

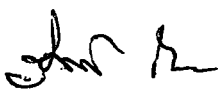


ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

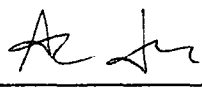
เรื่อง
การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของประเทศไทย
A Market Share Analysis of Thai Pineapple
Product Export

ของ
นายณัฐิต วิมิตตชนันทกุล
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2537

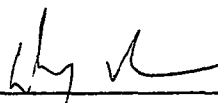
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

 ..16..ก.พ..37.
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย)

กรรมการวิทยานิพนธ์

 ..16..ก.พ..37.
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ)

หัวหน้าภาควิชา

 ..16..ก.พ..37.
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

ร.พ.
๒๒๖๙๗
๒๕๓๗

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สับประรดของประเทศไทย

A Market Share Analysis of Thai Pineapple

Product Export



T098006

โดย

นาย นฤชิต วิमितตะนันท์กุล

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ป.พ. เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

๖269ก

พ.ศ. 2537

2537

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน 98006

วันเดือนปี 0 00 0000

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สามารถสำเร็จลงได้ ด้วยการให้คำแนะนำที่ดี และการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์รังสรรค์ โนชัย อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ตลอดจนความกรุณาของอาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งทำให้การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยเป็นกำลังใจเสมอมา และขอขอบคุณคุณปรานี อนัญญภรณ์ และคุณบวร สีมาทริย์ทวี ที่ได้ให้ข้อคิดที่ดีในจัดทำ จนกระทั่งสามารถสำเร็จเป็นรูปเล่มได้ด้วยดี

นฤติต วิมิตตะนันท์กุล

10 กุมภาพันธ์ 2537

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของประเทศไทย

โดย : นายณัฐิต วิमितตะนันท์กุล

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ภาควิชา : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ :  , 16.1.ก.พ. 37.

(รังสรรค์ โนชัย)

* ผลิตภัณฑ์สับปะรดเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย และได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาลให้มีการผลิตเพื่อการส่งออก เพราะประเทศไทยมีสภาวะที่เอื้ออำนวยตั้งแต่ความสมบูรณ์ของวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงานต่ำ และเทคโนโลยีการผลิต การส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยได้ขยายตัวขึ้นอย่างสม่ำเสมอในช่วงปี 2529-2534 แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยก็ยังต้องประสบปัญหาและอุปสรรคทางด้านการผลิต การตลาด และภาวะการแข่งขันในการส่งออกจากประเทศคู่แข่งมากขึ้น การศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการส่งออก ตลอดจนรักษาสถานะส่วนแบ่งตลาดของไทยให้คงอยู่ต่อไป ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยกับประเทศคู่แข่งในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยใช้แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด และเพื่อเสนอแนวทางในการขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย

จากการวิเคราะห์สภาพทั่วไปทางด้านการผลิตพบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรดของโรงงานผู้ผลิตจะมีปริมาณไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตสับปะรดสดในแต่ละปี และปริมาณความต้องการบริโภคของประเทศผู้นำเข้า ปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2529-2534 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 37.94 และ 29.4 ตามลำดับ ส่วนปริมาณการผลิตสับปะรดแช่แข็ง มีแนวโน้มลดลง

ผลิตภัณฑ์สับปะรดที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ในปี 2529 มีปริมาณการส่งออกทั้งสิ้นจำนวน 225,986 ตัน มูลค่า 3,183 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 417,670 ตัน มูลค่า 7,264 ล้านบาท ใน

ปี 2534 หรือมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 45.98 และมูลค่าเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 56.18 ต่อปีประเทศที่เป็นตลาดนำเข้าผลิตภัณฑ์สับปะรดที่สำคัญที่สุดคือประเทศสหรัฐอเมริกา โดยนำเข้า สับปะรดกระป๋องร้อยละ 42 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของไทย และนำเข้าน้ำสับปะรด ร้อยละ 57 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของไทย และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนำเข้าสับปะรดแช่แข็งคิด เป็นร้อยละ 51.22 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของไทย ประเทศที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย สำหรับผลิตภัณฑ์สับปะรดคือ ประเทศฟิลิปปินส์ ปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์สับปะรด คือปัญหาความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ และปัญหาการกีดกันทางการค้าจากประเทศ ผู้นำเข้า *

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2523-2534 ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องของไทย และฟิลิปปินส์ ในตลาดสหรัฐอเมริกาคือ ผลที่เกิดจากการขยายขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 119.45 และ 231.36 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ และผลที่เกิดจาก การแข่งขันลดลงร้อยละ 19.45 และ 131.36 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทย และฟิลิปปินส์ในตลาดสหรัฐ- อเมริกา คือผลที่เกิดจากการขยายขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.66 และร้อยละ 96.59 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขัน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 47.75 และ 3.41 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ ในตลาด สหรัฐอเมริกา ไทยเสียเปรียบฟิลิปปินส์ในด้านการขยายขนาดของตลาด แต่ได้เปรียบในด้านการ แข่งขัน สำหรับในตลาดญี่ปุ่น จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของ ไทยและฟิลิปปินส์ พบว่า ผลจากการขยายขนาดของตลาดลดลงร้อยละ 12.96 และ 28.67 ของ ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ และผลจากการแข่งขันลดลงร้อยละ 87.04 และ 71.33 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมดตามลำดับ ในตลาดนี้ทั้งไทยและไต้หวัน ต่างเสียประโยชน์ในการส่งออก โดยไทยเสียประโยชน์จากการส่งออกมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการส่งออก และการรักษาส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋อง ของไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกา ควรเน้นนโยบายการสร้างฐานวัตถุดิบ การพัฒนาคุณภาพ การขยายตลาดต่างประเทศ และการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจของประเทศ สหรัฐอเมริกา ส่วนสับปะรดแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่น ควรเน้นนโยบายด้านราคาส่งออก และการพัฒนา คุณภาพให้ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภค

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	7
นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	10
การตรวจเอกสาร	10
แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	15
บทที่ 3 การผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย	20
✓ การผลิตและการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย	20
— การผลิตสับปะรดกระป๋อง	20
— ปัญหาการผลิตสับปะรดกระป๋อง	26
การส่งออกสับปะรดกระป๋อง	28
ปัญหาด้านการตลาดสับปะรดกระป๋อง	35
การผลิตและการส่งออกน้ำสับปะรดของไทย	36
การผลิตน้ำสับปะรด	36
การส่งออกน้ำสับปะรด	38
ปัญหาการผลิตและการส่งออกน้ำสับปะรด	41
การผลิตและการส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทย	42
การผลิตสับปะรดแช่แข็ง	42
การส่งออกสับปะรดแช่แข็ง	46

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
	ปัญหาการผลิตและการส่งออกสับปะรดแช่แข็ง 50
	ปัญหาการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยในตลาดต่างประเทศ 51
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ 54
	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย 54
	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของไทย 55
	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทย 59
	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของไทย 63
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ 67
	สรุป 67
	ข้อเสนอแนะ 69
เอกสารอ้างอิง	71

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ปี พ.ศ. 2528-2534	2
2	ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ข้อสมมติระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2	17
3	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	18
× 4	กำลังการผลิตของผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องของไทย พ.ศ. 2535	21
× 5	ปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2529-2534	22
✓ 6	ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องขนาด 20 ออนซ์ ปี พ.ศ. 2535	27
✓ 7	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยในปี พ.ศ. 2529-2534	29
✓ 8	ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย และร้อยละของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534	31
✓ 9	ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย (F.O.B) ไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534	32
10	ปริมาณการผลิตน้ำสับปะรดของไทย ปี พ.ศ. 2529-2534	39
11	ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของไทย และร้อยละของปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรด แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534	40
12	รายชื่อบริษัทผู้ผลิตสับปะรดแช่แข็งของไทย ปี พ.ศ. 2534	44
13	ปริมาณการผลิตสับปะรดแช่แข็งของไทย ปี พ.ศ. 2529-2534	45
14	ต้นทุนการผลิตสับปะรดแช่แข็งของไทย ปี พ.ศ. 2534	48
15	ปริมาณการส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทย และร้อยละของปริมาณการส่งออกสับปะรดแช่แข็ง แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534	49
✓ 16	ปริมาณสับปะรดกระป๋องที่ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศไทย และประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534	56
✓ 17	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย และประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534	57

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
✓ 18 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋อง ของประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ ในตลาดสหรัฐอเมริกา	58
19 ปริมาณน้ำสับปะรดที่ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศไทย และประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534	60
20 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของประเทศไทย และประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534	61
21 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรด ของประเทศไทยและประเทศไต้หวัน ในตลาดสหรัฐอเมริกา	62
22 ปริมาณสับปะรดแช่แข็งที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทย และประเทศไต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534	64
23 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของประเทศไทย และประเทศไต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534	65
24 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็ง ของประเทศไทยและประเทศไต้หวัน ในตลาดญี่ปุ่น	66

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ขั้นตอนการผลิตสับปะรดกระป๋อง	25
2	ขั้นตอนการผลิตน้ำสับปะรด	37
3	ขั้นตอนการผลิตสับปะรดแช่แข็ง	47

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยมีสภาพเหมาะสมสำหรับการผลิตผลไม้ได้หลายชนิด ผลผลิตของผลไม้ชนิดต่าง ๆ ออกตามฤดูกาลหมุนเวียนกันตลอดปี และมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นทุกปี ผลไม้ที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศ การส่งออกยังมีน้อยเมื่อเทียบกับผลผลิตทั้งหมด เนื่องจากยังมีข้อจำกัดต่าง ๆ มากมาย ในช่วงที่มีผลไม้ออกสู่ตลาดมาก จะเกิดปัญหาผลไม้สดล้นตลาด และส่งผลให้ราคาตกต่ำอยู่เป็นประจำ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ประกอบกับผลิตผลเกษตรมีลักษณะการผลิตเป็นไปตามฤดูกาลและเน่าเสียง่ายไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้จึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว โดยการเปลี่ยนผลิตผลทางการเกษตรจากสินค้าขั้นปฐม (Primary Products) มาเป็นสินค้าขั้นสุดท้าย (Final Products) ซึ่งนอกจากจะแก้ปัญหาด้านการเก็บรักษาและการขนส่งแล้ว ยังช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิต (Value Added) และเป็นกันชน (Buffer) ที่ดีของผลิตผลทางการเกษตรที่ไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงานให้เกิดขึ้นทั้งในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรมอีกด้วย

สับปะรดเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งที่เหมาะสมในการนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลเกษตร ในปัจจุบันประเทศไทยนับได้ว่าเป็นผู้ผลิตสับปะรดอันดับหนึ่งของโลก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2528) โดยปริมาณการผลิตสับปะรดของโลกมีประมาณปีละ 10 ล้านตัน ประมาณร้อยละ 60 ของผลผลิตสับปะรด ผลิตในทวีปเอเชีย ที่เหลือร้อยละ 40 ผลิตในอเมริกากลาง สหรัฐอเมริกา และแอฟริกา ประเทศไทยผลิตได้ประมาณปีละ 2 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 20 ของผลผลิตโลก รองลงไปได้แก่ฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยผลิตได้ประมาณ 1.7 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 18 ของผลผลิตโลก การแปรรูปสับปะรดเพื่อการส่งออกของอุตสาหกรรมสับปะรดของไทย จะแปรรูปสับปะรดสดเป็นผลิตภัณฑ์สับปะรดต่าง ๆ ที่ตลาดมีความต้องการ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด สับปะรดแช่แข็ง สับปะรดอบแห้ง แยมสับปะรด และอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสับปะรดกระป๋อง ซึ่งเป็น

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ปี พ.ศ. 2528-2534

ปี พ.ศ.	สับปะรดกระป๋อง		น้ำสับปะรด		สับปะรดแช่แข็ง		สับปะรดสด	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2528	228,836	3,291	17,451	310	10,658	159	6,065	75
2529	225,986	3,183	23,392	361	18,653	199	385	5
2530	259,805	3,728	28,220	448	20,000	238	517	7
2531	341,870	4,684	40,705	571	15,699	205	1,134	8
2532	345,249	4,399	55,074	816	16,980	235	472	3
2533	399,337	5,524	73,080	15,080	6,120	97	987	5
2534	417,670	7,264	79,962	2,642	4,841	96	508	3

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2528-2534)

สินค้าออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศปีหนึ่ง ๆ คิดเป็นมูลค่านับพันล้านบาท (ตารางที่ 1) โดยในปี 2533 ประเทศไทยส่งออกสับปะรดกระป๋องคิดเป็นมูลค่า 5,524 ล้านบาท ปี 2534 ส่งออกเป็นมูลค่า 7,264 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2533 คิดเป็นร้อยละ 31.50 ดังนั้นโอกาสที่ประเทศไทยจะขยายการผลิตสับปะรดกระป๋องจึงมีมาก ในปี 2531 มีโรงงานสับปะรดกระป๋อง 9 โรงงานที่เปิดดำเนินการและได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งมีกำลังการผลิตรวม 29,960 ตันต่อปี และอีก 4 โรงงานที่ไม่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน มีกำลังการผลิตรวม 10,110 ตันต่อปี ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีโอกาสขยายการผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรดได้มาก แต่ตลาดภายในประเทศยังขยายตัวไม่ได้มาก (ธนาคารกสิกรไทย , 2533) เพราะตลาดภายในประเทศมีความต้องการน้อย ตลาดที่สำคัญจึงเป็นตลาดต่างประเทศซึ่งผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก แต่ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการควบคุมมาตรฐานการผลิตให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ตลาดผู้นำเข้าสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดที่สำคัญของไทยแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มคือ

1. กลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดที่สำคัญของไทย ไทยส่งออกสับปะรดกระป๋องไปตลาดสหรัฐอเมริกา คิดเป็นปริมาณเฉลี่ย 133,908 ตัน (2529-2534) หรือคิดเป็นร้อยละเฉลี่ยได้ 56.44 ของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของไทย ส่วนน้ำสับปะรดที่ไทยส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเฉลี่ยได้ 28,960 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละเฉลี่ยถึง 69.19 ของปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดทั้งหมดของไทย อุปสรรคของการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา คือสหรัฐอเมริกา ได้กำหนดมาตรฐานสับปะรดกระป๋องนำเข้าไว้ค่อนข้างสูงโดยกำหนดตามมาตรฐานของ USFDA (United State Food and Drug Administration) ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับที่สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดขึ้น นอกจากนี้สับปะรดกระป๋องยังต้องเสียภาษีขาเข้าในอัตรา 0.69 เซนต์ต่อปอนด์ (กรมส่งเสริมการส่งออก , 2535) เนื่องจากสับปะรดกระป๋องไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากร GSP (Generalized System of Preference) ประเทศที่เป็นคู่แข่งขั้นที่สำคัญในตลาดนี้ของประเทศไทยคือประเทศฟิลิปปินส์

2. กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ตลาดกลุ่มประชาคมยุโรปในอดีตเคยเป็นตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องที่สำคัญรองจากสหรัฐอเมริกา (ธนาคารทหารไทย จำกัด , 2535) แต่ในปัจจุบันแนวโน้มการนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยมีอัตราการขยายตัวในอัตราที่ลดลง เนื่องจากเศรษฐกิจโดยทั่วไปของยุโรปชะลอตัวลง อันเป็นผลมาจากการรวมตัวกันเป็นตลาดเดียว และมีการกีดกันทางการค้ากับประเทศนอกกลุ่ม โดยใช้ระบบการใช้สิทธิพิเศษด้านภาษีอากรทั่วไปด้วยการกำหนดโควตาการนำเข้า ทั้งนี้เพื่อรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศสมาชิกในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรปที่เป็นประเทศผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง และนำสับปะรดเพื่อการส่งออก คู่แข่งที่สำคัญในตลาดนี้คือ แอฟริกาใต้ ไต้หวัน และกลุ่มประเทศในยุโรป เช่น สเปน อิตาลี และเบลเยียม

3. กลุ่มประเทศเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮองกง และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋อง และนำสับปะรดที่ใกล้ที่สุดของไทย ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดสำคัญของไทยในภูมิภาคนี้ อุปสรรคของการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของประเทศไทยไปตลาดญี่ปุ่น คือ ญี่ปุ่นมีการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไว้สูง นอกจากนี้ในภูมิภาคนี้ยังมีประเทศคู่แข่งชั้นหลายประเทศ เช่น ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และไต้หวัน ซึ่งเป็นอุปสรรคในการขยายการส่งออกของไทย แต่อย่างไรก็ตามในปี 2533 การกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้าต่าง ๆ เริ่มผ่อนคลายลงโดยญี่ปุ่นได้ยกเลิกการกำหนดโควตาการนำเข้าสับปะรดกระป๋องที่เคยกำหนดไว้ปีละไม่เกิน 1 ล้านหีบ ให้สามารถนำเข้าเสรีตั้งแต่เดือนเมษายน 2533 ซึ่งจากการเปิดให้มีการนำเข้าเสรีในครั้งนี้ น่าจะช่วยให้ไทยขยายการส่งออก และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดญี่ปุ่นได้มากขึ้น

4. กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตต์ อียิปต์ บาร์เรน คูเวต และเยเมน เป็นต้น เป็นตลาดค่อนข้างใหม่และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ตลาดซาอุดีอาระเบียเป็นตลาดสำคัญของการส่งออกสับปะรดกระป๋อง และนำสับปะรดในภูมิภาคนี้ เนื่องจากตลาดมีความต้องการเพิ่มสูงและไม่สามารถผลิตได้เอง ตลาดซาอุดีอาระเบียมีอุปสรรคในเรื่องของการขนส่งสินค้า เนื่องจากต้องขนส่งหลายทอด และต้องมีผู้รับรองและผู้ค้าประกันเป็นคนท้องถิ่นในประเทศนั้น นอกจากนี้การเจรจาการค้ายังต้องใช้ภาษาอาหรับด้วย

สำหรับตลาดส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทยที่สำคัญคือตลาดญี่ปุ่น ไทยส่งออกสับปะรดแช่แข็งไปตลาดญี่ปุ่นเฉลี่ย 8,978 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละเฉลี่ย 93.76 ของปริมาณการส่งออกสับปะรดแช่แข็งทั้งหมดของไทย แนวโน้มการนำเข้าสับปะรดแช่แข็งของญี่ปุ่นจะขึ้นอยู่กับวัตถุดิบภายในประเทศ เนื่องจากการนำเข้าสับปะรดแช่แข็งเป็นการนำเข้าเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูป

