระป๋องของประเทศไทยมีคุณภาพสูงจึงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมากกว่าฟิลิปปินส์ และประเทศไทยได้ประโยชน์จากผลการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดมากกว่าประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกสูงและมีปริมาณการส่งออกสับประดะกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ความหมายเชิงนโยบายของการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่น ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น รวมทั้งทำให้ทราบแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มปริมาณการส่งออกในตลาดญี่ปุ่น จากการวิเคราะห์ พบว่า ประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญมีผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดลดลง ซึ่งเป็นผลจากขนาดของตลาดลดลงอย่างมาก เพราะปริมาณการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศญี่ปุ่นลดลง เนื่องจากผลกระทบจากการอ่อนตัวลงของค่าเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2540 โดยประเทศไทยได้ประโยชน์จากการแข่งขันในตลาดมากกว่าฟิลิปปินส์ และประเทศไทยได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดมากกว่าอินโดนีเซีย ในขณะที่อินโดนีเซียได้ประโยชน์จากการแข่งขันในตลาดมากกว่าประเทศไทย เนื่องจากได้เปรียบในต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าและค่าแรงงานที่ถูกกว่า ราคาสับปะรดกระป๋องของอินโดนีเซียจึงถูกกว่าไทย ดังนั้นแนวทางที่ควรนำมาใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยและรักษาส่วนแบ่งตลาดในประเทศญี่ปุ่นคือ การใช้นโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศญี่ปุ่น โดยส่งเสริมการขยายตลาดภายใต้ชื่อทางการค้าของสินค้าไทย การจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สินค้าสับปะรดกระป๋องของไทยให้เป็นที่รู้จักของต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการขยายการค้าโดยการส่งออกไปตลาดใหม่ เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง และตลาดอื่นๆ ที่อยู่ไม่ไกลจากประเทศไทยมากนัก ซึ่งจะช่วยให้ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยเพิ่มขึ้น และช่วยให้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น

นอกจากแนวทางที่ควรนำมาใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพการส่งออก และรักษาส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยดังที่กล่าวมาแล้วนั้น การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการค้าต่างๆ สภาวะทางเศรษฐกิจ การอ่อนตัวของค่าเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งประเทศไทยไม่สามารถควบคุมได้และแนวทางที่จะบรรเทาผลกระทบดังกล่าวจะต้องกระทำในระดับการเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศ ฉะนั้นประเทศไทยจึงควรหันมาให้ความสนใจในการปรับปรุงระบบการดำเนินงานพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและมาตรฐานการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทยให้มีคุณภาพเป็นที่ต้องการและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้นำเข้าในตลาดญี่ปุ่นให้ได้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋อง ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้ ใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2524-2543 รวม 20 ปี โดยการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่น และรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง และก่อให้เกิดปัญหาในการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในสมการ จึงได้ตัดอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นออกจากสมการ และจากการทดสอบโดยใช้ฟังก์ชันอุปสงค์ทั้ง 4 พบว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสมที่สุด คือ ฟังก์ชันอุปสงค์แบบลอการิทึม ซึ่งมีผลการประมาณการดังนี้

$$\begin{aligned} \ln Q_x &= 14.41 - 2.26 \ln P + 6.45 \ln(Y/CPI) + 0.70 D \\ (t\text{-value}) & \quad \quad \quad (-3.63)^{***} \quad (10.68)^{***} \quad (2.23)^{**} \\ R^2 &= 0.88 \quad \quad \quad \text{S.E.} = 0.32 \\ F &= 40.77^{***} \quad \quad \quad \text{D.W.} = 1.41 \end{aligned}$$

จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา (n) = 20

ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า t-stat ของสัมประสิทธิ์ตัวแปรต่างๆ

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากสมการแสดงให้เห็นว่า ราคาส่งออก (F.O.B.) สับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น (P) รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย (Y/CPI) และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทย (D) สามารถอธิบายความแปรปรวนของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้ร้อยละ 88 (R^2) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 12 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งไม่ได้นำมาพิจารณาในสมการ เมื่อพิจารณาค่าสถิติ F เท่ากับ 40.77 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆ ในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยอิสระแต่ละตัว พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรอิสระต่างๆ จากค่าสถิติ t พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น และราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 สำหรับช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงให้เห็นว่าราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น และช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