จากปัญหาและแนวทางที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการแปรรูปผลไม้เพื่อส่งเป็นสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศที่มีกำลังซื้อสูง เป็นทางออกที่สำคัญในการแก้ปัญหาการผลิตผลไม้ของไทย สับปะรดของไทยได้มีการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกมานาน เนื่องจากเป็นผลไม้ที่มีรสอร่อย และเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ประกอบกับความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตจากการมีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสม ทำให้ผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันในตลาดโลก สามารถครองส่วนแบ่งตลาดไว้ได้มาก แต่จากภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรง โดยประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดที่สำคัญต่างแข่งขันเพื่อที่จะเข้ามาครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งในด้านราคาและคุณภาพ จากการเคลื่อนไหวของประเทศคู่แข่งเหล่านี้ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาว่า ประเทศไทยจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร และจะมีโอกาสส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงไร ดังนั้นจึงสมควรที่จะศึกษาภาวะการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของประเทศไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยจะทำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น เพื่อให้ให้เห็นข้อได้เปรียบเสียเปรียบกับประเทศคู่แข่งอื่น อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออก ตลอดจนรักษาสถานะตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยให้คงอยู่ต่อไป รวมถึงการหาช่องทางในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดของผลิตภัณฑ์สับปะรด เพื่อการส่งออกของประเทศไทย รวมทั้งปัญหาในการผลิต และการส่งออก
2. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย กับประเทศคู่แข่งอื่นในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
3. เพื่อเสนอแนวทางในการขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การตลาด และการส่งออกผลิตภัณฑ์ สับปะรดของประเทศไทย ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิตและการส่งออก เพื่อหาทางแก้ไขและพัฒนาตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งชั้นในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของประเทศไทย เพื่อศึกษาหาแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น และรักษาส່วนการแบ่งตลาดเดิมเอาไว้ให้ได้ยาวนาน
3. ทำให้ทราบถึงลักษณะผลิตภัณฑ์สับปะรดที่ตลาดผู้นำเข้าต้องการ และทราบถึงช่องทางในการขยายปริมาณการส่งออก

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย กับประเทศคู่แข่งชั้นในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยจะศึกษาตั้งแต่การผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรด ภาวะตลาดภายในประเทศและตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยในการศึกษาจะเน้นถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย จากนั้นจะทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย โดยจะพิจารณาแยกผลิตภัณฑ์สับปะรดเป็น สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด และสับปะรดแช่แข็ง แต่เนื่องจากข้อจำกัดในด้านระยะเวลาในการศึกษา ดังนั้นการวิเคราะห์จะพิจารณาเฉพาะตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญของแต่ละผลิตภัณฑ์ คือ สับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรด จะพิจารณาในตลาดสหรัฐอเมริกา และสับปะรดแช่แข็งจะพิจารณาทลาดญี่ปุ่น ซึ่งตลาดผู้นำเข้าเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์สับปะรดแต่ละชนิดของไทย โดยมีปริมาณการนำเข้ามากกว่าครึ่งหนึ่งของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของแต่ละผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดผู้นำเข้าเหล่านี้ จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ในการศึกษาจะใช้ข้อมูลใน 2 ช่วงระยะเวลาคือ ช่วงปี 2529-2531 และช่วงปี 2532-2534 เพื่อหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดอันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนของข้อมูลในปีใดปีหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์สับปะรด	ตลาดที่วิเคราะห์	ประเทศคู่แข่งชั้น	ข้อมูลระหว่างปี
สับปะรดกระป๋อง	สหรัฐอเมริกา	ฟิลิปปินส์	2529-2534
น้ำสับปะรดกระป๋อง	สหรัฐอเมริกา	ฟิลิปปินส์	2529-2534
สับปะรดแช่แข็ง	ญี่ปุ่น	ไต้หวัน	2529-2534

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคือข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา (Time Series) ตั้งแต่ปี 2529-2534 ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้จากการรวบรวมเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ตลอดจนข้อมูลทางด้านสถิติที่หน่วยงานข้าราชการได้รวบรวมไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง รวมทั้งองค์การระหว่างประเทศ เช่น องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก (Economic and Social Commission for Asia and Pacific : ESCAP) และองค์การศูนย์การค้าญี่ปุ่น (Japan External Trade Organization : JETRO)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาใช้ประกอบการอธิบายการผลิต การตลาด และแนวโน้มในการขยายสู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย โดยจะทำการวิเคราะห์ทั้งในเชิงพรรณนา (Descriptive Method) และในเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้ตารางและภาพประกอบ เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การตลาดภายในประเทศ และการตลาดเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด และสับปะรดแช่แข็ง รวมทั้งอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดกับการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญต่าง ๆ

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) จะทำการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยกับประเทศคู่แข่งชั้น ในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยอาศัยแบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด (A Market Share Analysis Model) ภาสชาติข้อสมมุติที่ว่าไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (Supply) แต่การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดนั้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันต่าง ๆ ทางด้านอุปสงค์ (Demand) การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบ จากช่วงระยะเวลาหนึ่งกับอีกช่วงระยะเวลาหนึ่ง

นิยามศัพท์

อุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ หมายถึง อุตสาหกรรมที่แปรสภาพผลผลิตทางการเกษตร ให้มีสภาพเป็นสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น บรรจุกระป๋อง แช่แข็ง ดอง และอบแห้ง

ผลิตภัณฑ์สับปะรด หมายถึง ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้จากการแปรรูปสับปะรดสด ในที่นี้หมายถึง สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด และสับปะรดแช่แข็ง

สารที่ใช้บรรจุ หมายถึง น้ำ น้ำสับปะรด สารที่ให้ความหวานที่มีคุณค่าทางโภชนาการ อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างที่บรรจุอยู่กับสับปะรดในสับปะรดกระป๋อง

น้ำหนักเนื้อ หมายถึง น้ำหนักเนื้อสับปะรดในสับปะรดกระป๋อง ที่แยกเอาสารที่ใช้บรรจุออก

กระป๋อง หมายถึง ภาชนะรูปทรงกระบอก ที่ทำด้วยแผ่นเหล็กเคลือบดีบุก แผ่นเหล็กไร้ดีบุกเคลือบโครเมียม (Chromium Plate Tin Free Steel) หรือแผ่นอลูมิเนียมมีฝาปิดหัวท้าย เคลือบด้วยแลคเกอร์หรือไม่เคลือบก็ได้

ความจุกระป๋อง หมายถึง ปริมาตรหรือน้ำหนักของน้ำกลั่นเต็มกระป๋อง ที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส

หีบ หมายถึง ภาชนะที่ใช้บรรจุสับปะรดกระป๋อง โดสสับปะรดกระป๋อง ทุกชนิดที่มีขนาด 8 15 20 และ 30 ออนซ์ 1 หีบมี 24 กระป๋อง ยกเว้นขนาด 108 ออนซ์ 1 หีบมี 6 กระป๋อง

บทที่ 2

โครงสร้างทางทฤษฎี

การตรวจเอกสาร

สุดาพรรณ หาญเทพินทร์ (2521) ได้รายงานผลการศึกษาการส่งออกและนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้ศึกษาและรายงานผลการปลูกฝังประดของประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2514 เป็นต้นมา ปรากฏว่าเนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตได้มากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมส่งออก เช่น ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี และลำปาง เป็นต้น พบว่าเนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้น อาจพิจารณาได้ว่าความต้องการนำเข้าสินค้าเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับป้อนโรงงานอุตสาหกรรมมีมากขึ้น และในแต่ละปีมีมูลค่าไม่น้อยกว่าปีละ 300,000 เมตริกตัน และโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่นิยมทำไร่นำเข้าเพื่อป้อนโรงงาน เป็นส่วนประกอบตามรายงานเรื่องการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย พ.ศ. 2520-2524 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้พิจารณาเรื่องมูลค่าเพิ่มคือ มูลค่าของสินค้านั้น ๆ ไม่นับรวมเอามูลค่าของสินค้าหน่วยผลิตอื่น ๆ เข้าไว้ด้วย และได้คำนวณมูลค่าเพิ่มของส่งออกไว้ดังนี้ "อุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มปีหนึ่ง ๆ ไม่น้อยคือใน พ.ศ. 2515 มีมูลค่าเพิ่ม 32.2 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2516 มีมูลค่าเพิ่ม 50.00 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มถึงร้อยละ 50.6 ต่อมาในปี พ.ศ. 2518 มีมูลค่าเพิ่มประมาณ 157.3 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มจาก พ.ศ. 2516 ถึงร้อยละ 214.6 แสดงว่ามูลค่าเพิ่มจะเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนไม่น้อยในปีต่อ ๆ ไป โดยพิจารณาจากผลผลิต และมูลค่าการส่งออก การที่มีมูลค่าเพิ่มเช่นนี้ย่อมจะทำให้ประเทศมีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีกด้วย เมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

สมพงษ์ อรพินท์ (2522) ศึกษาโครงสร้างการตลาดส่งออกและนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย ปี 2522 ผลการศึกษาทำให้ทราบลักษณะโครงสร้างของผู้ขายนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly Competition Market) เพราะผู้ผลิตคือเกษตรกรมีอยู่จำนวนมาก และลักษณะของนำเข้าสินค้าก็คล้ายคลึงกันมาก อาจกล่าวได้ว่าเป็นสินค้าที่มีลักษณะไม่แตกต่างกัน (Homogeneous Product) แต่ถ้ามองในด้านผู้ซื้อ ผู้ซื้อ

มีเพียงไม่มากราย อาจกล่าวได้ว่าผู้ซื้อสับปะรดนั้นมักจะเป็นผู้ซื้อน้อย (Oligopsonist) ส่วนลักษณะตลาดสับปะรดกระป๋องของไทยมีลักษณะเป็นตลาดค่อนข้างแข่งขันแท้จริง (Pure-Competition) ในตลาดโลก แต่ถ้ามองในด้านผู้ซื้อปัจจัยการผลิตแล้ว เป็นตลาดที่ผู้ซื้อน้อยราย ดังกล่าวข้างต้นคือมีโรงงานรับซื้อเพียง 3-4 โรงงานเท่านั้น พิจารณาดัชนีของสับปะรดกระป๋องเฉลี่ยกระป๋องละ 2.50 บาท และขายได้เฉลี่ยกระป๋องละ 6.82 บาท จะได้ว่ากำไรต่อการใช้สับปะรดในปี 2520 ตกกระป๋องละ 4.32 บาท โรงงานผู้ผลิตจะใช้สับปะรดต่ำกว่าจำนวนที่มีการแข่งขันโดยแท้จริง และในด้านราคานั้นราคาที่ซื้อขายกันของสับปะรดสดจะยึดเอาราคาที่โรงงานประกาศรับซื้อ ในปี 2522 โรงงานประกาศรับซื้อก็โลกริมละ 80-85 สตางค์ แต่เกษตรกรจะไม่ได้รับราคาดังกล่าว เพราะเกษตรกรจำเป็นต้องขายให้กับหัวคิวซึ่งทำหน้าที่รับซื้อในช่วงราคา 60-65 สตางค์เท่านั้น จะเห็นได้ว่าโรงงานผู้ผลิตเป็นผู้ซื้อผูกขาดเพียง 3-4 ราย การขายสับปะรดกระป๋องจึงแพงและราคารับซื้อสับปะรดก็ถูก ดังนั้นรัฐบาลต้องเข้ามาบีบบบาทกำหนดราคาของสับปะรดให้มีความยุติธรรมยิ่งขึ้น

ประเจิด สนิททรัพย์ (2525) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการผลิตและการตลาดสับปะรดกระป๋องของไทย ปี 2525 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบตารางประกอบเพื่อให้ทราบภาวะทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย และอาศัยวิธีการทางสถิติเพื่อสร้างดัชนีความผันผวนของปริมาณการส่งออก และราคาส่งออกของสับปะรดกระป๋องของไทย ผลการศึกษาการผลิต ปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบที่จะนำมาป้อนโรงงาน เนื่องจากเกษตรกรขาดความรู้ในการปรับปรุง การผลิตส่วนใหญ่ยังขาดการดูแลและรักษาบำรุงดินขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนที่จะนำมาใช้ในการผลิต สับปะรดสดที่จะมาป้อนโรงงานมีไม่สม่ำเสมอตลอดปี ทั้งนี้ผลผลิตสับปะรดเป็นไปตามฤดูกาล ราคาสับปะรดจะตกต่ำในช่วงที่สับปะรดออกป้อนโรงงาน ปัญหาคุณภาพสับปะรดที่เกษตรกรผลิตไม่ได้มาตรฐานตรงกับที่โรงงานต้องการ ปัญหาอุตสาหกรรมสับปะรดคือต้นทุนในการผลิตสับปะรดกระป๋องสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งประเทศผู้ผลิตน้ำมันได้ประกาศขึ้นราคาน้ำมันดิบตลอดเวลาในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา ความเคลื่อนไหวตามฤดูกาลของปริมาณส่งออกสับปะรดกระป๋อง มักจะเป็นไปตามปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องภายในประเทศ หรือประมาณการผลิตสับปะรดสด ในปีหนึ่ง ๆ สับปะรดจะออกผลมากใน 2 ช่วงด้วยกัน คือระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน (สับปะรดปี) กับระหว่างเดือนพฤศจิกายน-มกราคม (สับปะรดทวาย) ในช่วงสับปะรดปี จะมีสับปะรดออกสู่ตลาดมากทำให้

โรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องได้มาก ปริมาณการส่งออกจะสูงและจะลดลงในเดือนต่อ ๆ มา แต่ราคาจะกลับสูงขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน-มกราคม ส่วนราคาสับปะรดกระป๋องที่ส่งออกมักจะไม่มีการเคลื่อนไหวตามฤดูกาลเนื่องจากสับปะรดกระป๋องที่ผลิตได้นั้นสามารถเก็บไว้ได้นาน ในด้านการตลาดปัญหาที่สำคัญคือมีการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศมาก บางประเทศมีข้อกำหนดในการนำเข้าโดยตั้งกำแพงภาษีไว้สูง ตลาดต่างประเทศขยายตัวได้น้อยเมื่อเทียบปริมาณการผลิตที่ผลิตได้ และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือสับปะรดกระป๋องของไทยยังไม่เป็นที่เชื่อถือของตลาด ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นเครื่องหมายการค้าที่จะนำมาติด และนอกจากนี้ยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนตลาดอีกฉลากละ 5000 บาท ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องสูงขึ้น

กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตร (2529) ได้ศึกษาถึงการตลาดของสับปะรดกระป๋องในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ว่า อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องในอดีตที่ผ่านมาได้มีการผลิตที่ขาดการวางแผนที่ดีจึงทำให้เกิดปัญหานานาประการโดยเฉพาะในระยะหลัง ๆ มีการขยายตัวทางด้านการผลิตสับปะรดกระป๋องเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ จนกระทั่งในปัจจุบัน โรงงานอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋อง ได้มีการเพาะปลูกสับปะรดเองเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบป้อนโรงงาน ทั้งที่ในปัจจุบันผลผลิตที่เกษตรกรผลิตได้มีมากจนโรงงานไม่มีกำลังจะรับซื้อผลผลิตได้อยู่เป็นประจำ แต่ก็เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการขาดแคลนผลผลิตก็จำเป็นจะต้องมีการสำรองวัตถุดิบนอกฤดูกาล เมื่อพิจารณาแล้วควรจะมีการร่วมมือกันทุกฝ่าย ทั้งรัฐบาล เอกชน เกษตรกร ให้มีการดำเนินการด้านการตลาดเพื่อผลผลิตที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมด้านราคา และทำให้สามารถทราบปริมาณความต้องการวัตถุดิบของโรงงาน จึงควรมีมาตรการรองรับแผนการผลิตอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องให้มีประสิทธิภาพ

เอกวุฒิ สหยา (2531) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2521-2528 โดยการวิเคราะห์ส่วนการครองตลาดของผลิตภัณฑ์สับปะรดไทยในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ และการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกของผลิตภัณฑ์สับปะรดไทย ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดสับปะรดกระป๋องของไทยและฟิลิปปินส์คือ ผลที่เกิดจากการขยายขนาดของตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่นและซาอุดีอาระเบียมีค่าเท่ากับร้อยละ 22.75, -6.35, -114.21, -19.60

-40.16 และ 347.28 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ และผลที่เกิดจากการขยายขนาดของตลาดฟิลิปปินส์ในตลาดดังกล่าวมีค่าเท่ากับร้อยละ 128.90, -17.98 -53.25, -102.82, -93.47 และ 213.68 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดของไทยในตลาดดังกล่าวมีค่าเท่ากับร้อยละ 77.27, 106.35, 214.20, 140.16 และ -247.28 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ และผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดของฟิลิปปินส์ในตลาดดังกล่าวมีค่าเท่ากับร้อยละ -28.90, -82.02, -46.75, 2.82, -6.53 และ -313.68 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดน้ำสับประรดของไทยและฟิลิปปินส์ในตลาดสหรัฐอเมริกาคือ ผลที่เกิดจากการขยายขนาดของไทยและฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นร้อยละ 90.42 และ 221.66 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ และผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดของไทย และฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.58 และลดลงร้อยละ 121.66 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดสับประรดแช่แข็งของไทย และได้หวันในตลาดญี่ปุ่นคือ ผลที่เกิดจากการขยายขนาดของตลาดของไทยและได้หวันลดลงร้อยละ 164.19 และ 22.27 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ และผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดของไทยและได้หวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 264.19 และลดลงร้อยละ 77.73 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนการครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ

ธนาคารกสิกรไทย (2532) นับตั้งแต่ปลายปี 2531 ต่อเนื่องถึงกลางปี 2532 ปัญหาที่สร้างความเดือดร้อนแก่เกษตรกรผู้ปลูกสับประรดก็คือ ปริมาณผลผลิตมากเกินไปกว่าความต้องการ ส่งผลให้ราคาสับประรดลดต่ำลง และต่ำกว่าต้นทุนการผลิตเป็นอันมากจนกระทั่งทางการต้องออกมาช่วยเหลือโดยการรับซื้อผลผลิตในส่วนที่เกินความต้องการของตลาด แล้วให้บริษัทเอกชนเป็นผู้ผลิต ทำให้ปริมาณสับประรดกระป๋องในตลาดเพิ่มขึ้น แต่อุปทานในส่วนนี้ก็มีไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากผลผลิตที่รับซื้อได้มีปริมาณเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อย่างไรก็ตามปัญหาการกระจายผลผลิตที่ไม่สม่ำเสมอตลอดทั้งปียังคงเป็นปัญหาอยู่ ทำให้ในช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยวตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-พฤศจิกายน เกิดภาวะขาดแคลนสับประรดสด จนโรงงานผลิตสับประรดกระป๋องต้องหยุดการผลิตชั่วคราว การที่ราคาสับประรดลดต่ำลงนี้ได้ส่งผลต่อการผลิตสับประรดกระป๋อง เนื่องจากราคาสับประรดเป็นต้นทุนที่สำคัญที่สุดในการผลิตสับประรดกระป๋อง ขณะที่การส่งออกสับประรดกระป๋องของ

ไทยต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันทางด้านราคาที่สูงขึ้น ต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงจึงได้เปรียบประเทศคู่แข่งมาก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้น และประเทศไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลกอยู่

ธนาคารกสิกรไทย (2533) ภายหลังจากที่ภาวะการค้าทั้งสับปะรดและสับปะรดกระป๋องของไทยได้ชะลอตัวลงในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาได้สร้างความเดือดร้อนให้แก่บรรดาเกษตรกรตลอดจนถึงผู้ส่งออกที่ต้องประสบกับปัญหาราคาคต่ำอย่างมาก อันเป็นผลมาจากภาวะผลผลิตสับปะรดล้นตลาด และภาวะการแข่งขันการส่งออกที่ค่อนข้างรุนแรง แต่เมื่อก้าวเข้าสู่ปีการค้า 2533 สถานการณ์เริ่มแปรเปลี่ยนไปในทางบวก โดยเกษตรกรเริ่มมีกำไรสูงขึ้น หลังจากที่ต้องประสบกับภาวะขาดทุนในช่วงปีก่อน (2532) ขณะเดียวกันในภาคการส่งออกเริ่มกระเตื้องขึ้น และมีแนวโน้มแจ่มในตลอดปี ทั้งในด้านปริมาณและราคาส่งออก จึงนับได้ว่าการผลิตและการค้าสับปะรดกระป๋องของไทยได้กลับเข้าภาวะขยายตัวอีกครั้ง การเพิ่มของปริมาณการส่งออกนี้เป็นผลมาจากปัจจัยภายนอกประเทศเป็นหลัก กล่าวคือ ความรุนแรงของภาวะการแข่งขันการส่งออกสับปะรดกระป๋อง ทั้งคู่แข่งภายในประเทศด้วยกันเองและประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ลดน้อยลง เนื่องจากบรรดาผู้ผลิตและผู้ส่งออกสับปะรดกระป๋องต่างประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตที่ค่อนข้างรุนแรง จนไม่สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอกับการสั่งซื้อจากต่างประเทศได้ ขณะเดียวกันต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องสูงขึ้น อันเป็นผลมาจากราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปลายปี ทำให้การที่มราคาขายในราคาต่ำ ซึ่งเคยใช้เป็นกลยุทธ์ทางการค้าในยามที่ภาวะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงจึงไม่จำเป็น นอกจากนี้ยังเกิดจากการที่ปริมาณความต้องการบริโภคสับปะรดกระป๋องมีมากขึ้นขณะที่สต็อกสินค้าของประเทศผู้นำ เข้ากลับลดน้อยลง ประกอบกับการคาดการณ์ปริมาณการผลิตที่ลดลงจนอาจก่อให้เกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบได้ ทำให้ผู้นำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยเร่งสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ต้นปี 2533 เรื่อยมา สภาวะที่มีอุปสงค์ส่วนเกินเช่นนี้ย่อมส่งผลให้ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องขยับตัวสูงขึ้น จากเดิมที่เคยขายได้ประมาณหีบละ 6-6.5 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2532 เป็นหีบละ 7-8 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2533

แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยในที่นี้ ใช้แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาด (Market Share Analysis Model) ซึ่งกำหนดขึ้นโดย L.R. Rigaus, D.C. Sprott, G.L. Ochsner และ G.L. Cramer ภายใต้อธิสมมุติฐานที่ว่าไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (Supply) แต่การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดนั้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยทางด้านอุปสงค์ (Demand) ตามแนวความคิดของแบบจำลองของส่วนแบ่งตลาด ได้กำหนดลักษณะการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งการตลาดออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด (Size of Market Effect) พิจารณาจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณสินค้าที่ตลาดนั้นนำเข้า โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงเวลาฐานกับช่วงเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดว่าใหญ่ขึ้นหรือลดลง ซึ่งอธิบายได้ว่าตลาดมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยมีรายได้ประชาชาติ และจำนวนประชากรเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงการเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น

2. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาด (Competitive Effect) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงสินค้าที่ตลาดนั้นนำเข้าโดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่ในช่วงเวลาฐานกับเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศหนึ่งลดลงในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่หมายความว่าผลของการแข่งขันนั้นทำให้ต้องสูญเสียตลาดไปบางส่วน ในทางกลับกันถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศนั้นเพิ่มขึ้นในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ หมายความว่าผลของการแข่งขันทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นได้เปรียบ คือได้ตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะเนื่องมาจากผลการแข่งขันเท่านั้นแต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าและทางการตลาดของประเทศผู้นำเข้าอีกด้วย

3. การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด (Distributive Effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงภายในตลาดส่งออก เช่น การเปลี่ยนแปลงการนำเข้าของประเทศต่างๆ และการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นำเข้าในแต่ละประเทศ เป็นต้น ซึ่งเมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงโดยรวม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้านั้นๆ ทั้งนี้จะอยู่

ภายใต้ข้อกำหนดที่ว่า ขนาดของตลาดและส่วนแบ่งตลาดในแต่ละตลาดนั้นคงที่ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงความสำคัญของแต่ละตลาด ทำให้ปริมาณการส่งออกที่แท้จริงในตลาดดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปในขณะที่ตลาดและส่วนแบ่งตลาดคงที่ จึงเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของการกระจาย

Oshner และ Cramer ได้แสดงตัวอย่างการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (ตารางที่ 2) โดยสมมติให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาดคือ ตลาด A และตลาด B และสมมติให้มีประเทศส่งออกที่แข่งขันกับประเทศ X เพียงประเทศเดียว การวิเคราะห์จะพิจารณาเพียง 2 คาบระยะเวลาคือ คาบระยะเวลาที่ 1 และ คาบระยะเวลาที่ 2 โดยแบ่งผลของการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ออกเป็น 3 ลักษณะดังกล่าวคือ

1. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากขนาดของตลาด โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดคงที่
2. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาด โดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่
3. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด โดยกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดและขนาดของตลาดคงที่

จากข้อสมมติและวิธีการดังกล่าวนี้ สามารถนำมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของตลาด การแข่งขันในตลาด และการกระจายตัวของตลาดระหว่างคาบระยะเวลาที่ 1 และคาบระยะเวลาที่ 2 ได้ดังนี้

1. ค่ามหาความสามารถในการส่งออก (Potential Export) ของประเทศ X

1.1 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในคาบระยะเวลาที่ 1 ณ ระดับการส่งออกในคาบระยะเวลาที่ 2 (สมมติแทนด้วย S_1)

$$\begin{aligned} S_1 &= (0.25 \times 2,000) \\ &= 500 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดโดยใช้ข้อมูลสมมุติ
ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2

	ปริมาณการนำเข้า ทั้งหมด	ปริมาณการนำเข้า จากประเทศ X	ส่วนการครองตลาด ของประเทศ X
<u>ปีที่ 1</u>			
ตลาด A	400	160	40%
ตลาด B	1,200	240	20%
รวมทั้งหมด	1,600	400 (A_1)	25%
<u>ปีที่ 2</u>			
ตลาด A	200	100	50%
ตลาด B	1,800	540	30%
รวมทั้งหมด	2,000	640 (A_2)	32%

ที่มา : (Ochsner and Cramer , 1976 : 17)

1.2 ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ใน คาบระยะเวลาที่ 1 ในตลาด A และ ตลาด B ณ ระดับการส่งออกในคาบระยะเวลาที่ 2 (สมมติแทนด้วย S_2)

$$S_2 = (0.40 \times 200) + (0.20 \times 1,800) \\ = 440 \text{ หน่วย}$$

2. สรุปผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ระหว่างคาบระยะเวลาที่ 1 และคาบระยะเวลาที่ 2 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

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

ที่มา : (จากการคำนวณ)

จากผลการคำนวณในตัวอย่างข้างต้นสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของ ประเทศ X ในตลาด A และตลาด B ระหว่างคาบระยะเวลาที่ 1 และคาบระยะเวลาที่ 2 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด 240 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 42 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 200 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และเป็นมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาดลดลง 60 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศ X ในตลาด A และตลาด B ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ในผลดังกล่าว 3 ลักษณะทำให้การส่งออกของประเทศ X ไปยังตลาด A และตลาด B เพิ่มขึ้น 240 หน่วย

บทที่ 3

การผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย

การผลิตและการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย

สับปะรดกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมการเกษตรประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผล ซึ่งได้มีการพัฒนาจนกลายเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออก แต่ก็ต้องประสบปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาด จึงควรมีการแก้ไขปัญหาและให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง เพื่อให้อุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทยได้มีการพัฒนามากขึ้น และเพื่อให้ประเทศไทยสามารถรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกสับปะรดกระป๋องในตลาดโลกได้นาน

การผลิตสับปะรดกระป๋อง

อุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทย จะมีลักษณะคล้ายกับอุตสาหกรรมการเกษตรอื่น ๆ คือมีปริมาณการผลิตและราคาของผลิตภัณฑ์ไม่แน่นอน เนื่องจากต้องดำเนินการผลิตให้สอดคล้องกับฤดูกาลที่วัตถุดิบจะถูกป้อนโรงงาน ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋องแบ่งออกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ผลิตสับปะรดกระป๋องเพียงอย่างเดียว และผลิตสับปะรดกระป๋องพร้อมกับผลไม้กระป๋องชนิดอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นลักษณะการผลิตในประเภทที่ 2 มากกว่า

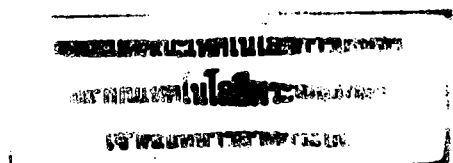
ผู้ผลิตและกำลังการผลิต ในปัจจุบันมีบริษัทผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องรวม 19 ราย (ตารางที่ 4) เป็นบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 7 บริษัท มีกำลังการผลิตรวมทั้งหมดเท่ากับ 32.5 ล้านหีบ หรือ 520,000 ตัน แยกเป็นกำลังการผลิตของผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน 25.1 ล้านหีบ หรือ 401,600 ตัน ปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเพิ่มจาก 240.5 พันตัน ในปี 2529 เป็น 387.5 พันตันในปี 2534 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.94 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 4 กำลังการผลิตของบริษัทผู้ผลิตสับประรดกระป๋องของไทย พ.ศ. 2535

บริษัทผู้ผลิต	กำลังการผลิต (ล้านบาท)
1. บริษัท อาหารสยาม จำกัด	3.0
2. บริษัท ผลไม้กระป๋องไทย จำกัด	2.0
3. บริษัท อุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องไทย จำกัด	3.5
4. บริษัท สับประรดไทย จำกัด	5.5
5. บริษัท ชะอำไพน์แอปเปิ้ลแคนเนอรี จำกัด	5.0
6. บริษัท โคลไทยแลนด์ จำกัด	3.6
7. บริษัท สยามอุตสาหกรรมเกษตร จำกัด	2.5
8. บริษัท ผลไม้กระป๋องประจวบ จำกัด	2.0
9. บริษัท ปราณบุรีสับประรดกระป๋อง จำกัด	1.3
10. บริษัท มาลีสามพราน จำกัด	1.0
11. บริษัท ผลไม้กระป๋องสยาม จำกัด	1.0
12. ผู้ผลิตรายย่อยอื่น ๆ 8 ราย	2.1
รวม	32.5

หมายเหตุ 1/ บริษัทที่ 1-7 เป็นบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2535)



ตารางที่ 5 ปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องของไทย ปี พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : พันตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิต
2529	240.5
2530	274.2
2531	270.4
2532	368.0
2533	365.8
2534	387.5

ที่มา : (ธนาคารกสิกรไทย , 2535 : 22)

การรับซื้อสับปะรดสดของโรงงานสับปะรดกระป๋อง การรับซื้อสับปะรดสดของ
โรงงานจะรับซื้อที่หน้าโรงงาน โดยจะมีการชั่งน้ำหนักพร้อมกับตกลงราคา โดยราคาสับปะรดสด
จะเป็นราคาที่โรงงานกำหนด ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปไม่แน่นอนในแต่ละวัน ขึ้นอยู่กับปริมาณของผล
ผลิต และปริมาณความต้องการของโรงงานในแต่ละวัน โดยปกติราคาซื้อสับปะรดจะต่ำตั้งแต่
เดือนสิงหาคมไปจนถึงเดือนพฤศจิกายน ซึ่งเป็นระยะเวลาสับปะรดทวายซึ่งทยอยออกสู่ตลาด
เรื่อย ๆ และผลผลิตจะเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปลายเดือนพฤศจิกายนไปจนถึงเดือนมกราคม ซึ่งจะมีผลให้
ราคาสับปะรดตกลงอีกช่วงหนึ่ง และจะสูงขึ้นเมื่อเริ่มขาดแคลนสับปะรดในเดือนกุมภาพันธ์และ
เดือนมีนาคม จากนั้นก็จะเข้าสู่ช่วงเวลาสับปะรดปี ราคาจะลดต่ำลงตามเดิมเป็นวัฏจักรอยู่เช่นนั้น
เรื่อยมา (วิชรีธา โดสงวน , 2525)

1. มาตรฐานการรับซื้อ โรงงานแต่ละโรงงานจะกำหนดมาตรฐานในการรับซื้อ
ต่างกัน โดยกำหนดตามลักษณะของอัตราการแปรรูปที่ต่างกัน การกำหนดมาตรฐานในการรับซื้อ
ไว้ก็เพื่อให้ได้สับปะรดที่มีคุณภาพดี มีขนาดตามที่ต้องการไม่สุกมากเกินไป ส่วนใหญ่แล้วขนาดที่
โรงงานต้องการมีอยู่ 4 ขนาดคือ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4, 5 1/2, 6 1/2 และมากกว่า

6 1/2 นิ้ว แต่ที่นิยมมากคือขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 4 และ 5 1/2 นิ้ว หรือมีน้ำหนักผลประมาณ 1-1.25 กิโลกรัม และคัดเลือกความสุกของผลคือไม่ให้อ่อนเกินไปหรือสุกเกินไป ความสุกที่นิยมมากคือสุก 2-3 ตา หรือสุกประมาณ 50% ของผลสีบะรดสด

2. วิธีการรับซื้อ การรับซื้อสีบะรดสดของโรงงานจะมีวิธีการที่แตกต่างกันระหว่างช่วงที่มีสีบะรดในตลาดมาก และช่วงขาดแคลนสีบะรดดังนี้

2.1 ช่วงที่มีสีบะรดในตลาดมากประมาณเดือนเมษายน-พฤษภาคมและธันวาคม-มกราคม ซึ่งเป็นช่วงที่มีสีบะรดออกมากจนกระทั่งเกินความต้องการ โรงงานจะกำหนดวิธีการรับซื้อคือกำหนดโควตาซื้อในแต่ละวัน หรือกำหนดโควตาซื้อผ่านเกษตรกร และพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะไม่เท่ากันในแต่ละราย ขึ้นอยู่กับคุณภาพและความสม่ำเสมอในการนำสีบะรดมาขายให้กับโรงงาน การรับซื้อในช่วงนี้จะเน้นในเรื่องของคุณภาพสีบะรดมาก

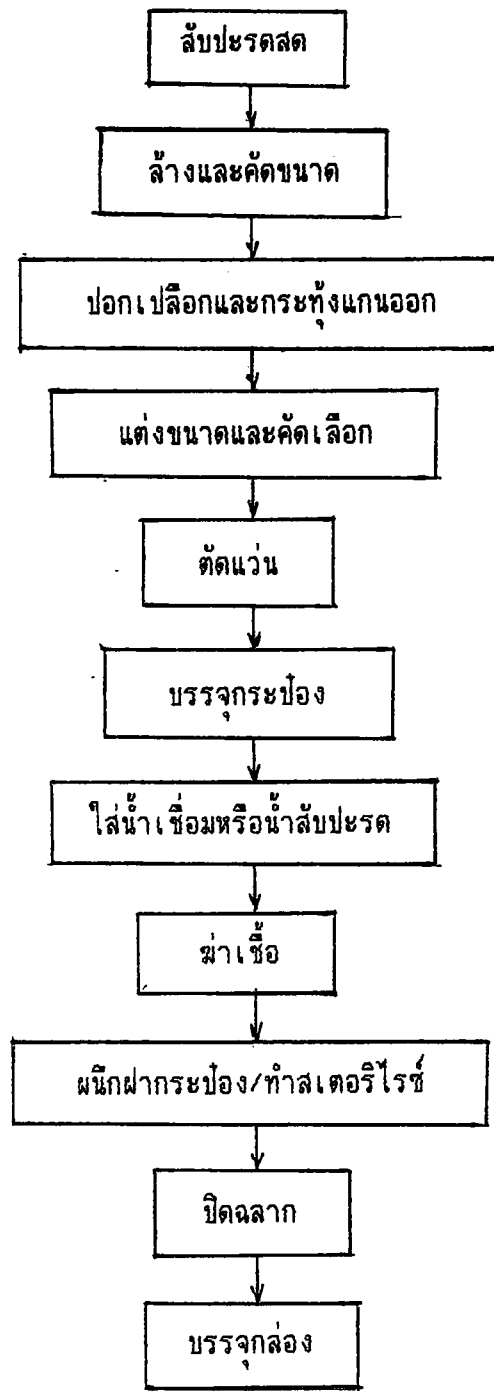
2.2 ช่วงที่สีบะรดขาดแคลนเป็นช่วงนอกฤดูกาลออกผลของสีบะรด โรงงานจะใช้วิธีการในการรับซื้อเพื่อให้ได้วัตถุดิบมากที่สุด โดยจะตั้งราคารับซื้อสูง การรับซื้อจะซื้อผ่านสหกรณ์การเกษตร หรือพ่อค้าคนกลางที่มีเงินทุนมากพอที่จะรวบรวมซื้อสีบะรดจากชาวไร่ได้ นอกจากนี้ยังมีบางโรงงานที่รับซื้อด้วยระบบสัญญาผูกพัน (Contract Farming) โดยการทำสัญญากับเกษตรกรผู้ปลูกสีบะรดไว้ เพื่อเป็นหลักประกันว่าเกษตรกรจะนำสีบะรดมาขายให้แก่โรงงานตลอดฤดูกาลออกผลผลิตของสีบะรด แม้กระทั่งในช่วงขาดแคลนสีบะรด และมีบางโรงงานที่ป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบสีบะรดสดด้วยการปลูกสีบะรดเพื่อป้อนโรงงานเอง เช่น บริษัทโดล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทชะอำไพนแอปเปิ้ล จำกัด เป็นต้น