เนื่องจากความสัมพันธ์ของสมการอุปสงค์อยู่ในรูปล็อกคู่ ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรสามารถอธิบายค่าความยืดหยุ่นได้ ดังนั้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับ -2.26 หมายความว่า เมื่อราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 2.26 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นที่ได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยมาก

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับ 6.45 หมายความว่า เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.45 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นที่ได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยมาก

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อคำนึงถึงการเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในประเทศไทย อันเนื่องมาจากการใช้นโยบายลดค่าเงินบาท มีค่าเท่ากับ 0.70 หมายความว่า เมื่อเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นที่ได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การส่งออก สับประดกระป๋องของประเทศไทยน้อย

กล่าวโดยสรุป จากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋อง ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ปรากฏว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทย ไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคา ผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น โดยมีค่าความยืดหยุ่น 6.45 หมายความว่า ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อคนของ ประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ อุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.45 และปัจจัยที่มีผล ต่ออุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นรองลงมา คือ ราคาส่งออก สับประดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีค่าความยืดหยุ่น -2.26 หมายความว่า ถ้าราคาส่งออกสับประดของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์ การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.26

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศ ญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยอิสระแต่ละตัว พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานทาง ทฤษฎีที่กำหนดไว้ โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ราคาส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปญี่ปุ่น มีค่าเป็นลบ หมายความว่า ราคาส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีความ สัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

2. เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับ ด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีค่าเป็นบวก หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนของ ประชากรประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋อง ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

3. เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของไทย อันเนื่องมาจากการ ใช้นโยบายลดค่าเงินบาทมีค่าเป็นบวก หมายความว่า ช่วงการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจมีความ สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การส่งออกสับประดกระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

4. สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์สูงกับรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น จึงได้ตัดอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยกับเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นออกจากสมการ และไม่ได้นำตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของประเทศไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นมาพิจารณา จึงไม่สามารถอธิบายได้ว่าเป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่

ความหมายในเชิงนโยบายของการวิเคราะห์ที่ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออก

จากผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้นำให้ทราบแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทย เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกอันจะเป็นที่มาของรายได้ให้แก่ประเทศมากขึ้น โดยเมื่อพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การส่งออกนี้ พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องต่อราคาส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับ -2.26 ซึ่งเป็นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก ดังนั้นประเทศไทยควรเน้นนโยบายการลดต้นทุนการผลิต โดยมีการวางแผนด้านการผลิตสับประรดสด ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสับประรดกระป๋องทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลดต้นทุนการผลิตควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้น เช่น การจัดระบบการผลิตและการตลาดสับประรดส่งโรงงานครบวงจร การทำสัญญาผูกพันระหว่างเกษตรกรและโรงงาน (contract farming) จะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลงและช่วยลดความไม่แน่นอนของปริมาณผลผลิตได้ ซึ่งทำให้สับประรดกระป๋องของประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในด้านราคา และมีเสถียรภาพในด้านปริมาณการผลิต

จากสมการจะเห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก ในการกำหนดอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 6.45 ซึ่งเป็นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก ทั้งนี้เนื่องจากรายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นมีค่าสูง แสดงว่าประชากรของประเทศญี่ปุ่นมีกำลังซื้อสูง และเนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเน้นคุณภาพของสินค้าและนำเข้าสับประรดกระป๋องเกรดเอจากประเทศไทยซึ่งมีคุณภาพสูงกว่าประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียที่คุณภาพของสับประรดกระป๋องยังเป็นรองประเทศไทย ดังนั้นหากประเทศไทยต้องการเพิ่มปริมาณการส่งออกให้มากขึ้นในตลาดญี่ปุ่น จึงเป็นเรื่องของการจูงใจให้นำเข้าสับประรด