วิธีการผลิตสีบะรดกระป๋อง สีบะรดที่เข้าสู่โรงงานจะถูกหักเอาจุกและก้านออก แล้วนำมาคัด และแยกตามขนาด ขนาดที่โรงงานนิยมคือขนาด 4 นิ้ว โดยใช้สำหรับบรรจุกระป๋อง 20 ออนซ์ และขนาด 5 1/2-6 1/2 นิ้ว จะใช้สำหรับบรรจุกระป๋อง 30 ออนซ์ สำหรับขนาดใหญ่โรงงานจะคัดออก สีบะรดที่คัดขนาดแล้วจะนำมาซึ่งน้ำหนักและถูกส่งผ่านเข้าสายพานไปทำ ความสะอาด ด้วยการฉีดสเปรย์น้ำร้อนซึ่งจะชะล้างฝุ่นละอองและสิ่งสกปรกต่าง ๆ ออกจากผล สีบะรด แล้วจึงผ่านเข้าเครื่องตัดหัวตัดท้าย ปอกเปลือก และเจาะแกนกลาง สีบะรดที่ออกจากเครื่องจะเป็นรูปทรงกระบอก กลวงตรงกลาง เปลือกนอกของสีบะรดที่ได้จากขั้นตอนนี้จะถูกนำไปทำสีบะรดปนและบรรจุกระป๋องต่อไป ส่วนแกนสีบะรดจะถูกนำไปทำน้ำสีบะรด ต่อจากนั้นก็ จะเคลื่อนต่อไปตามสายพานที่มีพนักงานคอยตักแต่งและคัดเลือกอีกทีหนึ่ง เมื่อตักแต่งดีแล้วจึงส่ง

เข้าเครื่องตัดแว่น ซึ่งจะตัดออกเป็น 3 ขนาดคือ เส้นผ่านศูนย์กลาง 2 3/4 นิ้ว, 3 1/8 นิ้ว และ 3 3/4 นิ้ว โดยสับปะรดลูกหนึ่งจะตัดเป็นแว่นได้ประมาณ 8-10 แว่น แล้วส่งต่อไปยัง packing table เพื่อคัดเกรด โดยจะแบ่งเป็น 3 เกรดคือ เกรดแฟนซี (Fancy) เกรดช้อยส์ (Choice) และเกรดสแตนดาร์ด (Standard) ส่วนแว่นที่แตกหักก็จะนำไปทำเป็นสับปะรดชนิดอื่น ๆ ส่วนเศษที่เหลือหลังจากทำชนิดอื่น ๆ แล้วก็จะนำไปทำสับปะรดป่นหรือน้ำสับปะรด ต่อจากนั้นจะนำมาบรรจุกระป๋อง เติมน้ำเชื่อมหรือน้ำสับปะรดให้ได้น้ำหนักมาตรฐาน และผ่านวิธีการถนอมอาหารเพื่อฆ่าเชื้อโรค โดยผ่านเข้าเครื่องอบและไล่อากาศ แล้วจึงผนึกฝากระป๋องและลำเลียงเข้าเครื่องฆ่าเชื้อด้วยไอน้ำ หลังจากนั้นส่งเข้าเครื่องทำความเย็นเพื่อปรับสภาพให้คืนตัวและทิ้งไว้ประมาณ 7-15 วัน เพื่อตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งก่อนปิดฉลาก และบรรจุกล่องเพื่อเตรียมจำหน่ายต่อไป (ภาพที่ 1)

ชนิดของสับปะรดกระป๋องที่ผลิต สับปะรดสดสามารถแปรรูปเป็นสับปะรดกระป๋องชนิดต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. สับปะรดผานเป็นแว่น (Slice) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง และเป็นผลิตภัณฑ์หลักของโรงงานสับปะรดกระป๋อง สับปะรดผานเป็นแว่นชนิดที่ดีที่สุดคือชนิดแว่นแฟนซี (Fancy-slice) รองลงมาคือแว่นชนิดช้อยส์ (Choice slice) และแว่นชนิดมาตรฐาน (Standard-slice) นอกจากนี้ยังมีชนิดครึ่งแว่น (Half slice) ชนิดหนึ่งส่วนสี่แว่น (Quarter slice) และชนิดหัก (Broken slice)
2. สับปะรดชิ้นใหญ่ (Chunk) เป็นสับปะรดชิ้นสี่เหลี่ยมที่ตัดมาจากสับปะรดชนิดที่ผานเป็นแว่นที่ไม่สมบูรณ์ กว้าง 12 มิลลิเมตรขึ้นไป และยาวไม่เกิน 38 มิลลิเมตร
3. สับปะรดชิ้นยาว (Spread of Fingers) ได้แก่สับปะรดที่ตัดเป็นเส้นตามแนวความยาวของสับปะรดทั้งผล แต่ละชิ้นยาว 65 มิลลิเมตร หรือยาวกว่านั้น
4. สับปะรดลิ้ม (Tidbits) ได้แก่สับปะรดที่ตัดเป็นเส้นยาวจากสับปะรดแว่นรูปคล้ายลิ้ม มีสัดส่วนสม่ำเสมอ หนาประมาณ 8-13 มิลลิเมตร
5. สับปะรดลูกเต๋า (Dice of Cube) ได้แก่สับปะรดที่มีลักษณะคล้ายลูกบาศก์ ขอบด้านยาวที่สุดต้องไม่มากกว่า 14 มิลลิเมตร
6. สับปะรดชิ้นคละ (Pices) เป็นสับปะรดที่มีขนาดชิ้นไม่สม่ำเสมอและไม่สามารถรวมเข้าป้อนอยู่ในชนิดใดชนิดหนึ่งข้างต้นได้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตล้นแปรงปกป้อง

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2535)

7. สับปะรดชิ้นเศษ (Chips) ได้แก่เศษเนื้อสับปะรดที่เหลือจากการทำสับปะรดลูกเต๋า

8. สับปะรดชิ้นย่อย (Crushed or Crisp cut) เป็นสับปะรดลูกเต๋าลึก ๆ หรือฝานเป็นชิ้นยาว ๆ ขูดหรือซอยเป็นเศษเล็ก ๆ นิยมนำไปใช้ทำสลัด

9. น้ำสับปะรด (Juice) ได้จากเศษเนื้อสับปะรดจากส่วนต่าง ๆ และจากแกนซึ่งถูกบีบสกัดเอาน้ำออกแล้วเติมน้ำเชื่อมลงไป

ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋อง ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องที่สำคัญ ประกอบด้วยค่าสับปะรด ค่ากระป๋อง ค่าแรงงาน ค่าหีบห่อและฉลาก ค่าพลังงาน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (ตารางที่ 6) ในปี 2535 ต้นทุนการผลิตสับปะรดกระป๋องขนาดมาตรฐาน 20 ออนซ์ เฉลี่ยหีบละ 210.14 บาท ลดลงจากปี 2534 ร้อยละ 6 เนื่องจากราคาวัตถุดิบสับปะรดลดลง

ปัญหาการผลิตสับปะรดกระป๋อง

1. ปัญหาจากการขาดการประสานงานกันระหว่างโรงงานและเกษตรกรผู้ผลิต ก่อให้เกิดความเสียหายต่อการวางแผนการผลิตสับปะรดกระป๋องของโรงงาน และเกิดความเสียหายต่อเกษตรกรผู้ผลิต ทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตให้ตรงกับความต้องการของโรงงานได้ จึงทำให้เกิดปัญหาผลผลิตสับปะรดล้นตลาด และปัญหาราคาสับปะรดตกต่ำตามมา

2. ปัญหาในเรื่องคุณภาพของผลผลิตสับปะรดที่ไม่ได้มาตรฐานตามที่โรงงานต้องการ ทำให้เกิดผลเสียต่อทั้งสองฝ่าย คือเกษตรกรไม่สามารถขายผลผลิตของตนได้ หรือขายได้น้อย และทางฝ่ายโรงงานต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการคัดขนาด ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น

3. ปัญหาความไม่สม่ำเสมอของผลผลิตสับปะรดที่นำมาป้อนโรงงาน เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มักจะทำการเพาะปลูกสับปะรดในช่วงฤดูฝน ทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายนของทุกปี จนเกินความสามารถของโรงงานที่จะรับซื้อไว้ได้ ราคาสับปะรดในช่วงนี้จึงมักจะตกต่ำ ขณะที่ในช่วงนอกฤดูผลผลิตมักจะขาดแคลน และคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานของโรงงาน ทำให้โรงงานต้องชะลอการผลิต หรือหยุดการผลิตชั่วคราว

4. ปัญหาคุณภาพของสีบประดกระป๋องที่ผลิตได้ ลักษณะการผลิตของบางโรงงานเป็นผู้ผลิตขนาดเล็ก เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ขาดประสิทธิภาพ ทำให้สีบประดกระป๋องที่ผลิตได้มีระดับต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นผลให้เกิดอุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาดโลก

ตารางที่ 6 ต้นทุนการผลิตสีบประดกระป๋องขนาด 20 ออนซ์ ปี พ.ศ. 2535

รายการ	ต้นทุน (บาท/หีบ)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ค่าสีบประดสด	84.22	40.03
ค่าแรงงาน	15.61	7.42
ค่าพลังงาน	9.34	4.44
ค่ากระป๋อง	57.31	27.24
ค่าหีบห่อและค่าสลาก	14.08	6.69
ค่าเสื่อมเครื่องจักร	8.58	4.08
ค่าบำรุงรักษา	2.24	1.06
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และดอกเบี้ย	19.03	9.04
รวมต้นทุนทั้งหมด	210.41	100.00

ที่มา : (กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร , 2535)

การส่งออกสับปะรดกระป๋อง

ปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องที่ผลิตได้ประมาณร้อยละ 95 จะส่งออกจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ เพราะการบริโภคสับปะรดกระป๋องภายในประเทศมีน้อยเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่นิยมบริโภคผลไม้สดซึ่งหมุนเวียนให้ผลผลิตตลอดทั้งปี เช่น เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ ส้ม เป็นต้น อีกทั้งผลไม้สดยังมีรสชาติดี และราคาถูกกว่าผลไม้กระป๋อง

การส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด (ตารางที่ 7) จากปริมาณการส่งออก 225,986 ตัน ในปี 2529 เพิ่มขึ้นเป็น 417,670 ตัน ในปี 2534 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.89 โดยมีประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา เนเธอร์แลนด์ กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป และญี่ปุ่น เป็นต้น การเพิ่มขึ้นของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย เนื่องมาจากการที่สับปะรดกระป๋องของไทยมีคุณภาพและราคาเป็นที่ยอมรับของตลาด อีกทั้งประเทศไทยก็มีศักยภาพในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นผลมาจากความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์สับปะรดของโลก โดยเฉพาะในตลาด สหรัฐอเมริกา และประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวขึ้น

ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ (ตารางที่ 7) ในระหว่างปี 2529-2534 ได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จากปริมาณ 225,986 ตัน ในปี 2529 เป็น 341,870 ตัน ในปี 2531 หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 33.90 โดยปริมาณการส่งออกได้เริ่มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในระหว่างปี 2530-2534 โดยในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ปริมาณการส่งออกได้เพิ่มขึ้นสูงสุด โดยเพิ่มจาก 259,805 ตัน ในปี 2530 เป็น 341,870 ตัน ในปี 2531 เพิ่มขึ้นร้อยละ 24 และมีอัตราการขยายตัวอย่างสม่ำเสมอในปี 2531-2532 ก่อนจะเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้งจากปริมาณ 345,248 ตัน ในปี 2532 เป็น 399,337 ตัน และ 417,670 ตัน ในปี 2533 และ 2534 ตามลำดับ อัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องในช่วงปี 2529-2534 เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 11.19

ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยในช่วงปี 2529-2534 นั้นได้ส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอเมริกาเหนือมากเป็นอันดับหนึ่ง (ธนาคารกรุงไทย , 2535) และส่งออกไปยังประเทศในยุโรปมากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 53.80 และ 32 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด โดยในกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือ ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.16 และส่งออกไปยังสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันมากที่สุด สำหรับประเทศในกลุ่มยุโรป คิดเป็นร้อยละ 16.01 (ตารางที่ 8) ส่วนตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียปริมาณการส่งออกโดยรวมค่อนข้างสม่ำเสมอ นอกจากประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลี ซึ่งมีแนวโน้มของปริมาณการส่งออกสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการยกเลิกโควตาการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของทั้งสองประเทศ

ตารางที่ 7 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย ในปี พ.ศ. 2529-2534

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2529	225,986	3,183
2530	259,805	3,728
2531	341,870	4,684
2532	345,249	4,460
2533	399,337	5,524
2534	417,670	7,264

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2529-2534)

ตารางที่ 8 ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยและร้อยละของปริมาณการส่งออก

สับปะรดกระป๋องของไทย แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ตัน)

ประเทศผู้นำเข้า	2529	2530	2531	2532	2533	2534
สหรัฐอเมริกา	109,572	127,021	139,735	143,777	143,475	143,529
	(48.49) <u>1/</u>	(48.89)	(40.87)	(41.72)	(35.18)	(34.51)
ไคนาดา	14,711	17,670	20,451	22,745	22,421	23,115
	(6.51)	(6.80)	(5.98)	(6.59)	(5.61)	(5.53)
เนเธอร์แลนด์	7,077	7,888	14,340	16,513	18,881	20,344
	(3.13)	(3.04)	(4.19)	(4.78)	(4.73)	(4.87)
เยอรมัน	42,066	38,457	55,674	43,637	74,344	64,293
	(18.61)	(14.80)	(16.29)	(12.64)	(18.62)	(15.39)
ญี่ปุ่น	5,161	7,574	7,904	8,400	20,857	33,981
	(2.28)	(2.92)	(2.31)	(2.43)	(5.22)	(8.14)
อื่น ๆ	86,644	95,599	155,282	148,341	187,861	190,170
	(38.34)	(36.80)	(45.42)	(42.97)	(47.04)	(45.53)
รวม	225,986	259,805	341,870	345,249	399,337	417,670

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2529-2534)

ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าต่างๆ (ตารางที่ 9) ในช่วงระหว่างปี 2529-2534 มีการขยับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยระดับราคาได้เพิ่มขึ้นมากที่สุดในช่วงปี 2532-2534 กล่าวคือเพิ่มขึ้นจาก 14,247 บาทต่อตัน ในปี 2532 เป็น 17,056 บาทต่อตัน ในปี 2534 เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.47 เมื่อพิจารณาแนวโน้มการผันแปรของราคาส่งออกพบว่า ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดา มีระดับใกล้เคียงกับราคาเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนราคาส่งออกที่ส่งไปสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และเนเธอร์แลนด์ อยู่ในระดับต่ำกว่าราคาเฉลี่ย ทั้งนี้เนื่องจากประเทศดังกล่าวซื้อสับปะรดกระป๋องชนิดคุณภาพรองลงมา ราคาจึงถูกกว่า ประกอบกับในกลุ่มประเทศดังกล่าวมีภาวะการแข่งขันสูง เป็นผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาระหว่างประเทศคู่แข่ง และระหว่างผู้ส่งออกไทยด้วยกันเอง ส่วนราคาส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นอยู่ในระดับสูงกว่าราคาเฉลี่ย เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นซื้อสับปะรดกระป๋องชนิดคุณภาพดี ราคาจึงสูงกว่า

ตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องที่สำคัญของไทย ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องที่สำคัญที่สุดของไทยคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน กล่าวคือปริมาณสับปะรดกระป๋องที่ไทยส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันเฉลี่ยปี 2529-2534 เท่ากับร้อยละ 42 และ 16 ตามลำดับ เมื่อรวมปริมาณการส่งออกไปยังทั้งสองประเทศเท่ากับร้อยละ 58 ของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องทั้งหมดของไทย

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดสับปะรดกระป๋องที่สำคัญเป็นอันดับหนึ่งของไทย ประเทศไทยสามารถส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มขึ้นโดยตลอด แม้ว่าสหรัฐอเมริกา จะมีโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศ และส่งออกด้วยก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากสับปะรดกระป๋องเป็นสินค้าที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีความต้องการมาก มีอัตราการบริโภคต่อคนต่อปีสูงที่สุดในโลกคือ 3.7 ปอนด์ (ประเจิด , 2525 : 41) สหรัฐอเมริกานำเข้าสับปะรดกระป๋องจากประเทศฟิลิปปินส์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ประเทศไทย โดยในระหว่างปี 2529-2534 สหรัฐอเมริกานำเข้าสับปะรดกระป๋องจากฟิลิปปินส์และไทยเฉลี่ย 142,305 ตัน และ 125,347 ตัน ตามลำดับ (กรมส่งเสริมการส่งออก , 2535) รวมปริมาณการนำเข้าทั้งสองประเทศเท่ากับ 267,652 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 79 ของปริมาณนำเข้าเฉลี่ยทั้งหมด นอกจากทั้งสองประเทศดังกล่าวแล้ว สหรัฐอเมริกายังนำเข้าสับปะรดกระป๋องจาก

ตารางที่ 9 ราคาส่งออกสับประดกระป๋องของประเทศไทย (F.O.B.) ไปยังประเทศผู้นำเข้า
ที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : บาทต่อตัน)

ประเทศผู้นำเข้า	2529	2530	2531	2532	2533	2534
สหรัฐอเมริกา	14,452	14,403	13,150	13,189	15,131	16,268
แคนาดา	15,159	14,271	13,549	12,042	15,443	17,407
เยอรมัน	12,140	12,612	12,981	11,717	12,383	15,433
เนเธอร์แลนด์	13,381	13,208	13,008	12,213	15,353	16,215
ญี่ปุ่น	21,321	22,369	20,525	24,484	25,146	22,230
อื่น ๆ	13,624	13,801	13,722	11,836	11,478	17,484
เฉลี่ย	14,786	15,111	14,489	14,247	15,822	17,056

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2529-2534)

ประเทศอื่น ๆ อีก แต่นำเข้าในปริมาณที่ไม่มากนัก ได้แก่ เม็กซิโก มาเลเซีย อัฟริกาใต้ เป็นต้น ประเทศฟิลิปปินส์จึงนับเป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดประจำ มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ทำการส่งมอบสินค้า เป็นงวด ๆ ตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ทั้งสองฝ่าย การส่งมอบสินค้าในระยะครึ่งปีแรกจะมีปริมาณมากกว่าในระยะครึ่งปีหลัง เพราะขึ้นอยู่กับผลผลิตสับปะรดสดในแต่ละปี ลักษณะสับปะรดกระป๋องที่สหรัฐอเมริกา ต้องการคือ มีคุณภาพสูง โดยมีการกำหนดมาตรฐานสับปะรดกระป๋องนำเข้าตามมาตรฐานของ USFDA (United States Food and Drug Administration) ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดไว้ โดยปกติแล้วสหรัฐอเมริกาไม่นโยบายในการนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากเครือข่ายของบริษัท ที่ทางสหรัฐอเมริกาได้ไปลงทุนทำการผลิตในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตสับปะรดกระป๋อง เพื่อส่งออกได้แก่ ฟิลิปปินส์ ไทย และเคนยา เช่น บริษัท คาสเทิล คูก (Castel Cook) และ เดล มอนท์ (Del Monte Corporation) ซึ่งเป็นบริษัทส่งออกรายใหญ่ โดยบริษัท เดล มอนท์ มีการบรรจุกระป๋อง (Packing Facilities) ในฮาวาย ฟิลิปปินส์ และไทย และบริษัท คาสเทิล คูก มีการบรรจุกระป๋องในฮาวาย ฟิลิปปินส์ และเคนยา เมื่อรวมปริมาณสับปะรดกระป๋องของทั้ง 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 40 ของปริมาณการผลิตสับปะรดกระป๋องโลก (Tropical Development and Research Institute , 2528 : 32)

ปัญหาที่ประเทศไทยต้องประสบในการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกาคือ ปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอื่นที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐอัฟริกาใต้ และเม็กซิโก ในเรื่องราคา ปัญหาในการผลิตของไทย ซึ่งไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามสัญญาทำให้ต้องมีการเจรจาขอเลื่อนการส่งมอบสินค้าออกไปในอีกต่อไป เนื่องจากการขาดวัตถุดิบในช่วงปลายปี ทำให้ประเทศไทยต้องเสียโอกาสในการส่งออกสับปะรดกระป๋อง ปัญหาค่าระวางเรือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยตลอด และสับปะรดกระป๋องไม่ได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences : GSP) จึงต้องเสียภาษีนำเข้า อัตราภาษีนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยของสหรัฐอเมริกา ในปี 2529 2530 และ 2531 เท่ากับ 0.38 0.31 และ 0.25 เซนต์ต่อปอนด์ ตามลำดับ และสหรัฐอเมริกาไม่มีการกำหนดโควตานำเข้าสับปะรดกระป๋อง

2. ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เป็นประเทศที่ไทยส่งออกสับปะรดกระป๋องได้มากกว่าสหรัฐอเมริกา การนำเข้าสับปะรดกระป๋องของประเทศนี้มีลักษณะแตกต่างไปจากการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา คือมีความต้องการสับปะรดกระป๋องชนิดคุณภาพปานกลาง ซึ่งมีราคาต่ำ ส่วนใหญ่เป็นสับปะรดชิ้นใหญ่ (Chunk) ชนิดละเอียด (Pieces) และชนิดชิ้นย่อย (Crush)

ปริมาณการนำเข้าจากประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงจาก 42,066 ตัน ในปี 2529 เป็น 38,457 ตัน ในปี 2530 และเพิ่มขึ้นเป็น 74,344 ตัน ในปี 2533 ก่อนจะลดลงเป็น 64,293 ในปี 2534 ปริมาณการส่งออกเฉลี่ยในช่วงระยะเวลาดังกล่าว (2529-2534) เท่ากับ 53,074 ตัน

ข้อกำหนดเกี่ยวกับการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ซึ่งเป็นประเทศสมาชิกในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป คือ ประเทศสมาชิกในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้มีการกำหนดมาตรการทางด้านภาษีต่อประเทศนอกกลุ่ม เพื่อให้ความช่วยเหลือต่อประเทศสมาชิกในกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องเพื่อส่งออก นอกจากนี้ยังมีการกำหนดมาตรการให้ความช่วยเหลือต่อประเทศกำลังพัฒนาและด้อยพัฒนาอีกด้วย เช่น การลดหย่อนภาษีขาเข้าภายใต้โครงการลดหย่อนสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ซึ่งสับปะรดกระป๋องเป็นสินค้าชนิดหนึ่งซึ่งได้รับการลดหย่อนภาษีขาเข้าตามโครงการนี้ โดยประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้กำหนดจำนวนโควตาให้กับประเทศที่กำลังพัฒนา ภายใต้ปริมาณส่งออกตามสิทธิพิเศษทางการค้า กล่าวคือปริมาณสับปะรดกระป๋องที่นำเข้าตามโควตาจะได้รับการลดหย่อนภาษี เช่น สับปะรดกระป๋องชนิดแวนหรือชนิดกึ่งแวน ซึ่งมีจำนวนโควตาปีละ 29,500 ตัน ได้รับการลดหย่อนภาษีขาเข้าจากร้อยละ 24 เหลือร้อยละ 15 และชนิดอื่น ๆ ซึ่งมีจำนวนโควตาปีละ 44,900 ตัน จะได้รับการลดหย่อนภาษีขาเข้าจากเดิมร้อยละ 24 เหลือร้อยละ 12 ซึ่งประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เป็นประเทศที่ให้โควตานำเข้าสับปะรดกระป๋องชนิดแวนหรือกึ่งแวนมากที่สุด ในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรปคิดเป็นร้อยละ 41.41 ของโควตานำเข้าสับปะรดกระป๋องชนิดแวนหรือกึ่งแวนของประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ซึ่งการนำเข้าตามโควตาของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันนั้น ปรากฏว่าประเทศไทยเป็นผู้ใช้สิทธิพิเศษทางการค้านี้ในการส่งสับปะรดกระป๋องเข้ามากที่สุด (กรมวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร , 2530)

ปัญหาด้านการตลาดสับปะรดกระป๋อง

1. ปัญหาทางด้านราคาจำหน่าย เนื่องจากต้นทุนการผลิตสับปะรดของโรงงานจะผันแปรขึ้นลงตามปริมาณ และราคาของวัตถุดิบสับปะรดสด ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้โรงงานที่ได้ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับต่างประเทศ ต้องแบกภาระทางด้านต้นทุนในส่วนที่สูงกว่าราคาจำหน่ายเพราะไม่สามารถปรับราคาจำหน่ายได้

2. สิ่งอำนวยความสะดวกของภาครัฐยังมีไม่เพียงพอ เช่น ชาติตู้เก็บสินค้า หรือ โกดังสินค้าที่ใช้พักสินค้าก่อนขนส่งเรือ และเรือสินค้าขาดแคลนเป็นบางช่วง เป็นต้น

3. ปัญหาการแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น ฟิลิปปินส์ที่มีคุณภาพสับปะรดกระป๋องใกล้เคียงกับของไทย อินโดนีเซียที่มีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิต และความสม่ำเสมอของผลผลิต หรือมาเลเซียที่มีความได้เปรียบจากการส่งออกสับปะรดกระป๋องเข้าไปจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นได้อย่างเสรี ในขณะที่ประเทศไทยเพิ่งจะได้รับการยกเลิกการจำกัดโควตาการนำเข้าในตลาดญี่ปุ่นเมื่อต้นปี 2533 นอกจากนี้ประเทศเหล่านี้ยังมีต้นทุนแรงงานต่ำกว่าไทย และรัฐบาลยังได้ให้ความช่วยเหลือทางด้านตลาดอีกด้วย จากภาวะการแข่งขันดังกล่าวทำให้เกิดการตัดราคาจำหน่ายสับปะรดกระป๋องระหว่างผู้ส่งออกไทยด้วยกันเอง ซึ่งส่งผลให้ขาดอำนาจต่อรองและประเทศผู้นำเข้าขาดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย

4. ปัญหาข้อกีดกันทางการค้า จากการรวมกลุ่มประเทศเข้าด้วยกันของประเทศผู้นำเข้า โดยเฉพาะการส่งไปยังประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ซึ่งต้องเสียภาษีนำเข้าสูงกว่าประเทศอื่น ๆ โดยได้กำหนดไว้ว่าสับปะรดแวนและกิงแวนจะต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 15 และสับปะรดชนิดอื่น ๆ จะต้องเสียภาษีร้อยละ 12 สำหรับปริมาณการส่งออกตามโควตา และปริมาณการส่งออกที่เกินโควตาจะต้องเสียภาษีในอัตราสูงถึงร้อยละ 24

การผลิตและการส่งออกน้ำสับประดของไทย

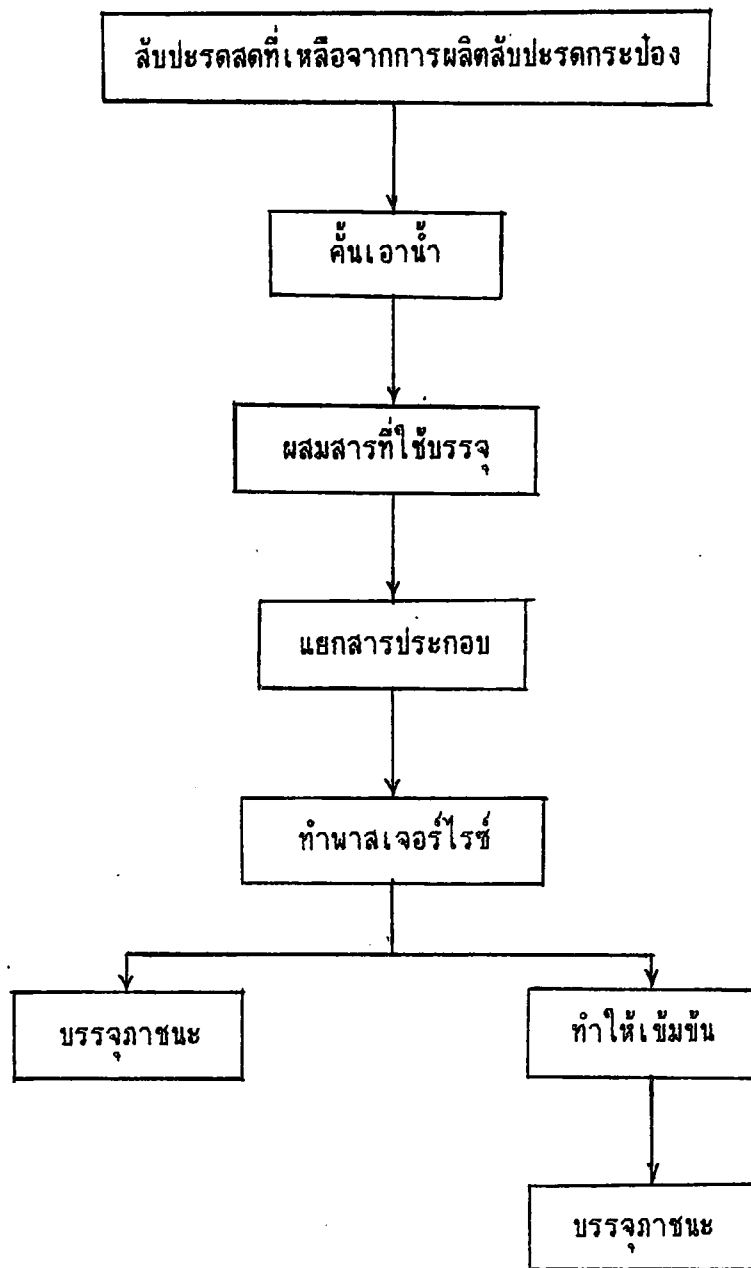
การผลิตน้ำสับประด

น้ำสับประดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตผลพลอยได้ (by Product) จากการผลิตสับประดกระป๋อง มีอยู่ 2 ชนิดคือ น้ำสับประดชนิดธรรมชาติ (Natural Pineapple Juice or not Concentrated) และน้ำสับประดชนิดเข้มข้น (Concentrated Pineapple Juice) ซึ่งส่วนใหญ่แล้วโรงงานจะผลิตน้ำสับประดชนิดเข้มข้นมากกว่า และเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ส่วนน้ำสับประดชนิดธรรมชาติจะผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศเท่านั้น และมีปริมาณการผลิตไม่มากนัก เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศยังไม่ค่อยนิยมบริโภคน้ำผลไม้ในบรรจุภัณฑ์ แต่นิยมบริโภคผลสด หรือน้ำผลไม้คั้นสด เพราะหาซื้อได้ง่าย และยังได้รสชาติหรือความสด มากกว่าน้ำผลไม้สำเร็จรูป ปัจจุบันที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ราชาได้ของประชากรส่วนใหญ่ยังคงค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับราคาน้ำผลไม้สำเร็จรูป

การผลิตน้ำสับประดจะใช้วัตถุดิบสับประดสดที่เหลือจากการผลิตสับประดกระป๋อง คือจะใช้ผลที่มีขนาดเล็ก หรือมีขนาดใหญ่เกินไปไม่ได้มาตรฐานสำหรับบรรจุกระป๋อง เศษเนื้อผลไม้ส่วนที่ติดเปลือก แกน หัวท้าย และผลที่เน่าบางส่วนและตัดส่วนที่เสียออกแล้ว โดยจะนำมาคั้นเอาแต่น้ำสับประดด้วยเครื่อง Screw Press เติมน้ำ และน้ำตาลตามอัตราส่วนของน้ำสับประดแต่ละชนิด จากนั้นนำไปต้มด้วยไอน้ำจนน้ำตาลละลายหมด แล้วจึงนำไปกรองเอาสิ่งที่ไม่ต้องการออก ต่อจากนั้นจะนำไปทำพาสเจอร์ไรซ์ และนำไปบรรจุในภาชนะ เช่นกระป๋อง หรือขวด ก็จะได้น้ำสับประดชนิดธรรมชาติ ส่วนน้ำสับประดชนิดเข้มข้นจะต้องนำเข้ากระบวนการระเหยไอน้ำเพื่อทำให้เข้มข้นก่อนแล้วจึงนำไปบรรจุภาชนะ (ภาพที่ 2)

ชนิดของน้ำสับประดที่ทำการผลิต

1. น้ำสับประดชนิดเข้มข้น (Concentrate Pineapple Juice) หมายถึง น้ำสับประดที่ได้ผ่านกรรมวิธีระเหยน้ำออกจนเข้มข้น ยังไม่ได้ปรุงแต่ง เมื่อจะบริโภคต้องทำให้เจือจางก่อน ผลิตภัณ์ชนิดนี้นิยมผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก เนื่องจากมีความสะดวกต่อการนำไปใช้ และ



(น้ำเสียประตชนิดธรรมดา)

(น้ำเสียประตชนิดเข้มข้น)

ภาพที่ 2 ขั้นตอนการผลิตน้ำเสีย

ที่มา : (กรมส่งเสริมการส่งออก , 2535)

ประหยัดค่าขนส่ง น้ำสับปะรดเข้มข้นส่วนใหญ่จะถูกใช้ในตลาดอุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่มต่าง ๆ เช่น ไอศกรีม โยเกิร์ต น้ำผลไม้พร้อมดื่ม เบเกอรี่ และลูกอม เป็นต้น

2. น้ำสับปะรดชนิดธรรมชาติหรือแบบพร้อมดื่ม (Natural Pineapple Juice) หมายถึง น้ำสับปะรดที่ใช้ดื่มได้ทันที มีหลายชนิดแตกต่างกันตามเปอร์เซ็นต์ของน้ำผลไม้ที่ผสมอยู่ เช่น น้ำสับปะรด (Pineapple Juice) ซึ่งจะมีเปอร์เซ็นต์ของน้ำสับปะรดเท่ากับ 100% น้ำสับปะรดปรุง (Nectar) มีเปอร์เซ็นต์ของน้ำสับปะรดเท่ากับ 30-50% และเครื่องดื่มรสสับปะรด (Pineapple Juice Drinks) มีเปอร์เซ็นต์ของน้ำสับปะรดเท่ากับ 6-30%

ปริมาณการผลิตน้ำสับปะรด ปริมาณการผลิตน้ำสับปะรดของไทยในช่วงระหว่างปี 2529-2534 (ตารางที่ 10) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงระหว่างปี 2529-2532 คือมีปริมาณ 24,000 ตัน ในปี 2529 และเพิ่มขึ้นเป็น 69,240 ตัน ในปี 2532 เพิ่มขึ้นร้อยละ 65 และมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงในช่วงระหว่างปี 2532-2534 คือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 22 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ย (2529-2534) เท่ากับร้อยละ 29.4 การเพิ่มขึ้นของปริมาณการผลิตน้ำสับปะรด เป็นผลมาจากความต้องการน้ำสับปะรดในตลาดต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น

การส่งออกน้ำสับปะรดของไทย

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกน้ำสับปะรดที่สำคัญที่สุดของไทยคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในระหว่างปี 2529-2534 ประเทศไทยส่งออกน้ำสับปะรดไปยังสหรัฐอเมริกาเฉลี่ย 35,968 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 57 ของปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดทั้งหมดของไทย (ตารางที่ 11) โดยมีประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นตลาดส่งออกรองลงมา กล่าวคือในช่วงเวลาดังกล่าวไทยส่งออกน้ำสับปะรดไปยังเนเธอร์แลนด์เฉลี่ย 7,823 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.27 เมื่อรวมปริมาณการส่งออกไปยังทั้งสองประเทศเท่ากับ 43,791 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 72.77 ของปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดทั้งหมดของไทย สำหรับในตลาดสหรัฐอเมริกานั้น ประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยคือ ประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งสามารถส่งออกน้ำสับปะรดไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาได้มากเป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้ประเทศสหรัฐอเมริกายังได้นำเข้าน้ำสับปะรดจากประเทศอื่น ๆ อีกด้วย เช่น เม็กซิโก และบราซิล เป็นต้น

ตารางที่ 10 ปริมาณการผลิตน้ำสึบประดของไทย ปี พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิต
2529	24,000
2530	30,000
2531	48,520
2532	69,240
2533	82,750
2534	89,270

ที่มา : (ธนาคารกรุงเทพ , 2535 : 25)

ตารางที่ 11 ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของไทยและร้อยละของปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรด
แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ตัน)

ประเทศผู้นำเข้า	2529	2530	2531	2532	2533	2534
สหรัฐอเมริกา	18,598 (79.51) ^{1/}	17,427 (61.75)	20,879 (51.98)	32,428 (59.61)	35,632 (48.77)	30,435 (38.06)
แคนาดา	862 (3.69)	1,372 (4.86)	1,846 (4.64)	3,088 (5.61)	3,759 (5.14)	3,250 (4.06)
เนเธอร์แลนด์	1,582 (6.76)	5,257 (18.63)	7,649 (19.04)	9,460 (17.17)	10,544 (14.43)	12,444 (15.56)
เยอรมัน ฯ	447 (1.91)	561 (1.99)	498 (1.24)	896 (1.63)	801 (1.10)	1,211 (1.51)
ญี่ปุ่น	83 (0.35)	215 (0.76)	166 (0.41)	169 (0.31)	1,034 (1.41)	2,700 (3.38)
อื่น ๆ	2,267 (9.69)	3,926 (13.91)	9,576 (18.86)	9,830 (17.85)	22,035 (30.15)	31,021 (38.79)
รวม	23,392	28,220	40,167	55,074	73,080	79,962

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของไทย

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2529-2534)

ลักษณะน้ำสับประรดที่ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องการคือ น้ำสับประรดที่มีคุณภาพสูง และมีการนำเข้าทั้งชนิดเข้มข้นและชนิดธรรมชาติ โดยมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการนำเข้าน้ำสับประรดเช่นเดียวกับการนำเข้าสับประรดกระป๋อง คือกำหนดตามมาตรฐานของ USFDA (United State Food and Drug Administration) และน้ำสับประรดไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรจึงต้องเสียภาษีขาเข้า