กระป๋องของไทยมากขึ้น โดยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและเอกชนควรร่วมกันในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศญี่ปุ่น เช่น ให้โรงงานผลิตสับประรดกระป๋องใช้ระบบบริหารคุณภาพในกระบวนการควบคุมการผลิต (HACCP) และมีหลักการปฏิบัติที่ดี (GMP) ของโรงงานสับประรดกระป๋อง และใช้มาตรฐาน ISO ซึ่งเป็นมาตรฐานสินค้าสากลที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้สับประรดกระป๋องของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคหรือประเทศคู่ค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้ภาครัฐบาลควรส่งเสริมให้บริษัทผู้ผลิตสับประรดกระป๋องได้มีการพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตสับประรดกระป๋องที่ส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น ให้มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามความต้องการของตลาดญี่ปุ่นด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบฉลากให้ทันสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในตลาดประเทศญี่ปุ่น และจัดทำแผนการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตเชิงอนุรักษ์เพื่อพัฒนาคุณภาพของสินค้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่นิยมสินค้าที่มีคุณภาพสูง

สำหรับการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อันเนื่องมาจากการใช้นโยบายค่าเงินบาทแบบลอยตัวที่ค่าเงินบาทปรับตัวลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 และส่งผลกระทบต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2541 จนกระทั่งปัจจุบัน นับว่าเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบค่อนข้างน้อยต่ออุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ เมื่อเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในประเทศไทยขึ้น จะทำให้อุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นสำหรับนโยบายค่าเงินบาทนั้น คาดว่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการส่งออกสับประรดกระป๋องของประเทศไทยในอนาคต

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องรายใหญ่ที่สุดของโลก แต่ปัจจุบันการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาดหลักกำลังประสบปัญหา จากการที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดกับไทย และกลุ่มสหภาพยุโรปตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ส่งผลให้ปริมาณส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยลดลงอย่างมาก ทั้งการแข่งขันการส่งออกที่สูงขึ้น ดังนั้นประเทศไทยควรเพิ่มศักยภาพการส่งออกให้สูงขึ้น โดยขยายการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังตลาดรอง เช่น ประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาถึงศักยภาพการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดที่ประเทศไทยส่งออกสับปะรดกระป๋องได้มากเป็นอันดับสามและเป็นตลาดส่งออกที่ใกล้ที่สุด และแนวโน้มปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องจากไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น โดยทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 รวมทั้งวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยในญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง และวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2524-2543 เพื่อนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาเสนอแนะนโยบายในการเพิ่มศักยภาพการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปญี่ปุ่น

จากผลการศึกษา พบว่า ประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดที่ประเทศไทยส่งออกสับปะรดกระป๋องมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ร้อยละ 7.5 ของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของไทย คู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย โดยประเทศญี่ปุ่นนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยมากเป็นอันดับ 1 รองมาคือ ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ซึ่งนำเข้าเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับตลาดญี่ปุ่นเน้นในด้านคุณภาพของสินค้า ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 การนำเข้าสับปะรดกระป๋องของญี่ปุ่นจากประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น จากผลกระทบของการอ่อนตัวลงของค่าเงินเยนในปี พ.ศ. 2540

จากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย ในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และมีค่า RCA มากกว่าฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย โดยในปี พ.ศ. 2543

มีค่า RCA เท่ากับ 16.98, 9.34 และ 3.06 ตามลำดับ แสดงว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าประเทศคู่แข่ง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน แต่ความได้เปรียบของประเทศไทยกำลังลดลง เนื่องจากประเทศคู่แข่งมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าและมีค่าแรงงานถูกกว่า แต่คุณภาพยังเป็นรองจากประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 และระหว่างปี พ.ศ. 2541-2543 ปรากฏว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่ง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 44.35 เป็นร้อยละ 48.07 แต่ปริมาณการส่งออกของประเทศไทยลดลง 2,146 ตัน เป็นผลมาจากขนาดของตลาดที่ลดลงมากที่สุด คือ 4,153 ตัน และเป็นผลจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น คือ 2,007 ตัน ส่วนประเทศฟิลิปปินส์มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 23.74 เป็นร้อยละ 24.41 ปริมาณส่งออกลดลง 1,866 ตัน เป็นผลมาจากขนาดของตลาดที่ลดลงมากที่สุด คือ 2,227 ตัน และจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น คือ 361 ตัน ขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.49 เป็นร้อยละ 18.72 แต่ปริมาณการส่งออกลดลง 343 ตัน เป็นผลมาจากขนาดตลาดที่ลดลงมากที่สุด คือ 1,544 ตัน และผลจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น คือ 1,201 ตัน จากผลการศึกษาที่ได้ พบว่า ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งมีผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดลดลง โดยประเทศไทยได้ประโยชน์จากการแข่งขันในตลาดมากกว่าฟิลิปปินส์ และได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงจากขนาดของตลาดมากกว่าฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

จากผลการศึกษาอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น รองลงมาคือ ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น และการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศไทยตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้ร้อยละ 88 และเมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อคำนึงถึงปัจจัยทั้งสามดังกล่าวข้างต้น มีค่าเท่ากับ 6.45, -2.26 และ 0.70 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยอิสระแต่ละตัว พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานทั้งสามปัจจัย สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของไทยต่อเงินเยนของประเทศญี่ปุ่นไม่ได้นำมาพิจารณาในสมการอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้ จึงไม่สามารถทดสอบสมมติฐานได้

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่น โดยสังเกตได้จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยมีค่ามากกว่าประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าประเทศคู่แข่ง แต่ความได้เปรียบของไทยกำลังลดลง เนื่องจากประเทศคู่แข่งมีความได้เปรียบในต้นทุนการผลิตและค่าแรงที่ถูกกว่า อีกทั้งประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศคู่แข่ง โดยที่ประเทศไทยได้ประโยชน์จากผลการแข่งขันในตลาดมากกว่าฟิลิปปินส์ และได้ประโยชน์อย่างมากจากผลการขยายขนาดของตลาดมากกว่าอินโดนีเซีย เนื่องจากสับปะรดกระป๋องของไทยมีคุณภาพสูงเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่นที่เน้นในด้านคุณภาพของสินค้า จากการศึกษาอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเห็นได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของญี่ปุ่น และราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด ดังนั้นประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น ด้วยการพยายามลดต้นทุนการผลิตควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่เดิมไว้ และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องในประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น เห็นสมควรให้ข้อเสนอแนะบางประการ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกเมื่อคำนึงถึงราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีความยืดหยุ่นสูง ดังนั้น ภาครัฐบาลควรส่งเสริมให้เอกชนเน้นความสำคัญเกี่ยวกับนโยบายทางด้านราคาและการลดต้นทุนในการผลิตสับปะรดกระป๋อง โดยวางแผนการผลิตสับปะรดสดซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสับปะรด

กระป๋องทั้งด้านปริมาณและคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของโรงงาน มีการจัดระบบการผลิตและการตลาดสับปะรดส่งโรงงานครบวงจร ทั้งควรส่งเสริมให้มีการทำสัญญาผูกพันระหว่างเกษตรกรและโรงงาน (contract farming) มากขึ้น ซึ่งควรมีข้อกำหนดและบทลงโทษอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อมิให้เกิดการไม่ปฏิบัติตามสัญญาที่มีต่อกัน ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง ทำให้สับปะรดกระป๋องของไทยสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ และประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น

2. จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาดญี่ปุ่น พบว่า ประเทศไทยเสียประโยชน์จากการขยายขนาดของตลาดมากกว่าการแข่งขันในตลาด ดังนั้นรัฐบาลหรือผู้รับผิดชอบโดยตรงด้านการส่งออก ควรใช้นโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศญี่ปุ่น โดยอาจเป็นการเจรจาระหว่างรัฐบาลกับกลุ่มผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่น เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ส่งออก และควรดำเนินนโยบายการตลาดเชิงรุกเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออก โดยใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สับปะรดกระป๋องของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของกลุ่มผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่น และภาครัฐควรให้การส่งเสริมการขยายการค้าโดยการส่งออกไปตลาดใหม่ เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง และตลาดอื่นๆ ที่อยู่ไม่ไกลจากประเทศไทยมากนัก ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบจากการขยายขนาดตลาดเพิ่มขึ้น

3. โรงงานผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องควรพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ในด้านการผลิตและจัดการด้านคุณภาพของสินค้า ให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศมากขึ้น เช่น การเข้าสู่การควบคุมระบบคุณภาพและมาตรฐาน ISO 9000 การใช้ระบบบริหารคุณภาพในกระบวนการควบคุมการผลิต (HACCP) และมีหลักการปฏิบัติที่ดี (GMP) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าหรือประเทศคู่ค้าต่อไปในอนาคต รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ออกแบบฉลากให้ทันสมัย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้มากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากอุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อคำนึงถึงรายได้เฉลี่ยของประชากรประเทศญี่ปุ่นปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นมีค่าความยืดหยุ่นสูง