ปัญหาการผลิตและการส่งออกน้ำสับประรด

1. ปัญหาความไม่สม่ำเสมอของปริมาณวัตถุดิบ ในช่วงที่ผลผลิตสับประรดมีมาก โรงงานไม่สามารถรับซื้อไว้ได้หมด ราคาจึงลดต่ำลง มีผลให้เกษตรกรลดปริมาณการผลิตลง ผลผลิตในปีต่อมาจึงมีน้อย ราคาวัตถุดิบจะสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตน้ำสับประรดสูงขึ้น มีผลให้ประเทศไทยต้องเสียเปรียบประเทศคู่แข่งในการแข่งขันด้านราคา

2. วัตถุดิบซึ่งใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนค่อนข้างสูง โดยกระป๋องต้องนำเข้าแผ่นโลหะและฝากระป๋องชนิดมีสลักเปิด ซึ่งต้องเสียภาษีในอัตราที่ค่อนข้างสูง คือภาษีนำเข้าสำหรับฝากระป๋องชนิดมีสลักเปิดร้อยละ 35 ของราคา นอกจากนี้กระป๋องที่ใช้ยังมีราคาค่อนข้างสูง คือ กระป๋องสี ขนาดบรรจุ 250 ซี.ซี รวมฝามีสลักเปิด ราคาประมาณ 4 บาทต่อกระป๋อง

กล่องเตตราแพคต้องนำเข้ากระดาษที่ใช้ผลิตกล่องเช่นกัน การนำเข้าต้องเสียภาษีร้อยละ 35 ของราคาและภาษีการค้าร้อยละ 9.9 อีกทั้งยังมีต้นทุนสูงคือมีราคาประมาณกล่องละ 1.80-2.00

3. ปัญหาด้านภาษีอากร คือน้ำสับประรดพร้อมดื่ม จะต้องเสียภาษีในอัตราเดียวกับน้ำผลไม้พร้อมดื่มอื่น ๆ คือต้องเสียภาษีสรรพสามิตโดยเสียตามมูลค่าหรือปริมาณแล้วแต่ว่าอัตราใดคำนวณภาษีสูงกว่ากัน ซึ่งแม้ว่ากระทรวงการคลังจะได้ลดอัตราภาษีลงจากร้อยละ 20 เหลือเพียงร้อยละ 10 ของราคาจำหน่าย โดยกำหนดความเข้มข้นไว้ แต่ก็ยังนับว่าเป็นภาระภาษีที่สูงเมื่อเทียบกับภาษีการแปรรูปสับประรดกระป๋อง ซึ่งเสียภาษีการค้าเพียงร้อยละ 7 ปัญหาด้านภาษีอากรที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการส่งออกนี้ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในตลาดน้ำสับประรดพร้อมดื่มได้

4. ปัญหาในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในด้านคุณภาพ น้ำสับปะรดของประเทศไทยที่ส่งออกไปยังตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญต่าง ๆ ยังมีมาตรฐานที่ไม่แน่นอน ประกอบกับการปลอมแปลงส่วนผสมในน้ำสับปะรดเป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย โดยเริ่มจากการผสมน้ำ เติมน้ำตาลกรด เนื้อเยื่อผลไม้ และกรรมวิธีการผสมต่าง ๆ ที่ซับซ้อน เพื่อปกปิดการผสมที่ไม่ได้สัดส่วน การกีดกันทางด้านต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการปลอมปนปริมาณสารอาหารในผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดเสมอ และพบว่าปัญหาเหล่านี้จะเกิดกับผู้ส่งออกรายย่อยมากกว่าผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกรายใหญ่ โดยผู้ผลิตรายใหญ่ส่วนมากจะพยายามรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของตนไว้

5. ปัญหาด้านฉลากหรือชื่อสินค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ำสับปะรดของไทยส่วนใหญ่ยังไม่มีชื่อหรือฉลากเป็นของตนเอง ต้องใช้วิธีซื้อฉลากจากผู้ส่งออกรายใหญ่ในแต่ละตลาดมาติด ซึ่งต้องเสียค่าธรรมเนียมการตลาด ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น และเป็นอุปสรรคต่อการขยายการส่งออก

การผลิตและการส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทย

การผลิตสับปะรดแช่แข็ง

การผลิตสับปะรดแช่แข็งของไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยประเทศผู้นำเข้าจะนำสับปะรดแช่แข็งไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ โดยปกติโรงงานที่ทำการผลิตสับปะรดแช่แข็ง จะดำเนินการผลิตก่อนโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋อง เนื่องจากการผลิตสับปะรดแช่แข็งจะใช้วัตถุดิบสับปะรดที่ไม่สุกมากหรือค่อนข้างดิบ

ผู้ผลิตและกำลังการผลิต โรงงานที่ทำการผลิตสับปะรดแช่แข็งในปัจจุบัน โดยทั่วไปจะผลิตอาหารแช่แข็งอื่น ๆ ด้วย เช่น ผักและผลไม้ต่าง ๆ สัตว์น้ำทะเลแช่แข็ง เพื่อให้มีวัตถุดิบป้อนโรงงานตลอดปี มีบางโรงงานที่ทำการผลิตสับปะรดแช่แข็งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นโรงงานขนาดเล็กพอหมดฤดูสับปะรดก็จะปิดโรงงาน โรงงานสับปะรดแช่แข็งในปัจจุบันมีทั้งสิ้น 7 โรงงาน (ตารางที่ 12) โดยจะตั้งอยู่ตามแหล่งวัตถุดิบ กระจายไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ เนื่องจากจะต้องคำนึงถึงเรื่องการขนส่ง หรือการรวบรวมผลผลิตเข้าโรงงาน เพื่อให้ผลผลิตอยู่ในสภาพที่ดีที่สุด ไม่บอบช้ำ

ตารางที่ 12 รายชื่อบริษัทผู้ผลิตสับปะรดแช่แข็งของไทย ปี พ.ศ. 2534

บริษัทผู้ผลิต	ที่ตั้งโรงงาน
1. บริษัทชั้นยางอุตสาหกรรม จำกัด	จ.นครปฐม
2. บริษัทชั้นโซวาเทรตดิ่ง จำกัด	จ.ประจวบคีรีขันธ์
3. บริษัทไทยโพรสเซสเฟดส์ จำกัด	จ.นครปฐม
4. บริษัทเจริญผลส์อุตสาหกรรม จำกัด	จ.ประจวบคีรีขันธ์
5. บริษัทไทยอกริฟูดส์ จำกัด	จ.สมุทรปราการ
6. บริษัท เค.เอส. เพชรบุรีห้องเย็น จำกัด	จ.เพชรบุรี
7. บริษัท เพชรบุรีฟูดส์ จำกัด	จ.เพชรบุรี

ที่มา : (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก , 2535)

ปริมาณการผลิตสับปะรดแช่แข็งของไทยในช่วงระหว่างปี 2529-2534 มีแนวโน้มลดลง โดยมีปริมาณ 18,700 ตัน ในปี 2529 และมีปริมาณลดลงเป็น 6,324 ตัน และ 4,950 ตัน (ตารางที่ 13) ในปี 2533 และ 2534 ตามลำดับ คิดเป็นปริมาณการผลิตเฉลี่ยเท่ากับ 13,827 ตัน การที่ปริมาณการผลิตมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากความต้องการสับปะรดแช่แข็งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบของประเทศผู้นำเข้าลดลง โดยได้นำเข้าสับปะรดสดจากประเทศฟิลิปปินส์เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบแทนสับปะรดแช่แข็ง เพราะมีต้นทุนต่ำกว่า

การรับซื้อวัตถุดิบของโรงงานสับปะรดแช่แข็ง โรงงานผลิตสับปะรดแช่แข็งส่วนใหญ่จะมีวิธีการรับซื้อวัตถุดิบสับปะรดสด เช่นเดียวกับการรับซื้อของโรงงานสับปะรดกระป๋อง แต่เนื่องจากโรงงานสับปะรดแช่แข็งเป็นโรงงานที่มีขนาดเล็กกว่าโรงงานสับปะรดกระป๋องมาก ดังนั้นจึงมีปริมาณการรับซื้อน้อย และส่วนใหญ่จะรับซื้อจากพ่อค้าที่เคยทำการซื้อขายกันเป็นประจำ โดยจะมีการทำสัญญารับซื้อไว้ล่วงหน้า โรงงานสับปะรดแช่แข็งส่วนมากจะไม่มีไร่สับปะรดของตนเอง เนื่องจากการปลูกเองไม่คุ้มค่างับค่าใช้จ่ายที่ต้องลงทุน

ตารางที่ 13 ปริมาณการผลิตสับปะรดแช่แข็ง ปี พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการผลิต
2529	18,700
2530	20,500
2531	15,710
2532	17,020
2533	6,324
2534	4,950

ที่มา : (กรมส่งเสริมการส่งออก , 2535)

มาตรฐานในการรับซื้อวัตถุดิบ โรงงานสับปะรดแช่แข็งจะกำหนดเกณฑ์การรับซื้อดังนี้ คือ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของผลประมาณ 4 1/2-5 1/2 นิ้ว หรือน้ำหนักประมาณ 1-1 1/2 กิโลกรัม และจากความสุกของผลตั้งแต่ดิบจนถึงสุก 3 ตา คือสุกประมาณร้อยละ 50 ของปริมาณสับปะรดทั้งผล โดยปกติโรงงานสับปะรดแช่แข็งจะนิยมสับปะรดที่ยังดิบ หรือสุกไม่มากนัก เนื่องจากเมื่อนำไปแปรรูปแล้วจะสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน

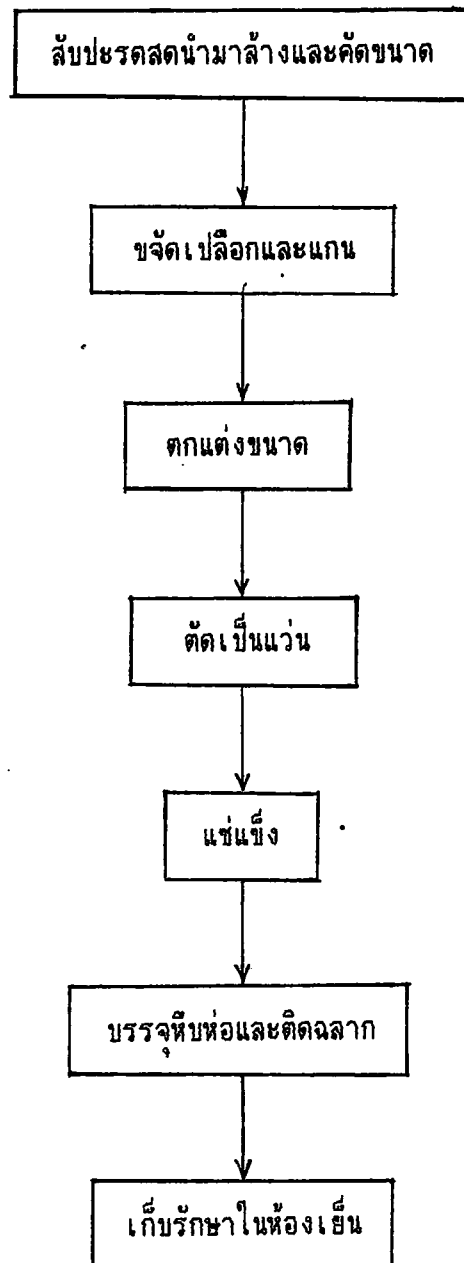
วิธีการรับซื้อสับปะรด ในช่วงที่ผลผลิตสับปะรดในตลาดมีมาก ทางโรงงานจะรับซื้อโดยการให้โควตาพ่อค้าคนกลางที่มาส่งในแต่ละวัน เพื่อไม่ให้ปริมาณสับปะรดที่ขายหน้าโรงงานมีมากเกินไปกำลังการรับซื้อของโรงงาน สำหรับการจ่ายเงินมักจะจ่ายเป็นเช็ค 7 วัน หรือนานกว่านั้น แล้วแต่ฐานะทางการเงินของแต่ละกิจการ ส่วนในช่วงที่ผลผลิตสับปะรดขาดแคลน ทางโรงงานมักจะจ่ายเป็นเงินสด เพื่อจูงใจให้พ่อค้าหรือเกษตรกรนำสับปะรดมาขายให้โรงงาน

วิธีการผลิตสับปะรดแช่แข็ง การผลิตสับปะรดแช่แข็งจะเริ่มจากการนำสับปะรดสดมา คัดขนาด ซึ่งน้ำหนัก และล้างน้ำ ต่อจากนั้นจะนำไปเข้าเครื่องตัดหัวตัดท้ายสับปะรด และเข้า เครื่องปอกเปลือกและเจาะแกน สับปะรดที่ผ่านขั้นตอนนี้จะป็นรูปทรงกระบอกกลางตรงกลาง ต่อ จากนั้นจะส่งไปให้พนักงานตักแต่ง ถ้ายังมีตาเหลืออยู่ก็จะจิกตาที่เหลือออก และตัดส่วนที่เสีหรือ ซ้ำมากออกไป จากนั้นจะส่งเข้าเครื่องตัดแว่นออกเป็นสับปะรดชนิดต่าง ๆ เช่น ผานเป็นแว่น (Slices) ชิ้นใหญ่ (Chunk) หรือชิ้นยาว (Spread or Fingers) เป็นต้น ขึ้นอยู่กับใบสั่งซื้อ ของลูกค้า (Order) จากนั้นจะนำมาเรียงใส่ถาดโดยเรียงเป็นชั้น ๆ แล้วนำเข้าห้องเย็นที่ อุณหภูมิประมาณ -40 องศาเซนติเกรด โดยจะแช่ไว้ประมาณ 12 ชั่วโมง เพื่อให้สับปะรดแข็ง และเก็บไว้ได้นาน ต่อจากนั้นจะนำมาห่อด้วยถุงพลาสติกพร้อมทั้งบรรจุลงกล่อง ติดฉลากให้เรียบร้อย ซึ่งสับปะรด 1 กล่องจะมีน้ำหนักประมาณ 12 กิโลกรัม เมื่อบรรจุกล่องเรียบร้อยแล้วจึงนำ ไปเก็บในห้องเย็นอุณหภูมิประมาณ -20 องศาเซนติเกรด เพื่อเตรียมจำหน่ายต่อไป (ภาพที่ 3)

ต้นทุนการแปรรูปสับปะรดแช่แข็ง สับปะรดแช่แข็ง 1 กิโลกรัมจะใช้วัตถุดิบสับปะรด สด 4 กิโลกรัม จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่า ต้นทุนการผลิตสับปะรดแช่แข็งส่วนใหญ่เป็นค่า สับปะรดสดประมาณ 7.56 บาทต่อกิโลกรัม หรือคิดเป็นร้อยละ 68.35 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ต้นทุนส่วนที่สำคัญรองลงมาได้แก่ค่าแรงงานและค่าไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 10.94 และ 7.87 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดตามลำดับ

การส่งออกสับปะรดแช่แข็ง

สับปะรดแช่แข็งส่วนใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ตลาดที่สำคัญที่สุดคือ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทยส่งออกสับปะรดแช่แข็งไปยังประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด (ตารางที่ 15) โดยคิดเป็นปริมาณเฉลี่ย (2529-2534) เท่ากับร้อยละ 51.22 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด การส่งออกสับปะรดแช่แข็งไปยังประเทศญี่ปุ่นของไทยในช่วงระหว่างปี 2529-2534 มีแนวโน้ม ลดลง จากปริมาณ 18,349 ตัน ในปี 2529 ลดลงเป็น 12,983 ตัน และ 3,017 ตัน ในปี 2529 และ 2534 ตามลำดับ



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการผลิตล้บปษรดแ่ช้แ่ช้

ที่มา : (กรมส่งเสริมการส่งออก , 2535)

ตารางที่ 14 ต้นทุนการผลิตสับปะรดแช่แข็งของไทย ปี พ.ศ. 2534

รายการ	ต้นทุน (บาท/กิโลกรัม)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ค่าสับปะรดสด	7.56	68.35
ค่าแรงงาน	1.21	10.94
ค่าไฟฟ้า	0.87	7.87
ค่าน้ำ	0.04	0.36
ค่ากล่องกระดาษ	0.69	6.24
ค่าถุงพลาสติก	0.19	1.72
ค่าเชือก	0.03	0.27
ค่าใช้จ่ายอื่นในการส่งออก	0.47	4.25
รวมต้นทุนทั้งหมด	11.06	100.00

ที่มา : (กรมส่งเสริมการส่งออก , 2535)

ตารางที่ 15 ปริมาณการส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทยและร้อยละของปริมาณการส่งออก
สับปะรดแช่แข็ง แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ตัน)

ประเทศผู้นำเข้า	2529	2530	2531	2532	2533	2534
สหรัฐอเมริกา	-	-	95	269	272	-
	-	-	(0.61) <u>1/</u>	(1.58)	(4.44)	-
แคนาดา	-	21	-	11	200	96
	-	(0.12)	-	(0.07)	(3.27)	(1.98)
เนเธอร์แลนด์	10	32	130	93	126	64
	(0.05)	(0.18)	(0.83)	(0.55)	(2.06)	(1.32)
สหราชอาณาจักร	-	-	87	203	129	120
	-	-	(0.55)	(1.20)	(2.11)	(2.48)
เกาหลี	-	-	-	3,200	243	813
	-	-	-	(18.95)	(3.97)	(16.79)
ญี่ปุ่น	18,394	17,299	15,245	12,983	4,667	3,017
	(98.71)	(97.48)	(97.11)	(76.87)	(76.26)	(62.32)
อื่น ๆ	249	386	225	3,589	793	1,601
	(1.34)	(2.18)	(1.43)	(21.25)	(12.96)	(33.07)
รวม	18,653	17,747	15,699	16,980	6,120	4,841

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละปริมาณการส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทย

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2529-2534)

ประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยในตลาดญี่ปุ่นคือ ประเทศไต้หวัน ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ปริมาณการนำเข้าจากไต้หวันของประเทศไทย มีแนวโน้มลดลงมาก จากปริมาณ 7,012 ตัน ในปี 2521 เป็น 27 ตัน ในปี 2528 และในช่วงระหว่างปี 2529-2534 ปริมาณการนำเข้าจากไต้หวันของประเทศไทย มีปริมาณเฉลี่ยเพียง 18 ตัน เท่านั้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ประเทศไทยสามารถผูกขาดการส่งออกสับปะรดแช่แข็งในตลาดประเทศญี่ปุ่นเพียงผู้เดียว แม้ว่าจะมีแนวโน้มการส่งออกลดลงก็ตาม