4. ในการศึกษาครั้งนี้ มีปัญหาด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่ ได้เก็บรวบรวมจากหลายหน่วยงานด้วยกัน ทำให้ข้อมูลที่ได้ซ้ำซ้อน แต่ไม่ตรงกันทั้งที่เป็นข้อมูลเรื่องเดียวกัน นอกจากนี้ข้อมูลบางอย่างไม่ได้มีการเก็บรวบรวมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ข้อมูลขาดความต่อเนื่องไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการเก็บรวบรวมข้อมูลควรมีการเก็บรวบรวมอย่างต่อเนื่องและให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนและการจัดทำนโยบายการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทยในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2537. แนวทางพัฒนาการผลิตและการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2544. ข้อมูลสถิติการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร. (อัสสัมชัญ)

กระทรวงพาณิชย์. 2541. ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2531-2540. กรุงเทพมหานคร. (อัสสัมชัญ)

กระทรวงพาณิชย์. 2543 ก. รายงานสภาวะการตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย. กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2543 ข. ข้อมูลการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดไทยระหว่างปี พ.ศ. 2540-2542. กรุงเทพมหานคร. (อัสสัมชัญ)

กระทรวงพาณิชย์. 2544. ข้อมูลสถิติการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร. (อัสสัมชัญ)

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2540. รายงานการศึกษาภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง. กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กันตนา จิตตั้งสมบุรณ์. 2543. “การแข่งขันสินค้าสับปะรดกระป๋องในตลาดส่งออกสำคัญของไทย”. ผู้ส่งออก. 14(320): น. 33-39.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กฤติยา หาญแก้วกล้า. 2540. การวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสงค์ส่งออกน้ำสับประรดของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดวงฤดี ศิริเสถียร. 2539. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งออกอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธีระพงษ์ เขมฤกษ์อำพล. 2537. การค้าและการเงินระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2542. เศรษฐศาสตร์การจัดการ (พิมพ์ครั้งที่สอง). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิสิต ธีรสฤษพิมล. 2538. การวิเคราะห์ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มาฆะสิริ เขาวกุล และคณะ. 2540. รายงานการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร. ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รศดา เจษฎาพันธ์. 2533. การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของสับประรดไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2541. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่สิบเอ็ด). กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด.

ศรีวงศ์ สุมิตร และสาลินี วรบุญฑูร. 2542. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (พิมพ์ครั้งที่สาม). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2542. โครงการศึกษาเศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทย 5 รายการ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมชัย รักรัษธรรมกิจ. 2533. “แผนการผลิตและการตลาดสับปะรดกระป๋องไทย”. เศรษฐกิจการพาณิชย์. (พฤษภาคม-มิถุนายน): น. 8-12.

อารยะ ลายประวัตติ. 2537. การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าสับปะรดกระป๋องและการพยากรณ์อุปสงค์ของประเทศคู่ค้าสำคัญ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกวุฒิ สหยา. 2531. การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Balassa, B. 1979. **Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage**. Manchester: The Manchester school of Economic and Social Studies.

Food and Agriculture Organization of United Nation. 2000. **FAO Trade Year Books**.

Cramer and Ochsner. 1976. **An Economic Analysis of the Export Market for Montana Weat**. Montana Agricultural Experiment Station Bulletin.

International Monetary Fund. 2001. **Direction of Trade Statistic**. New York.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Japan Customs. 2001. **Japan Trade Statistics 1995-2000: Import.** (copy)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ข้อมูลเพิ่มเติมที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตารางผนวกที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย
ไปประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ปี พ.ศ.	ประเทศผู้ส่งออก		
	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
2538	9,477	2,020	12,288
2539	9,373	2,740	12,885
2540	8,733	3,668	12,485
2541	7,475	4,194	9,116
2542	8,931	4,660	10,397
2543	10,215	5,609	14,415

ที่มา: (International Monetary Fund, 2001)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543
(ล้านเหรียญสหรัฐ)