การส่งออกสับปะรดแช่แข็ง วิธีการขนส่งทางทะเลเป็นวิธีการที่นิยมที่สุด เนื่องจากสาเหตุสำคัญสองประการคือ ประการแรก สับปะรดแช่แข็งจะมีอายุการเก็บรักษาได้นานภายในตู้เก็บอุณหภูมิ และประการที่สอง ตลาดส่งออกสับปะรดแช่แข็งที่สำคัญของประเทศไทย ส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น เกาหลี และสิงคโปร์ เป็นต้น ซึ่งจะมีระยะทางการขนส่งไม่ไกลนัก ทำให้สามารถขนส่งสินค้าทางเรือได้ตามกำหนดเวลาโดยยังรักษาคุณภาพได้เหมือนเดิม

ปัญหาการผลิตและการส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทย

1. ปัญหาเส้นทางการขนส่งที่เกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลางใช้ขนส่งวัตถุดิบสับปะรดสด มาส่งให้โรงงาน ยังไม่มีการพัฒนาให้ดีขึ้น ทำให้ต้องประสบความลำบากในการขนส่ง โดยเฉพาะในฤดูฝน นอกจากนี้ยังขาดแคลนพาหนะที่จะใช้ขนส่งผลผลิตออกมาอีกด้วย จนทำให้ผลิตผลบางส่วนเสียหาย ซึ่งปัญหานี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องหรือน้ำสับปะรดมากนัก เพราะโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องหรือน้ำสับปะรด จะเป็นโรงงานขนาดใหญ่ โดยจะรับซื้อผลผลิตจากพ่อค้ารายใหญ่ที่ทำการติดต่อค้าขายกันมานาน ซึ่งจะมีความพร้อมในการดำเนินงานมากกว่า

2. ปัญหากระวางสินค้ามีไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นสาเหตุให้อัตราค่าระวางมีค่าสูง การขาดแคลนกระวางสินค้าซึ่งมีลักษณะอุปสงค์เป็นฤดูกาล ทำให้มีการแย่งกระวางบรรทุกสินค้ากันมากในช่วงเวลาดังกล่าว จึงส่งผลให้อัตราค่าระวางมีค่าสูงกว่าที่ผู้ส่งออกควรต้องจ่ายจริง ปัญหากระวางสินค้าเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกสับปะรดแช่แข็งมากที่สุด เนื่องจากผู้ส่งออกไม่สามารถจะเก็บรักษาสินค้าไว้ได้นาน เนื่องจากต้องส่งสินค้าให้ทันภายในระยะเวลาที่จำกัด โดยสภาพสินค้าต้องยังคงสภาพเหมือนเดิมเมื่อถึงผู้รับ ทำให้ไม่สามารถเก็บรักษาสินค้าไว้เพื่อรอให้อัตราค่าระวางลดต่ำลง ซึ่งต่างจากสับปะรดกระป๋องหรือน้ำสับปะรดที่มีระยะเวลาการเก็บรักษานานกว่า

ทำให้สามารถเก็บรักษาสินค้าเพื่อรอให้อัตราค่าระวางลดต่ำลงได้

3. ปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิ ที่ใช้บรรจุสับปะรดแช่แข็งเพื่อส่งออก ซึ่งปัจจุบันตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิเพื่อการส่งออกมีปริมาณน้อยกว่าตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิเพื่อการนำเข้า ภาวะความไม่สมดุลดังกล่าวนี้ ทำให้มีความจำเป็นต้องนำตู้คอนเทนเนอร์ปรับอุณหภูมิเปล่าเข้ามา เพื่อบรรจุสับปะรดแช่แข็งในการส่งออก การที่ต้องนำเข้าตู้เปล่าเข้ามา จะต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยตรง และเสียต้นทุนค่าเสียโอกาส ซึ่งมีผลถึงราคาสินค้าที่ต้องสูงขึ้นตามไปด้วย

ปัญหาการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย

ปัญหาการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยอาจสรุปได้ว่ามีสาเหตุมาจากปัจจัย 3 ประการ คือ ปัจจัยทางด้านต้นทุน ปัจจัยทางด้านคุณภาพของสินค้า และปัจจัยทางด้านกฎระเบียบ และมาตรการในการดำเนินงานของภาครัฐ ซึ่งทั้งภาครัฐบาลและเอกชนควรให้ความสนใจในการร่วมมือในการแก้ปัญหาเหล่านี้อย่างจริงจัง

1. ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน อุตสาหกรรมแปรรูปขนาดกลางและขนาดเล็กมักประสบปัญหาการขาดแคลนเงินทุนระยะยาว และมีโอกาสน้อยที่จะได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงิน ทำให้ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน ไม่สามารถขยายการผลิตหรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นกว่าเดิมได้

2. ปัญหาทางด้านระบบภาษีสรรพสามิต ซึ่งมีกฎระเบียบที่ค่อนข้างจะยุ่งยากในการปฏิบัติ และมักจะเป็นภาระทางด้านต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย เช่น ผู้ประกอบการจะต้องซื้อแสตมป์สำหรับติดสินค้า ตั้งแต่ยังไม่ได้จำหน่าย ต้องติดแสตมป์ก่อนนำสินค้าออกจากโรงงาน ซึ่งในกรณีที่สินค้าเกิดความเสียหาย จะต้องเสียเวลา 3-7 วัน ในการแสดงหลักฐานเพื่อขอรับเงินคืน นอกจากนี้โรงงานขนาดเล็กยังประสบปัญหาเรื่องเงินทุนที่ต้องจ่ายล่วงหน้าเพื่อซื้อแสตมป์

3. ปัญหาขั้นตอนและพิธีการในการส่งออกที่เข้มงวดเกินไป ทำให้ผู้ประกอบการเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมาก เช่น การตรวจสอบมาตรฐานก่อนส่งออก การส่งออกจากศุลกากรและท่าเรือ ซึ่งมีความล่าช้าและขาดประสิทธิภาพ และปัญหาค่าใช้จ่ายนอกระบบต่าง ๆ

4. ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ยังขาดประสิทธิภาพและยังไม่เพียงพอ เช่น โทรศัทพ์ การขนส่ง ไฟฟ้า และการบริการท่าเรือ ทำให้เกิดการเสียเปรียบในการแข่งขันในตลาดโลก

5. ปัญหาจากมาตรฐานการขนส่งสินค้า เนื่องจากการขาดแคลนพื้นที่ระวางในการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะการขนส่งทางทะเล ซึ่งเป็นเส้นทางการขนส่งหลักของผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย โดยอัตราค่าระวางจะถูกกำหนดโดย ราคาน้ำมัน อัตราค่าจ้างแรงงาน อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาวะอุปสงค์และอุปทานของการขนส่งในแต่ละเส้นทาง และภาวะการแข่งขันเป็นต้น (ผู้ส่งออก , 2536 : 44-54) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยในช่วงระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมา (2531-2535) มีการขึ้นอัตราค่าระวางถึง 8 ครั้งนอกจากนี้ผู้ส่งออกยังต้องจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในอัตราที่สูงขึ้น เช่นค่า CY Change (Container Yard Change) กรณีนำตู้คอนเทนเนอร์ไปบรรจุสินค้าที่โรงงาน หรือค่า CFS (Container Freight Station Change) ถ้านำตู้คอนเทนเนอร์ไปบรรจุที่ CFS ของบริษัทนอกเขตท่าเรือหรือที่ CFS ที่ท่าเรือ รวมทั้งอาจต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น ถ้ามีปัญหาท่าเรือแออัด ซึ่งอัตราค่าระวางในปัจจุบันอาจถือว่ายังไม่เหมาะสม คือสูงกว่าที่ควรจะเป็น เพราะตลาดมีลักษณะของผู้ประกอบการน้อยราย โดยรวมตัวกันในรูปของชมรมสายการเดินเรือต่าง ๆ ทำให้ผู้ส่งออกมีอำนาจต่อรองน้อย นอกจากนี้เมื่อพิจารณาแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอัตราค่าขนส่งดังกล่าวข้างต้น ซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าอัตราค่าขนส่งจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต ซึ่งอัตราค่าขนส่งที่สูงขึ้นนี้ จะส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกมากพอสมควร โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทั้งด้านราคาและคุณภาพ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น

6. สินค้ายังขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวต่างประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยมักจะไม่ค่อยีเครื่องหมายการค้าเป็นของตัวเอง ทำให้ไม่สามารถเจาะตลาดสำคัญ ๆ ที่มีภาวะการแข่งขันรุนแรงได้ โดยเฉพาะตลาดอเมริกาและตลาดญี่ปุ่น ซึ่งผู้บริโภคมักมีความเชื่อถือในเครื่องหมายการค้ามาก ซึ่งที่ผ่านมาผู้ส่งออกของไทย จะแก้ปัญหาด้วยการนำเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคในตลาดนั้น ๆ มาติด ซึ่งต้องเสียค่าธรรมเนียมการค้าให้กับเจ้าของเครื่องหมายการค้า

7. ปัญหาการตัดราคากันเองระหว่างผู้ส่งออกไทยด้วยกัน ทำให้โครงสร้างราคาผลิตภัณฑ์ลึบประรดของไทย ขาดเสถียรภาพ และมีราคาต่ำกว่าราคาที่ควรจะเป็น นอกจากนี้ยังส่งผลถึงความเชื่อถือของผู้นำเข้าด้วย

8. ปัญหาการขยายตลาดสินค้าต่างประเทศในเรื่องการสนับสนุนการส่งสินค้าไปเผยแพร่ และแสดงในต่างประเทศ ควรได้รับการสนับสนุนและพิจารณาแก้ไขอย่างจริงจัง เช่น การเข้าเป็นสมาชิกระบบการออกเอกสารศุลกากรระหว่างประเทศ (ATA Carnet System) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และเพื่อสะดวกในการนำสินค้าไปแสดงและเผยแพร่ในต่างประเทศ

9. การขาดระบบการประกันสินเชื่อเพื่อการส่งออก เช่น การส่งออกสินค้าไปยังประเทศที่มีความเสี่ยงสูง เช่นประเทศในตะวันออกกลาง เป็นต้น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ทางสถิติ เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ สับปะรดของไทย โดยพิจารณาผลิตภัณฑ์สับปะรดออกเป็น สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด และ สับปะรดแช่แข็ง โดยอาศัยแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (The Model of Market Share Analysis) เพื่อจะได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง เป็นผลมาจากปัจจัยอะไร และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกผลิตภัณฑ์ สับปะรดแล้ว ประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย จะพิจารณา การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรด ในประเทศสหรัฐอเมริกา และ สับปะรดแช่แข็งในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดในการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย และเป็นตลาดที่ประเทศคู่แข่งในการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยให้ความสนใจ และพยายาม ครอบครองส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น โดยจะวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการขยายขนาด ของตลาด และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน

ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดนี้ จะใช้ข้อมูล ปริมาณการส่งออกรายปีเฉลี่ยระหว่างปี 2529-2534 และปี 2532-2534 เป็นคาบระยะเวลา ที่ 1 และคาบระยะเวลาที่ 2 ตามลำดับ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการส่งออกใน ปีใดปีหนึ่ง

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

จากผลการวิเคราะห์ (ตารางที่ 17 , 18) จะเห็นได้ว่าระหว่างปี 2529-2531 และปี 2532-2534 ส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลงจากร้อยละ 40.98 เป็นร้อยละ 39.48 โดยปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยลดลง 27,199 ตัน ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการขยายขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 32,489 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 119.45 และเป็นผลมาจากการแข่งขันลดลง 5,290 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 19.45 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดนี้ คือประเทศฟิลิปปินส์พบว่าประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ต่างเสียประโยชน์จากการแข่งขันในตลาดนี้ทั้งสองประเทศ โดยประเทศฟิลิปปินส์เสียประโยชน์จากการแข่งขันมากกว่าไทย ทำให้ปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องของประเทศฟิลิปปินส์ลดลง 22,099 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 131.36 เมื่อพิจารณาผลของการขยายขนาดของตลาดปรากฏว่าประเทศไทยได้ประโยชน์เพียงเล็กน้อย ส่วนประเทศฟิลิปปินส์กลับได้ประโยชน์มาก เป็นผลให้การส่งออกของประเทศฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น 38,923 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 231.36 และเมื่อรวมผลที่เกิดขึ้นทั้งหมด ทำให้ปริมาณการส่งออกของประเทศฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น 16,824 ตัน

การที่ประเทศไทยเสียประโยชน์จากการแข่งขันน้อยกว่าประเทศฟิลิปปินส์ เป็นเพราะประเทศไทยสามารถผลิตสับปะรดสด ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตสับปะรดกระป๋องได้มาก ทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบต่ำกว่าฟิลิปปินส์ ส่วนการเสียเปรียบจากการขยายขนาดของตลาดเป็นผลมาจากการที่สับปะรดกระป๋องของไทย ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกาเท่าสับปะรดกระป๋องของฟิลิปปินส์

ตารางที่ 16 ปริมาณสัมประรดกระป๋องที่ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศไทยและ
ประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และ ปี พ.ศ. 2532-2534

(หน่วย : ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ไทย	ฟิลิปปินส์
2529	240,889	96,779	124,819
2530	230,113	105,343	131,173
2531	347,028	133,121	145,686
เฉลี่ย 2529-2531	272,677	111,748	133,893
2532	359,650	141,550	147,452
2533	352,048	131,944	149,463
2534	344,207	143,346	155,237
เฉลี่ย 2532-2534	351,968	138,947	150,717

ที่มา : (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก , 2536)

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดกระป๋องของประเทศไทย
และประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534

(หน่วย : ตัน)

ประเทศ	ปริมาณนำเข้าสับปะรดกระป๋องของสหรัฐอเมริกา			
	เฉลี่ยปี	ร้อยละ	เฉลี่ยปี	ร้อยละ
	2525-2531		2532-2534	
ไทย	111,748	40.98	138,947	39.48
ฟิลิปปินส์	133,893	49.10	150,717	42.82
ปริมาณนำเข้าทั้งหมด	272,677	100.00	351,968	100.00

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ความสามารถในการส่งออก (Potential Export)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2529-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2534 (S_T)

$$S_T = 0.4098 \times 351,968 = 144,236.49$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2529-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2534 (S_P)

$$S_P = 0.4910 \times 351,968 = 172,816.29$$

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสี่ประเทศกระป๋องของประเทศไทย
และประเทศฟิลิปปินส์ ในตลาดสหรัฐอเมริกา

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	ไทย		ฟิลิปปินส์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	27,199	100.00	16,824	100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากขนาดของตลาด	32,488	119.45	38,923	231.36
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน	-5,289	-19.45	-22,099	-131.36

ที่มา : (จากการคำนวณ)

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 20 , 21) จะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งตลาดน้ำสับปะรดของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 39.97 เป็นร้อยละ 46.98 โดยเป็นผลมาจากการขยายขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 19,652 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 52.26 และเป็นผลมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 17,956 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 47.75 เมื่อรวมผลที่เกิดขึ้นทั้งหมด การส่งออกน้ำสับปะรดของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 37,608 ตัน เมื่อพิจารณาประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดนี้ พบว่าประเทศฟิลิปปินส์มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 46.43 เป็นร้อยละ 52.43 โดยเป็นผลมาจากการขยายขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 22,824 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 96.59 และเป็นผลมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 806.41 ตัน คิดเป็นร้อยละ 3.41 เมื่อรวมผลที่เกิดขึ้นทั้งหมดทำให้ปริมาณการส่งออกน้ำสับปะรดของประเทศไทยเพิ่มขึ้น 23,630 ตัน

ประเทศไทยได้เปรียบจากการแข่งขันในตลาด โดยปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.75 มากกว่าประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.41 เนื่องจากไทยสามารถผลิตน้ำสับปะรดได้มาก โดยมีปริมาณผลผลิตน้ำสับปะรดในปี 2530 มากถึงครึ่งหนึ่งของผลผลิตโลก ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ เป็นผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่ในด้านการขยายขนาดของตลาดประเทศฟิลิปปินส์ได้เปรียบมากกว่าไทย โดยส่งออกได้เพิ่มขึ้น 22,824 ตัน หรือเท่ากับร้อยละ 96.59 เนื่องจากฟิลิปปินส์เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่งในตลาดนี้มานาน จึงได้เปรียบจากการขยายขนาดของตลาดมากกว่าไทย

ตารางที่ 19 ปริมาณน้ำส้มประรดที่ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศไทยและ
ประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และ ปี พ.ศ. 2532-2534

(หน่วย : ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ไทย	ฟิลิปปินส์
2529	204,938	62,325	93,318
2530	202,549	92,937	102,980
2531	213,693	92,993	92,096
เฉลี่ย 2529-2531	207,060	82,752	96,131
2532	244,605	110,270	101,215
2533	250,953	121,014	123,681
2534	273,048	129,797	134,325
เฉลี่ย 2532-2534	256,202	120,360	119,761

ที่มา : (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก , 2536)

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำส้มปะรดของประเทศไทย
และประเทศฟิลิปปินส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534

(หน่วย : ตัน)

ประเทศ	ปริมาณนำเข้าน้ำส้มปะรดของสหรัฐอเมริกา			
	เฉลี่ยปี	ร้อยละ	เฉลี่ยปี	ร้อยละ
	2525-2531		2532-2534	
ไทย	82,752	39.97	120,360	46.98
ฟิลิปปินส์	96,131	46.43	134,325	52.43
ปริมาณนำเข้าทั้งหมด	207,060	100.00	256,202	100.00

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ความสามารถในการส่งออก (Potential Export)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2529-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2534 (S_T)

$$S_T = 0.3997 \times 256,202 = 10,240.94$$

ส่วนแบ่งตลาดของฟิลิปปินส์ในปี 2529-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2534 (S_P)

$$S_P = 0.4643 \times 256,202 = 118,954.59$$

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสับประรดของประเทศไทย
และประเทศฟิลิปปินส์ ในตลาดสหรัฐอเมริกา

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	ไทย		ฟิลิปปินส์	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	37,608	100.00	23,630	100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากขนาดของตลาด	19,652	52.26	22,824	96.59
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน	17,956	47.75	806	3.41

ที่มา : (จากการคำนวณ)

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่น

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของไทย ในตลาดญี่ปุ่น (ตารางที่ 23 , 24) พบว่าส่วนแบ่งตลาดของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวลดลงจากร้อยละ 91.23 เป็นร้อยละ 40.76 โดยปริมาณการส่งออกสับปะรดแช่แข็งของไทยได้ลดลง 9,317 ตัน ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายขนาดของตลาดลดลง 1,207 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.96 และเป็นผลมาจากการแข่งขันลดลง 8,109 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 87.04