ปี พ.ศ.	มูลค่านำเข้าทั้งหมด
2538	335,882
2539	349,152
2540	338,754
2541	280,678
2542	311,794
2543	379,544

ที่มา: (International Monetary Fund, 2001)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณสมการอุปสงค์การส่งออกสับประรดกระป๋องของไทย
ไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2524-2543

ปี พ.ศ.	ปริมาณ ส่งออก ¹ (ตัน)	ราคาส่งออก ¹ (บาท/ตัน)	ดัชนีราคา ผู้บริโภคร ² (ปีฐาน 2538=100)	รายได้เฉลี่ย ต่อคน ² (พันเยน)	อัตราแลกเปลี่ยน เงินตรา ² (บาท/ร้อยเยน)
2524	3,858	17,110	80.00	2,192.44	9.95
2525	6,738	17,250	82.20	2,283.94	9.31
2526	4,987	17,610	83.80	2,361.64	9.75
2527	7,732	19,640	85.70	2,502.86	10.25
2528	5,668	21,980	87.40	2,651.60	12.45
2529	5,161	21,320	88.00	2,761.19	15.77
2530	7,574	22,370	88.10	2,864.77	17.94
2531	7,904	20,530	88.70	3,050.85	19.87
2532	9,400	21,880	90.70	3,250.17	18.75
2533	30,075	19,700	93.40	3,482.67	17.77
2534	33,981	22,200	96.50	3,697.15	19.05
2535	29,537	22,920	98.20	3,786.08	20.41
2536	41,990	19,970	99.40	3,808.23	22.90
2537	55,167	15,580	100.10	3,828.57	24.72
2538	37,615	17,930	100.00	3,851.28	26.75
2539	25,951	20,520	100.10	3,978.29	23.35
2540	21,048	23,500	101.80	4,042.56	26.01
2541	17,068	34,460	102.50	3,943.51	31.95
2542	27,512	31,680	102.20	3,915.70	33.66
2543	29,644	25,190	101.50	3,957.48	36.90

ที่มา: ¹(กระทรวงพาณิชย์, 2544)

²(International Monetary Fund, 2001)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

การแสดงผลวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การส่งออกสับประคระป่องของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
InQx	9.6154	.8521	20
InP	12.2673	.1938	20
InY/CPI	3.5493	.1334	20
DUMMY	.15	.37	20

Correlations

		InQx	InP	InY/CPI	DUMMY
Pearson Correlation	InQx	1.000	.160	.886	.239
	InP	.160	1.000	.436	.779
	InY/CPI	.886	.436	1.000	.335
	DUMMY	.239	.779	.335	1.000
Sig. (1-tailed)	InQx	.	.250	.000	.155
	InP	.250	.	.027	.000
	InY/CPI	.000	.027	.	.074
	DUMMY	.155	.000	.074	.
N	InQx	20	20	20	20
	InP	20	20	20	20
	InY/CPI	20	20	20	20
	DUMMY	20	20	20	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DUMMY, InY/CPI, InP ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: InQx

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.940 ^a	.884	.863	.3158	1.413

a. Predictors: (Constant), DUMMY, InY/CPI, InP

b. Dependent Variable: InQx

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.198	3	4.066	40.768	.000 ^a
	Residual	1.596	16	9.974E-02		
	Total	13.794	19			

a. Predictors: (Constant), DUMMY, InY/CPI, InP

b. Dependent Variable: InQx

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
		1	(Constant)	14.414			7.282		1.979	.065
	InP	-2.264	.624	-.515	-3.627	.002	-3.588	-.941	.358	2.790
	InY/CPI	6.445	.603	1.009	10.684	.000	5.166	7.723	.810	1.234
	DUMMY	.703	.316	.302	2.228	.041	.034	1.372	.393	2.546

a. Dependent Variable: InQx

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	InP	InY/CPI	DUMMY
1	1	3.210	1.000	.00	.00	.00	.01
	2	.789	2.018	.00	.00	.00	.39
	3	7.466E-04	65.574	.02	.02	.97	.02
	4	4.549E-05	265.660	.98	.98	.03	.59

a. Dependent Variable: InQx

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.4645	10.8249	9.6154	.8013	20
Residual	-.5408	.3996	2.931E-15	.2898	20
Std. Predicted Value	-1.436	1.509	.000	1.000	20
Std. Residual	-1.712	1.265	.000	.918	20

a. Dependent Variable: InQx

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้