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของไทยเปรียบเทียบกับไต้หวันแล้วพบว่า ไต้หวันได้สูญเสียส่วนครองตลาดในตลาดญี่ปุ่นจนไม่สามารถจะเป็นคู่แข่งไทยได้อีก ส่งผลให้ไทยเป็นผู้ผูกขาดการส่งออกสับปะรดแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่นเกือบทั้งหมดอยู่ในขณะนี้ และเมื่อพิจารณาผลการเปลี่ยนแปลงจากการขยายขนาดของตลาดปรากฏว่าไทยและไต้หวันได้เสียประโยชน์ไป เป็นผลให้การส่งออกไปยังตลาดนี้ลดลง โดยที่ไทยเสียประโยชน์จากการขยายขนาดของตลาดนี้มากที่สุด

การลดลงของส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่น เป็นผลมาจากประเทศญี่ปุ่นได้ลดปริมาณการนำเข้าสับปะรดแช่แข็งลง โดยได้นำเข้าสับปะรดสดจากฟิลิปปินส์เป็นการทดแทน

ตารางที่ 22 ปริมาณสับปะรดแช่แข็งที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทย และประเทศไต้หวัน
ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และ ปี พ.ศ. 2532-2534

(หน่วย : ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ไทย	ไต้หวัน
2529	17,649	17,937	6
2530	17,313	17,102	30
2531	17,173	12,563	27
เฉลี่ย 2529-2531	17,393	15,867	21
2532	15,367	11,911	15
2533	16,472	4,610	-
2534	16,367	3,130	29
เฉลี่ย 2532-2534	16,069	6,550	15

ที่มา : (Japan External Trade Organization , 1986-1991)

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของประเทศไทย
และประเทศไต้หวัน ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และปี พ.ศ. 2532-2534

(หน่วย : ตัน)

ประเทศ	ปริมาณนำเข้าสับปะรดแช่แข็งของญี่ปุ่น			
	เฉลี่ยปี		เฉลี่ยปี	
	2525-2531	ร้อยละ	2532-2534	ร้อยละ
ไทย	15,867	91.23	6,550	40.76
ไต้หวัน	21	0.12	15	0.09
ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	17,393	100.00	16,069	100.00

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ความสามารถในการส่งออก (Potential Export)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2529-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2534 (S_{Th})

$$S_{Th} = 0.9123 \times 16,069 = 14,659.75$$

ส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในปี 2529-2531 ณ ระดับการส่งออกปี 2532-2534 (S_T)

$$S_T = 0.0012 \times 16,069 = 19.28$$

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสี่ประเทศคู่แข่งของประเทศไทย
และประเทศไต้หวัน ในตลาดญี่ปุ่น

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	ไทย		ไต้หวัน	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	-9,317	-100.00	-6.00	-100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากขนาดของตลาด	-1,207	-12.96	-1.72	-28.67
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน	-8,109	-87.04	-4.28	-71.33

ที่มา : (จากการคำนวณ)

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์สับปะรด เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศในปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนมาก และยังช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิต (Value Added) และเป็นกันชน (Buffer) ที่ดีของผลผลิตสับปะรดสดที่มีมากเกินไปเกินความต้องการบริโภคภายในประเทศ นอกจากนี้ยังช่วยให้มีการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น และช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมกาารขนส่ง เป็นต้น

การผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ปริมาณการผลิตในแต่ละปีจะมีจำนวนไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตสับปะรดสดในแต่ละปี และความต้องการบริโภคของประเทศผู้นำเข้า ปัจจุบันมีโรงงานที่ดำเนินการผลิตอยู่ประมาณ 20 โรง โดยโรงงานผลิตมักจะตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ เพื่อจะลดระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการรวบรวมวัตถุดิบ และเพื่อให้ผลผลิตอยู่ในสภาพดี ไม่บอบช้ำหรือเน่าเสีย ผู้ผลิตมักจะทำการผลิตผลิตภัณฑ์หลายชนิด เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์จากผลผลิตสับปะรดได้เต็มที่ เช่น เมื่อผลิตสับปะรดกระป๋องแล้วก็จะผลิตน้ำสับปะรดด้วย ปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรด ประเทศไทยสามารถขยายปริมาณการผลิตได้มาก โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 37.94 และ 29.4 ตามลำดับ ส่วนปริมาณการผลิตสับปะรดแช่แข็งมีแนวโน้มลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการบริโภคสับปะรดแช่แข็งในประเทศญี่ปุ่นลดลง

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์สับปะรดในช่วงระหว่างปี 2529-2531 เปรียบเทียบกับปี 2532-2534 พบว่าปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยเพิ่มขึ้น 55,490 ตัน โดยตลาดส่งออกที่สำคัญยังคงเป็นตลาดเดิมคือตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดญี่ปุ่น แต่ถึงแม้ว่าปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นก็ตาม แต่ก็ต้องประสบปัญหาและอุปสรรคหลายประการ เช่น ในด้านการผลิตผลผลิตสับปะรดสดที่ผลิตได้

มีปริมาณไม่สม่ำเสมอ โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูสืบประด (กรกฎาคม-ตุลาคม) ทำให้โรงงานไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต มีผลให้ต้นทุนการผลิตสูง และในด้านตลาดส่งออกความต้องการค่อนข้างเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ แต่ในบางช่วงผลิตเกินที่สืบประดมีน้อยไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ทำให้ต้องเสียดตลาดต่างประเทศไป โดยเฉพาะในช่วงที่สืบประดสดขาดแคลน รวมถึงปัญหาในด้านการขนส่ง ซึ่งมีระวางสินค้าน้อย มีอัตราค่าระวางสูง ทำให้เป็นอุปสรรคในการขยายตลาด นอกจากนี้แล้วยังต้องประสบปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในสินค้าชนิดเดียวกัน และสินค้าทดแทนในตลาดต่างประเทศ รวมถึงปัญหาการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้า เช่น ประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ซึ่งจะมีการกำหนดโควตาการนำเข้า และเก็บภาษีในอัตราที่ค่อนข้างสูง จากภาวะดังกล่าว ส่งผลให้มีการตัดราคาจำหน่ายระหว่างผู้ส่งออกไทยด้วยกัน ทำให้ผู้ส่งออกของไทยขาดอำนาจต่อรอง และสินค้าขาดความเชื่อถือ ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่รัฐบาลและภาคเอกชนผู้ส่งออก ควรร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหาเหล่านี้ให้หมดไป

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสืบประดกระป๋องของไทยเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2531 และระหว่างปี พ.ศ. 2532-2534 ในประเทศสหรัฐอเมริกา ปรากฏว่าปริมาณการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นมากกว่าของฟิลิปปินส์ เนื่องจากไทยได้เปรียบจากผลของการแข่งขัน แม้ว่าจะเสียเปรียบฟิลิปปินส์จากผลของการขยายขนาดของตลาดก็ตาม ในอนาคตการที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดนี้ ซึ่งเป็นตลาดหลักที่สำคัญของไทยนั้น ควรจะให้ความสำคัญในด้านการขยายขนาดของตลาดให้เพิ่มขึ้น โดยการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ สืบประดกระป๋องของไทยให้เป็นที่รู้จักของตลาดมากขึ้น ส่วนในด้านการแข่งขันนั้น ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวปรากฏว่าไทยทำได้ผลดี ดังนั้นจึงควรทำอย่างสม่ำเสมอต่อไป โดยคาดว่าในอนาคต การควบคุมปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ และการพัฒนาคุณภาพให้ถูกรสนิยมของผู้บริโภคในตลาด จะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดผลของการแข่งขัน

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดน้ำสืบประดของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงระยะเวลาดังกล่าวปรากฏว่า ปริมาณการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้นถึง 37,608 ตัน มากกว่าฟิลิปปินส์ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดนี้ ทั้งนี้เนื่องจากผลของการขยายขนาดของตลาดทำให้ปริมาณการส่งออกเพิ่ม 19,652 ตัน และผลจากการแข่งขันในตลาดของไทยทำให้ปริมาณ

การส่งออกเพิ่มขึ้น 17,956 ตัน ส่วนประเทศฟิลิปปินส์ แม้ว่าจะได้ประโยชน์จากการขยายขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นถึง 22,824 ตัน แต่ขณะเดียวกันฟิลิปปินส์กลับเสียเปรียบจากการแข่งขันในตลาดโดยเพิ่มขึ้นเพียง 806 ตัน เมื่อพิจารณาผลรวมทั้งหมดแล้วปรากฏว่าปริมาณการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังเพิ่มขึ้นได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากผลของการขยายขนาดของตลาดไทยยังเสียเปรียบฟิลิปปินส์อยู่ ดังนั้นการที่ไทยจะรักษาส่วนแบ่งตลาดและขยายส่วนแบ่งตลาดของน้ำสับปะรดในสหรัฐอเมริกา ควรจะให้ความสำคัญกับการขยายขนาดของตลาดให้มากขึ้น โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับน้ำสับปะรดของไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่น ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ปรากฏว่าปริมาณการส่งออกของไทยลดลงถึง 9,317 ตัน โดยเป็นผลมาจากการขยายขนาดของตลาดลดลง 1,207 ตัน และผลจากการแข่งขันลดลง 8,190 ตัน ขณะเดียวกันส่วนแบ่งตลาดของไต้หวันในตลาดนี้ได้ลดลงมาก ทำให้ไต้หวันไม่สามารถเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดนี้ได้อีก เมื่อพิจารณาผลรวมปรากฏว่าไทยเสียประโยชน์จากการแข่งขันมากที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากการลดปริมาณการนำเข้าสับปะรดแช่แข็งของประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นการรักษาส่วนแบ่งตลาดสับปะรดแช่แข็งของไทยในตลาดนี้ ควรให้ความสำคัญกับผลของการแข่งขันมากขึ้น โดยการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสับปะรดแช่แข็ง ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ของผู้บริโภคในตลาดนี้มากขึ้น รวมทั้งควรหาวิธีการลดต้นทุนการผลิตสับปะรดแช่แข็งให้ต่ำลง เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านราคา ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการแข่งขันในตลาดนี้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะบางประการ เพื่อเป็นแนวทางในการรักษาและขยายส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ที่ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยในตลาดทั้งสอง พบว่า ผลการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้การส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น และดีกว่าประเทศคู่แข่งของไทย แต่ผลจากการขยายขนาดนั้นไทยยังทำได้ไม่เต็มที่ ดังนั้นจึงควรเน้นนโยบายการ

ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รวมถึงการวางแผนการส่งออกให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจของ
ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการผ่อนคลายมาตรการกำหนดราคาส่งออกขั้นต่ำ ในช่วงที่เศรษฐกิจ
ของสหรัฐขบเซ้า หรือในช่วงที่ต้องการขยายการส่งออก ส่วนในประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดส่งออก
สับปะรดแช่แข็งของไทยนั้น ควรเน้นนโยบายการลดต้นทุน เพื่อให้ราคาส่งออกสับปะรดแช่แข็ง
ต่ำลง และการพัฒนาคุณภาพสับปะรดแช่แข็งให้ตรงกับรสนิยมการบริโภคของตลาดนำเข้า

2. ควรมีการสร้างฐานวัตถุดิบ ให้มีขนาดความประหยัดในด้านต้นทุนการผลิต โดย
การจัดระบบการผลิต และการตลาดสับปะรดส่งโรงงานครบวงจร โดยการทำสัญญาผูกพันระหว่าง
เกษตรกรและโรงงาน (Contract Farming) ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง และช่วยลด
ความไม่แน่นอนของปริมาณผลผลิตลงได้ ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทย มีความได้เปรียบใน
การแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในด้านราคา และมีเสถียรภาพในด้านปริมาณการผลิต

3. ภาครัฐบาล และเอกชนควรร่วมมือกันวางแผนการพัฒนาการส่งออกให้สอดคล้อง
กับสถานการณ์ทางการค้าโลก และควรมีการขยายตลาดส่งออก โดยการกระจายสินค้าไปยัง
ตลาดต่าง ๆ ที่มีศักยภาพในการนำเข้าสูงขึ้น เช่น ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดเอเชีย เป็นต้น
ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้าในตลาดใดตลาดหนึ่ง และเพื่อทดแทน
ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดที่ลดลง อันเนื่องมาจากผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการ
ค้าของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ

4. ภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนการส่งออกมากขึ้น เพื่อให้ไทยสามารถแข่งขันกับ
ประเทศคู่แข่งได้ดียิ่งขึ้น โดยการผ่อนคลายมาตรการต่าง ๆ เช่น การลดขั้นตอนการส่งออก การ
ปรับปรุงโครงสร้างการจัดเก็บภาษีให้ต่ำลง การให้ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญเกี่ยวกับตลาดนำเข้า
ต่อผู้ผลิตและผู้ส่งออก ส่งเสริมและร่วมมืออย่างจริงจังกับภาคเอกชนในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สับปะรดของไทยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

5. รัฐบาลควรให้ความสนใจต่อการผลักดันให้มีการรวมกลุ่มระหว่างประเทศผู้ผลิต
และส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดในเขตอาเซียนอย่างจริงจังและเร่งด่วน เนื่องจากการรวมกลุ่มกัน
จะสามารถสร้างฐานอำนาจต่อรองกับประเทศผู้นำเข้าได้มากขึ้น ทำให้สามารถขยายการส่งออก

ได้มากขึ้น ซึ่งคาดว่า การรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออก จะไม่ส่งผลกระทบต่อการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์สีประดของไทย เพราะประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มอย่าง อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ หรือแม้แต่ประเทศไทยเอง ต่างก็เป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายใหญ่อยู่แล้ว และตลาดส่งออกก็เป็นตลาดเดียวกัน นอกจากนี้การบริโภคผลิตภัณฑ์สีประดในกลุ่มอาเซียนก็มีน้อยมาก

เอกสารอ้างอิง

กองแผนงาน กรมส่งเสริมการเกษตร . 2535 . อนุสารสถิติและข้อมูลการเกษตร .
กรุงเทพมหานคร : น.5 .

กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง . 2528-2534 . สถิติการค้าระหว่างประเทศ .
กรุงเทพมหานคร . (อัดสำเนา) .

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ . 2523 . รายงานผลการวิจัยสี่ปี .
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ข่าวพาณิชย์ .

_____ . 2525 . อุตสาหกรรมสี่ปี . กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์ข่าวพาณิชย์ .

กรมวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร . 2530 . ภาวะการค้าสี่ปี . กรุงเทพมหานคร-
กับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป . กรุงเทพมหานคร . (อัดสำเนา) .

จารย์พันธ์ ทองแถม . 2526 . สี่ปี . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรวิเทศ .

ธนาคารกสิกรไทย . 2532 . "สี่ปี : ภาวะการแข่งขันที่ยังต่อเนื่อง" .
น.41-43 . รายงานภาวะเศรษฐกิจ . กรุงเทพมหานคร . (อัดสำเนา) .

_____ . 2533 . "สี่ปี : หวนสู่ปีทองส่งออกฝู่งเกือบ 400,000 ตัน" .
น.74-77 . รายงานภาวะเศรษฐกิจ . กรุงเทพมหานคร . (อัดสำเนา) .

_____ . 2536 . "สี่ปี : ผลไม้และผลิตภัณฑ์" . ผลไม้และผลิตภัณฑ์ .
14(5) : น.46-93 .

ธนาคารกรุงเทพ . 2535 . รายงานภาวะเศรษฐกิจสินค้าเกษตร . กรุงเทพมหานคร .
(อัดสำเนา) .

ธนาคารกรุงไทย . 2535 . สัปดาห์กระป๋อง . กรุงเทพมหานคร . (อัดสำเนา) .

ธนาคารทหารไทย . 2535 . "สรุปภาวะเศรษฐกิจครึ่งปีแรกและแนวโน้มครึ่งปีหลัง 2536" .
น.62 . รายงานภาวะเศรษฐกิจ . กรุงเทพมหานคร . (อัดสำเนา) .

ธนุ ทิพย์สมัย . 2530 . เอกสารประกอบการบรรยายระเบียบการ ขั้นตอน และกฎเกณฑ์
การส่งออกโรงเรือนการค้าระหว่างประเทศ และธุรกิจศุลกากร . กรุงเทพมหานคร .
(อัดสำเนา) .

ประเจิด สีนทรัพย์ . 2525 . รายงานผลการวิจัยปัญหาการผลิตและการตลาดสัปดาห์ประด-
กระป๋องของไทย . กรุงเทพมหานคร . สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

นรศักดิ์ โขลิตกุล . 2534 . การวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย .
กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร-
ลาดกระบัง .

นิรนาม . 2535 . "การส่งออกผักและผลไม้แปรรูป" . ผู้ส่งออก . 5(112) .
น.52-64 .

นิรนาม . 2536 . "พัฒนาการขนส่งสินค้าผัก ผลไม้สด และสินค้าประมง" .
ผู้ส่งออก . 6(121) : น.44-54 .

พรเพ็ญ วรสิทธิ์ . 2530 . วิธีการทางเศรษฐกิจ . กรุงเทพมหานคร :
ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงจันทร์การพิมพ์ .

- วรรณี เศรษฐ์ศุภขางกูร . 2535 . "แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้" .
ข่าวเศรษฐกิจการเกษตร . 38(424) : น.6-21 .
- วัชรวิสา โตสงวน . 2525 . การศึกษาระบบตลาดของสับปะรดสดในประเทศไทย .
 กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยปริญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .
- สมพงษ์ อรพินท์ . 2522 . รายงานผลการศึกษาโครงสร้างตลาดสับปะรดและสับปะรดกระป๋อง-
ในประเทศไทย ปี 2522 . ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .
- สุภาภรณ์ หาญเทพินทร์ . 2522 . รายงานผลการวิจัยการขนส่งสับปะรดสดและสับปะรด-
กระป๋องออกไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น . คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
 แห่งชาติ .
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ . 2528 ก . "อุตสาหกรรม-
 สับปะรดและผลไม้กระป๋อง" . เอกสารเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 40 .
 กรุงเทพมหานคร . (โรเนียว) .
- _____ . 2528 ข . "สถิติการเกษตรแห่งประเทศไทยปีการเพาะปลูก 2528/2529" .
เอกสารสถิติการเกษตร เลขที่ 328 . กรุงเทพมหานคร . (โรเนียว) .
- _____ . 2534 . "สถิติการเกษตรแห่งประเทศไทยปีการเพาะปลูก 2533/2534" .
เอกสารสถิติการเกษตร เลขที่ 532 . กรุงเทพมหานคร . (โรเนียว) .
- _____ . 2535 . สถานการณ์การผลิตและการตลาดสับปะรดกระป๋อง .
 กรุงเทพมหานคร . (อัสสำเนา) .

เอกวุฒิ สหสา . 2531 . การวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดของประเทศไทย
. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยปริญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

Gramer , G.L. and G.L. Ochsner. 1976. "An Economic Analysis of the
Export Market for Montana Wheat". Montana Agricultural
Experiment Station Bulletin. (March 1976) . p.17 .

Japan External Trade Organization . 1986-1991 . Japan Exports
and Imports .

Tropical Development and Research Institute . 1985 . The World
Market for Canned and Pineapple Juice . p.32 .

